




mosaiclab
powered by **GOUVÊA**

POWERFUL
MARKET
INTELLIGENCE

PREÇO MÉDIO REFEIÇÃO

Agosto 2023 - Ano base 2023

 **sabbot**
Associação Brasileira das Empresas
de Benefícios ao Trabalhador



Objetivo do Estudo

Levantar o preço médio de uma refeição completa (prato + bebida + sobremesa + café), pago pelo trabalhador no almoço, de segunda a sexta-feira, em estabelecimentos comerciais que aceitam voucher refeição.

Padrão de ação

Gerar subsídios para orientar as empresas sobre o valor do benefício a ser dado para o funcionário.

NOSSA AGENDA



Metodologia

Abordagem
Critérios



Pano de fundo

Cenário Econômico
Insights Foodservice via Pesquisa CREST



Resultados

Preço
Perfis dos estabelecimentos
Delivery
Refeições Saudáveis



Considerações Finais

Principais aprendizados do estudo.



A dimly lit restaurant table with a white plate of food, a basket of bread, and various glasses. The scene is set in a restaurant with warm, ambient lighting. In the foreground, a white plate holds a small, elegantly plated dish with green garnishes and a dark sauce drizzle. To the left, a black woven basket contains several slices of bread. In the background, there are several glasses, including a tall flute glass and a wine glass, and a hand is visible on the right side of the frame, possibly holding a glass. The overall atmosphere is sophisticated and intimate.

METODOLOGIA

METODOLOGIA

gerais



Estudo Quantitativo

Abordagem: Face to face

Registro: eletrônico

Tempo médio
questionário: 15 min



4516 estabelecimentos
divididos nas 5 regiões
do Brasil

22 estados e o DF —51
cidades pesquisadas

5470 preços de pratos
coletados



De Junho de 2023 a
Agosto de 2023



Estabelecimentos Comerciais (ECs)-
restaurante, bar, lanchonete e
padaria

Que servem refeições durante o
almoço de 2° a 6° feira

Aceitam pelo menos uma marca
de voucher refeição.

METODOLOGIA- Estabelecimentos definidos pelo seu serviço principal

A La Carte

Mais frequente em restaurante premium, na qual o consumidor escolhe sua refeição em um cardápio.

Critérios:

Oferece refeição no almoço e no jantar +

Abre em pelo menos 1 dia do final de semana +

Tem estacionamento e/ou, maitre/recepcionista e/ou carta de vinho.

Executivo

Opção mais econômica oferecida em restaurantes A La Carte durante a semana.

Critérios:

Restaurante que possuem os critérios A La Carte e oferecem o menu executivo.

Autosserviço

Opções ficam dispostas em um buffet, que pode ser no sistema por quilo ou preço fixo.

Comercial

Pratos oferecido em restaurantes mais populares com preços mais econômicos, conhecidos como PF, Comercial, prato do dia.

Critérios:

Não apresentar todas as características de um restaurante A La carte

METODOLOGIA PRAÇAS: 22 estados e o DF , total de 51 cidades

Distribuição , Municípios e Bairros sugeridos pela ABBT de acordo com anos anteriores



Sudeste - 4 estados: SP estado -16 cidades. RJ Estado - 7 cidades; MG Estado – 2 cidades; ES estado – 3 cidades



Sul - 3 estados: RS estado – 2 cidades ; Paraná estado – 2 cidades ; SC estado – 3 cidades



Norte - 3 estados: 3 cidades



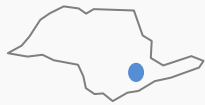
Nordeste – 9 estados: 10 cidades



Centro Oeste – 3 estados + DF: 5 cidades

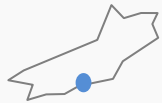
METODOLOGIA PRAÇAS: 22 estados e o DF , total de 51 cidades

Distribuição , Municípios e Bairros sugeridos pela ABBT de acordo com anos anteriores



Cidade de São Paulo:

Centro 1: Liberdade, República, Santa Cecília, Sé/ Norte 1: Jaçanã, Vila Guilherme, V Maria, Vila Medeiros, Santana/Centro 2: Bela Vista, Consolação, Jardim Paulista/ Norte 2: Limão, Casa Verde /Sul 1: Itaim Bibi, Morumbi, Campo Belo, Moema, Santo Amaro/Sul 2 : Ipiranga, Jabaquara, Saúde, Vila Mariana/Leste 1: São Miguel, Itaim Paulista, Itaquera/ Leste 1:São Miguel, Itaim Paulista, Itaquera/ Leste 2: Agua Rasa, Mooca, Penha, Tatuapé, Vila Prudente/ Oeste 1: Freguesia do Ó, Barra Funda, Lapa/ Oeste 2: Perdizes, Pinheiros, Alto de Pinheiros



Cidade do Rio de Janeiro :

Centro: Centro, Portuária, São Cristovão, Rio Comprido, Santa Teresa/ Norte: Penha, Santa Cruz, Ilha do Governador, Ramos, Meier, Madureira, Anchieta/ Sul: Lagoa, Botafogo, Copacabana/Oeste: Jacarepaguá, Barra da Tijuca, Guaratiba, Campo Grande.

METODOLOGIA- Tamanho

Número de estabelecimentos (número de entrevistas por serviço principal)



AMOSTRA POR SISTEMA

	ESTABELECEMENTOS		QTDDE DE PRATOS COLETADOS	
	NA	%	NA	%
AUTOSSERVIÇO	2402	53	2886	53
COMERCIAL	1593	35	1944	36
A LA CARTE	262	6	320	6
EXECUTIVO	260	6	320	6
Total	4516	100	5470	100



AMOSTRA POR REGIÃO

	ESTABELECEMENTOS		QTDDE DE PRATOS COLETADOS	
	NA	%	NA	%
SD	3017	67	3741	68
NE	565	13	626	11
S	539	12	655	12
CO	241	5	290	5
N	154	3	158	3
Total	4516	100	5470	100

Se estabelecimento trabalha com mais de um sistema, pergunta-se: Q9. Você me disse que serve mais de um tipo de refeição, qual delas seria a principal, que mais vende no dia a dia?

METODOLOGIA- Tamanho

Número de estabelecimentos (número de entrevistas por serviço principal)

	COMERCIAL			AUTOSSERVIÇO			EXECUTIVO			A LA CARTE		
	PLANEJADO	ALCANÇADO		PLANEJADO	ALCANÇADO		PLANEJADO	ALCANÇADO		PLANEJADO	ALCANÇADO	
SD	1052	969	67%	1652	1352	66%	150	159	70%	150	158	67%
NE	195	242	13%	305	377	12%	28	41	11%	28	41	13%
S	189	175	12%	297	324	13%	27	34	11%	27	28	12%
CO	84	170	5%	132	286	5%	12	21	4%	12	28	5%
N	52	38	3%	80	62	5%	8	6	3%	8	7	3%
Total	1572	1595	100	2466	2402	100%	225	260	100	225	262	100%

METODOLOGIA- Tamanho

Número de pratos coletados - o mesmo estabelecimento pode trabalhar com mais de um sistema/prato



Sistemas

Autosserviço	2886
Comercial/ PF	1944
A La Carte	320
Executivo	320

Total

5470



Regiões

Sudeste	3741
Nordeste	626
Sul	655
Centro Oeste	290
Norte	158

Total

5470

FORMAÇÃO DOS PREÇOS

1

Itens são coletados individualmente

Valor Buffet (500 gramas para quilo, preço fixo)/Prato mais vendido

Água
500 ml

Suco
de 300ml

Refrigerante
lata 350ml

Café
coador expresso

Sobremesa
doce

Fruta/
salada de fruta

2

Formam categorias

Prato

Bebida

Café

Sobremesa

3

Formam refeições

Refeição completa

Refeição mínima I

Refeição mínima II

Buffet/Prato + Bebida +
Café + Sobremesa

Prato Comercial +
Bebida do prato
comercial

Prato Comercial +
Fruta/Salada de fruta do
prato comercial₁₂

METODOLOGIA-

Considerações 1/2

PONDERAÇÃO

Peso por cidade de acordo com distribuição da RAIS.
Peso do serviço de acordo com sua participação encontrada na amostra natural.

BASES

As bases para os serviços A La Carte e Executivo são pequenas e por isso requerem uma avaliação cuidadosa.

AMOSTRA

Amostra Natural: No primeiro momento, a quantidade do sistema principal foi buscada de forma aleatória entre as praças

Amostra Procurada: No segundo momento, após a quantidade dos sistemas ter sido concluída naturalmente, foi realizada amostra procurada para completar a quantidade de serviços que não foram encontrados, em especial do executivo.

METODOLOGIA-

Considerações 2/2

CÁLCULOS

Para os itens de quilo foi coletado o preço do quilo, mas reportado o preço de 500 gramas da refeição e de 200 gramas da sobremesa.

Em 2018 o preço do prato do A LA carte foi calculado de duas formas:

- 1) Não dividido pela quantidade de pessoas que ele foi preparado – O mesmo critério usado em 2017 e o dado oficial divulgado na mídia,
- 2) Dividido pela quantidade de pessoas que ele foi preparado. Exemplo: Se o prato custava R\$ 100,00 e foi preparado para duas pessoas, o preço considerado foi de R\$50,00. Esses resultados não foram utilizados e ficaram como backup.

À partir de 2019, o preço do A La Carte usou o critério do preço do prato dividido pela quantidade de pessoas. Para efeito de comparação, nesse reporte os dados referentes à 2018 são os preços do prato dividido (diferente do valor que foi divulgado).

Em 2023, além do A La Carte, consideramos a divisão dos pratos pela quantidade de pessoas também para o Comercial e Executivo, dessa forma, teremos todos os preços individualizados.

Preço Médio - Ponderações

Etapa 1 - refeição cidade

Média ponderada entre os sistemas coletados considerando a queda natural encontrada

Sistemas refeição	
AUTOSSERVIÇO	53%
COMERCIAL	36%
A LA CARTE	6%
EXECUTIVO	6%

Considera a principal refeição.

Etapa 2 – refeição região

Média ponderada entre as médias das cidades que compõem cada região

Etapa 3 – refeição Brasil

Para obtermos o preço médio da refeição no Brasil, ponderamos as médias obtidas para cada um dos municípios através dos valores publicados pela RAIS.

METODOLOGIA- Histórico

Ano	Nº cidades	Amostra	Abordagem	Observação
2023	51	4516 EC 5470 preços	Pessoal nos ECs	Com ponderação por cidade e por sistema de refeição
2022	51	4487 EC 5473 preços	Pessoal nos ECs	Com ponderação por cidade e por sistema de refeição
2019	51	4488 EC 6164 preços	Pessoal nos ECs	Com ponderação por cidade e por sistema de refeição
2018	51	4532 EC 6199 preços	Pessoal nos ECs	Com ponderação por cidade e por sistema de refeição
2018	51	4532 EC 6199 preços	Pessoal nos ECs	Com ponderação por cidade e por sistema de refeição
2017	51	4587 EC 5273 preços	Pessoal nos ECs	Com ponderação por cidade e por sistema de refeição
2016	51	4574 EC 5545 preços	Pessoal nos ECs	Com ponderação por cidade e por sistema de refeição
2015	51	4560 EC 5436 preços	Pessoal nos ECs	Com ponderação por cidade e por sistema de refeição
2014	51	5518 EC 6101 preços	Pessoal nos ECs	Com ponderação por cidade e por sistema de refeição
2013	49	4681 EC 5580 preços	Pessoal nos ECs	Sem ponderação
2011	55	4312 preços	Telefônica	Sem ponderação
2010	54	4203 preços	Telefônica	Sem ponderação
2009	40	3002 preços	Telefônica	Sem ponderação

PRINCIPAIS

insights

2023

1

Cenário econômico em franca recuperação. Inflação do setor começa a arrefecer, mas reflete nos preços coletados. A inflação de alimentação fora do lar subiu mais devagar, mas é mais persistente do que a inflação de alimentos no lar.

2

Cenário econômico reflete no Foodservice :
- maior fluxo: após baixa na pandemia, tráfego cresce fortemente no setor, mas ainda segue abaixo de 2019
- O ticket médio: o valor despendido por consumidor/visita aumentou

3

Pequena queda do canal delivery após grande aumento durante a pandemia

4

Média refeição completa no Brasil é de R\$ 46,60 – superior à R\$ 40,00 em qualquer região.
Preço praticamente duplica de estabelecimentos mais populares para menos populares, principalmente o A La Carte.

5

Varição em relação à 2022 acompanhou ficou acima da inflação do período, o que indica que a oferta não reflete o consumo de fato da população, que sofre pressão de preços de outras categorias de consumo.

6

Centro-Oeste e Norte tiveram maior aumento no preço médio e o Nordeste foi o que cresceu menos.



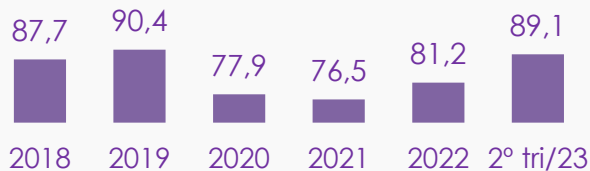
CENÁRIO ECONÔMICO BRASILEIRO

4 INDICADORES MACRO ECONÔMICOS CHAVE DIRECIONAM O CONSUMO

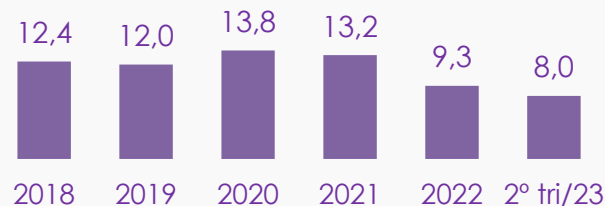


Indicadores melhoram muito e estão acima dos níveis pré pandemia, com baixa inflação, desemprego e ganho real da massa salarial

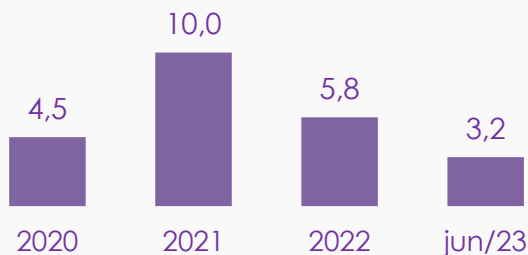
 ■ Índice de confiança



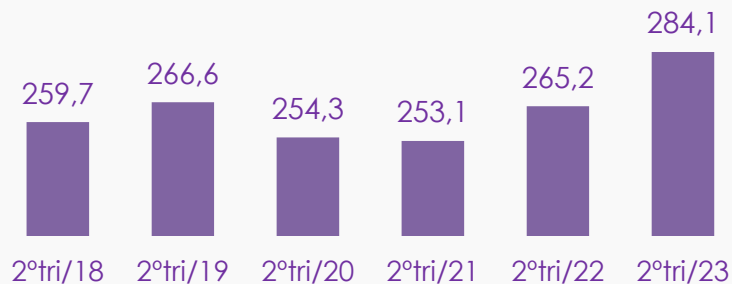
 ■ Taxa de desemprego



 ■ Inflação- IPCA



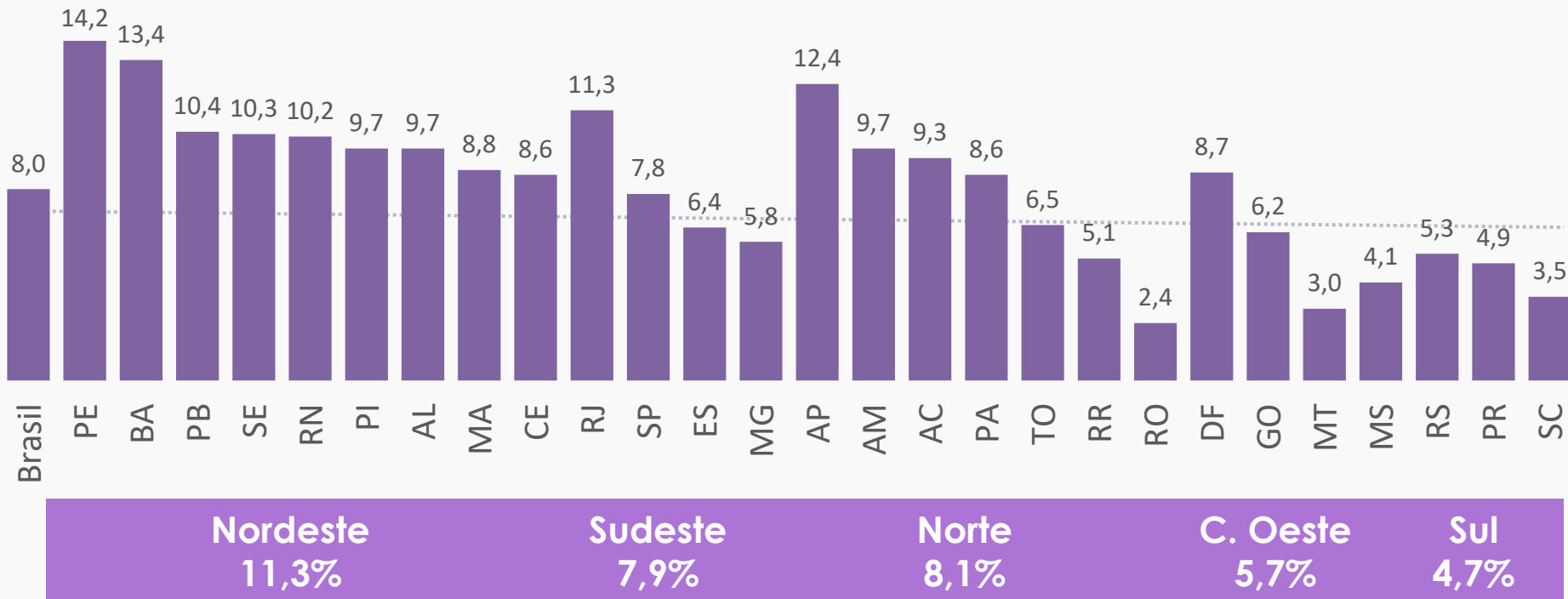
 ■ Massa Salarial



*Índice de confiança Número Índice (FGV) – ponto 100 – média histórica – Média ano
Massa salarial em bilhões de R\$

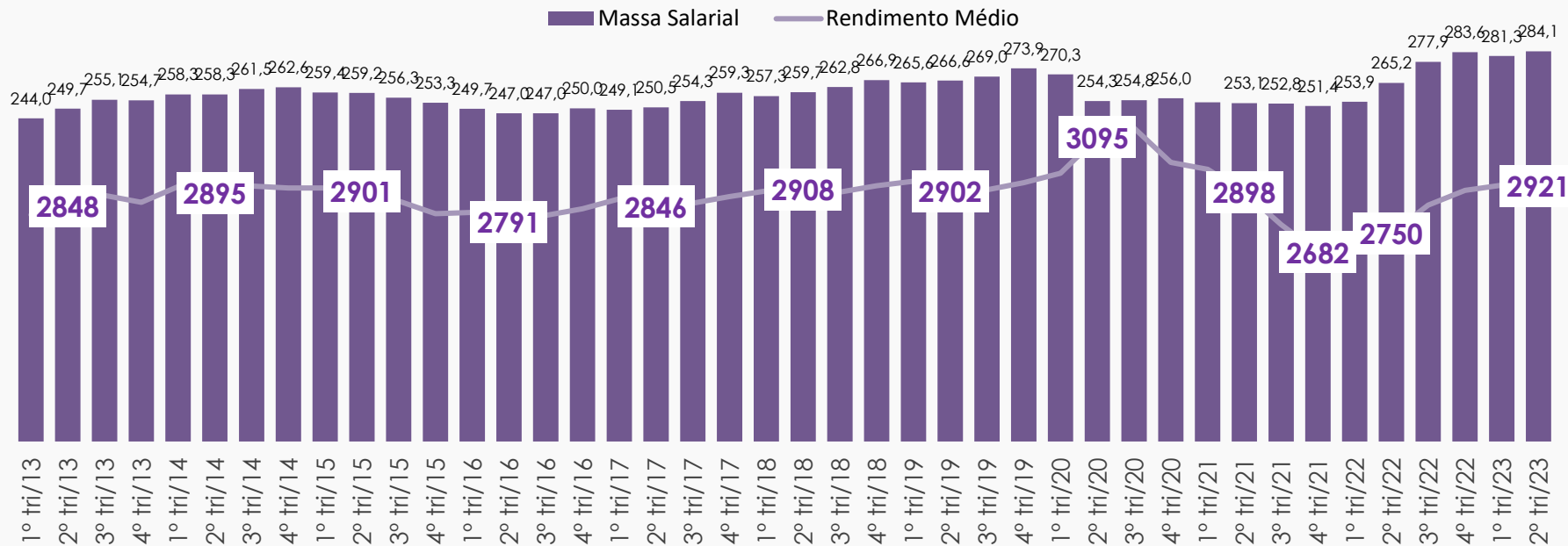
Desemprego, 2º tri de 2023 entre as regiões % de desocupação da população economicamente ativa

Nordeste é a região com maior desemprego; C.O. e o Sul com menor



Fonte: IBGE, Adaptação: Mosaiclab.

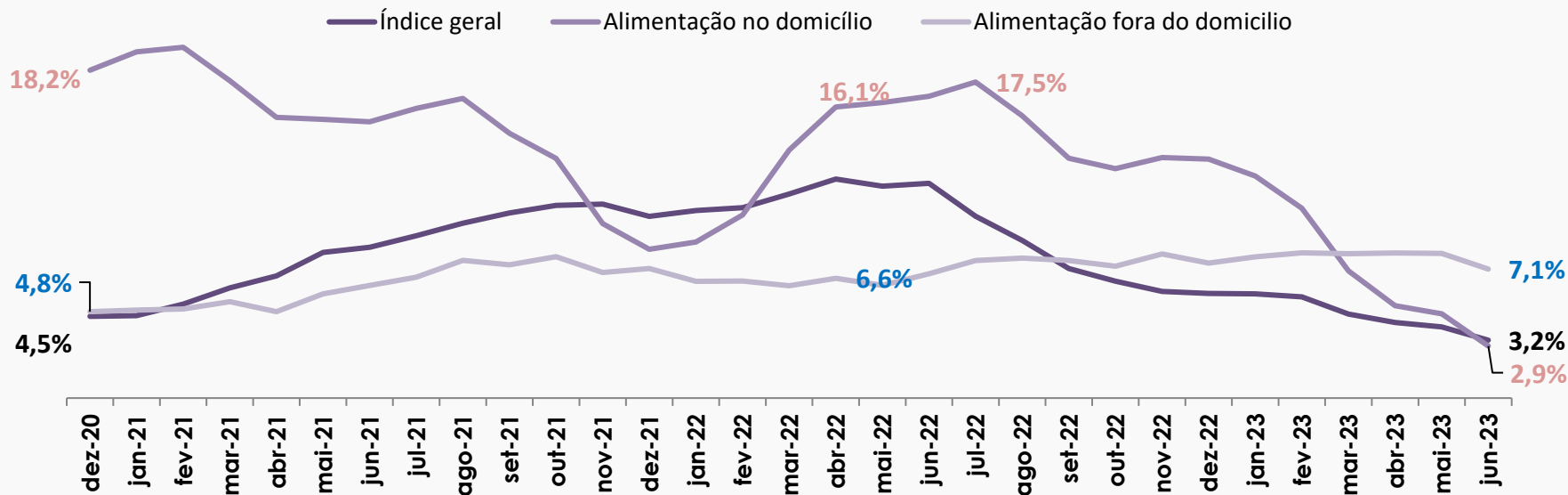
Evolução mensal da massa salarial real (R\$ bilhões) e do rendimento médio real (R\$)



Fonte: IBGE, Adaptação: Mosaiclab.

Alimentação fora do lar manteve seu patamar nos últimos meses e dá indícios de que começa a arrefecer.

Evolução do ipca acumulada - 12 meses



Em 2020, o IBGE mudou os pesos das subcategorias

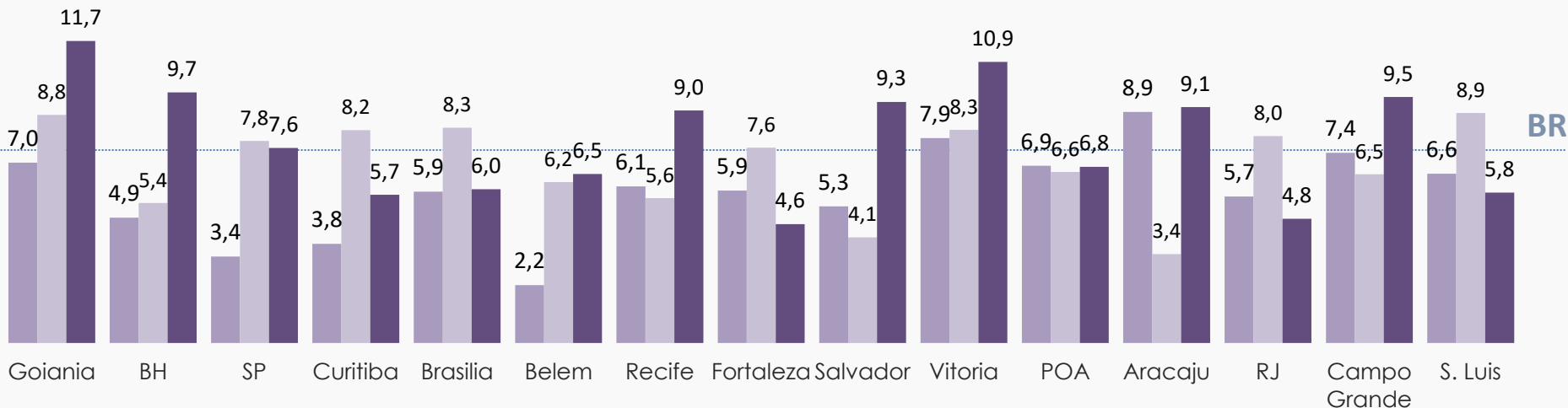
Fonte: IBGE, Adaptação: Mosaiclab.

A inflação não foi homogênea nas praças.

Fortaleza, R. de Janeiro, Curitiba e S. Luis foram as menos impactadas em 2022.

Inflação dos itens da alimentação fora do lar – por cidade
(Nova metodologia)

■ 20 ■ 21 ■ 22



Somente a nova metodologia

Fonte: IBGE, Adaptação: Mosaiclab.



Foodservice Brasileiro

Insights CREST-
produto exclusivo Mosaiclab
sobre o Foodservice Brasileiro

CREST®

Consumer Reporting of Eating Share Trends

Estudo contínuo que mapeia o foodservice, mede o consumo de refeições preparadas fora do lar.



Coleta diária do comportamento do consumidor em relação aos hábitos de alimentação fora do lar do dia anterior.



Inclui as refeições e snacks preparados tanto nos restaurantes, fast food, supermercados, ambulantes...



O dado é obtido diretamente dos consumidores via pesquisa online.



72.000+
entrevistas por ano com coleta desde 2015

CREST® | O QUE MEDIMOS?

Consumo do dia anterior em todas as ocasiões realizadas fora do lar, auferindo informações detalhadas do consumo.



**QUANDO
CONSUMIU?**



**ONDE
CONSUMIU?**



**COM QUEM
ESTAVA?**



**O QUE
CONSUMIU?**



**POR QUE
CONSUMIU?**



**QUANTO
GASTOU?**

OCASIÃO

**SOBRE O
LUGAR**

**SOBRE A
VISITA**

**ALIMENTOS
E BEBIDAS**

SENTIMENTOS

PERFIL

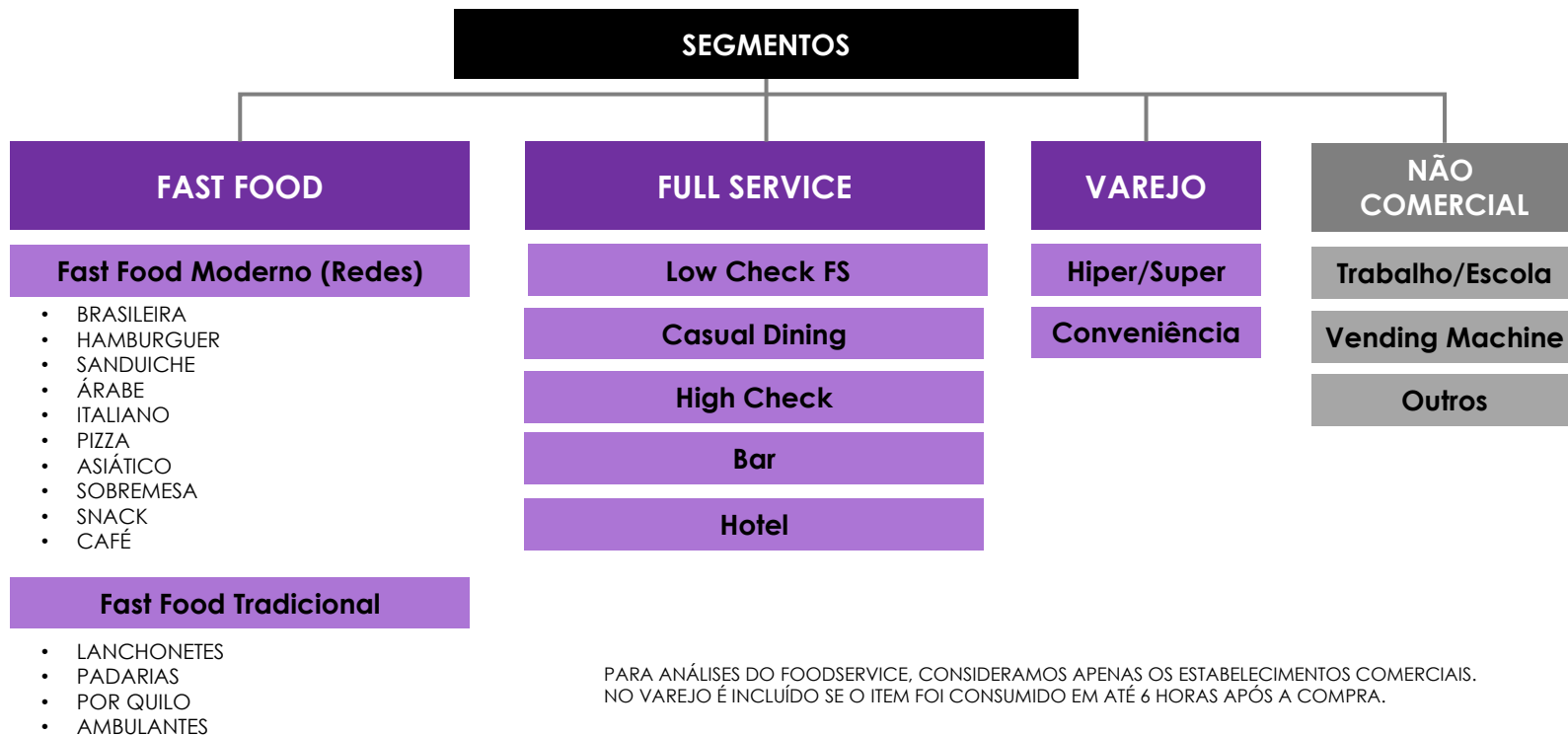
Dados de comportamento
Consumo: no local, para viagem, drive thru e delivery
Dayparts: refeições matinais, almoço, lanche da tarde e refeições noturnas
Weekparts: dias úteis e finais de semana

Atitudes
Satisfação
Razões de
escolha do local

Gasto individual
e em grupo
Como pagou
Classe
Idade
Gênero
Perfil do grupo

CREST® | O QUE MEDIMOS?

Sobre o local de compra do que foi consumido mapeamos toda a cadeia, tanto formal quando informal.

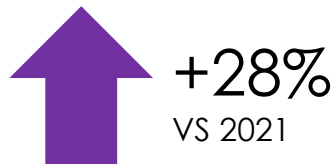


Resultados de 2022 – gasto, tráfego e ticket médio



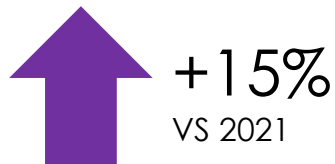
GASTO

R\$ 216,2
BILHÕES



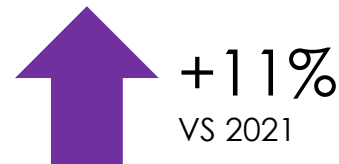
TRÁFEGO

12,0 BILHÕES
VISITAS



TICKET MÉDIO

R\$ 18,06

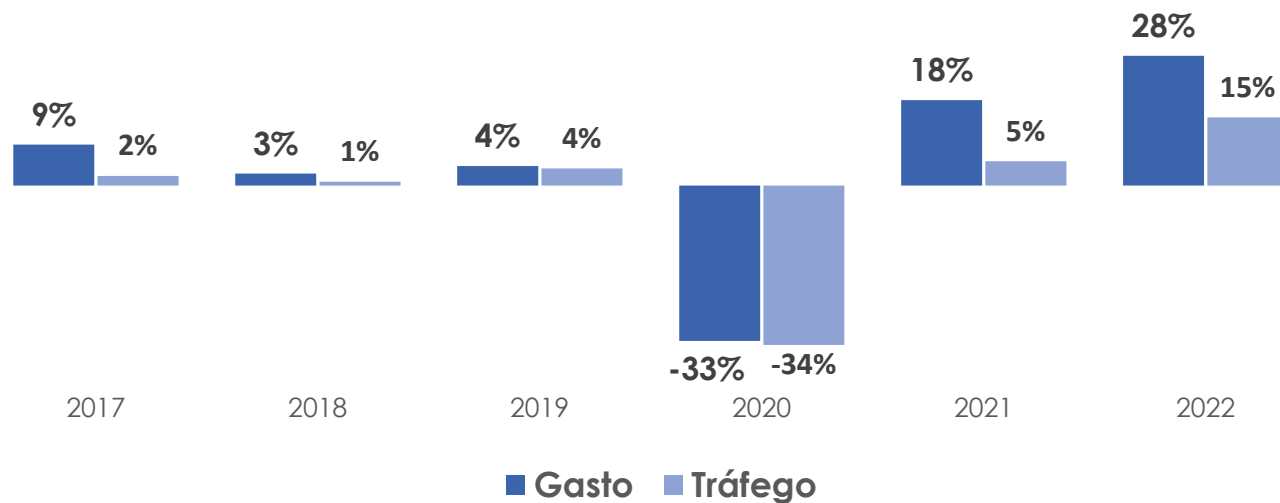




EVOLUÇÃO

ANUAL DO FOODSERVICE

Variação de volume – Comparação versus o ano anterior

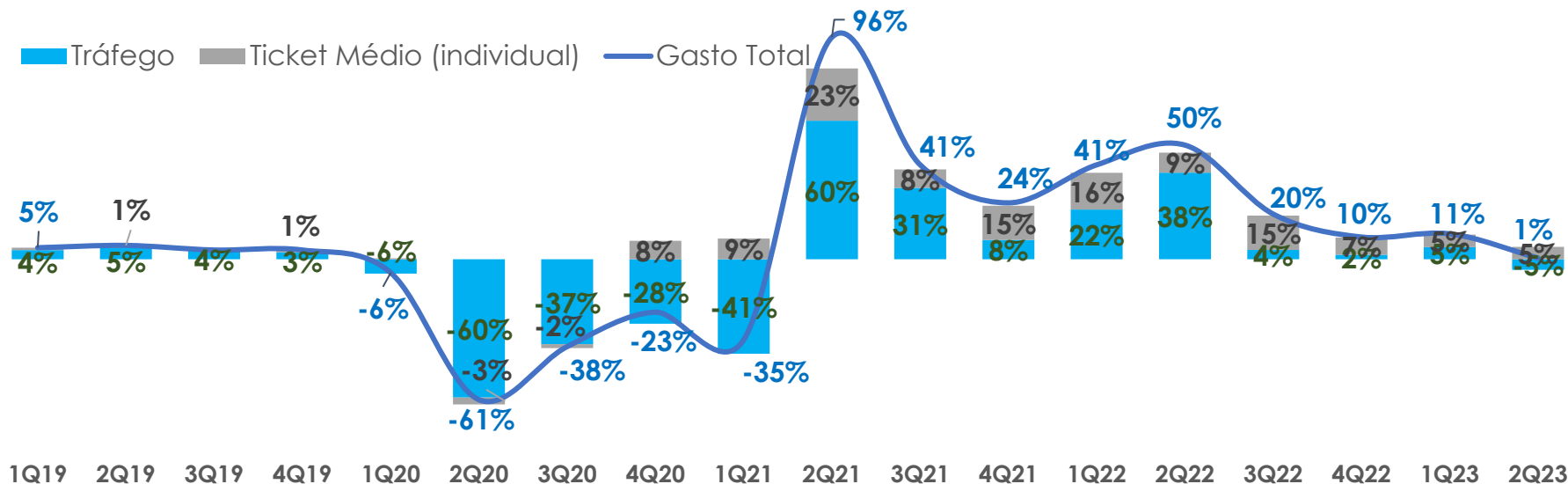


Foodservice andando de lado

Com queda no volume de tráfego entre 2Q23 e 2Q22

FOODSERVICE – Componentes do GASTO

Variação % vs mesmo período do ano anterior

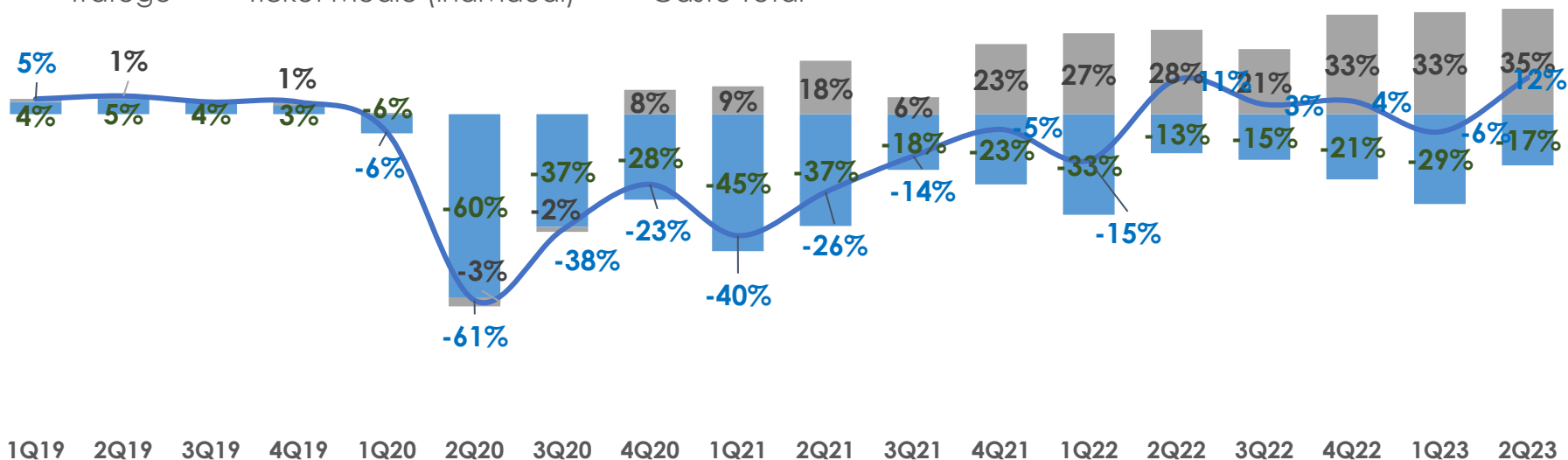


Tráfego ainda é um desafio, quando comparado aos níveis pré pandemia

FOODSERVICE – Componentes do GASTO

Variação % vs mesmo período de 2019

Tráfego Ticket Médio (individual) Gasto Total



Foodservice
estagnado no 2Q23,
baseado no
crescimento do ticket
médio e refletindo
queda no tráfego



GASTO

R\$ 59,9
BILHÕES



+1%
VS 2T22



TRÁFEGO

3,1 BILHÕES
VISITAS



-5%
VS 2T22



TICKET MÉDIO

R\$ 19,05



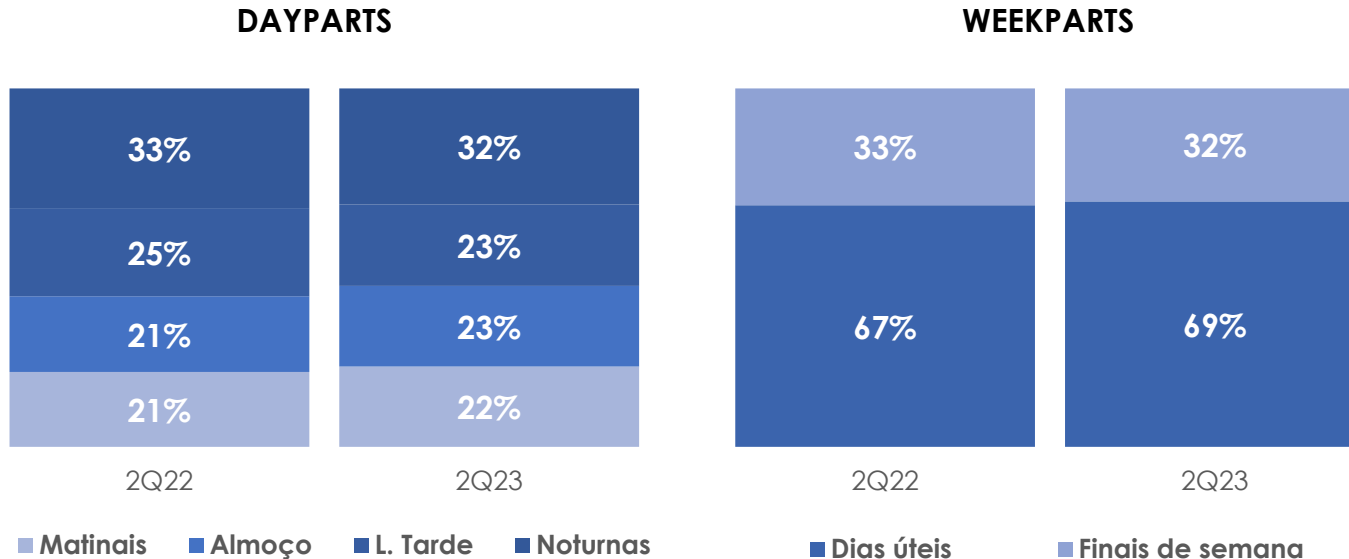
+5%
VS 2T22

Ocasões core ganhando peso

Na comparação vs 2Q22

Participação das ocasiões do dia e da semana

Comparativo do share de tráfego trimestral

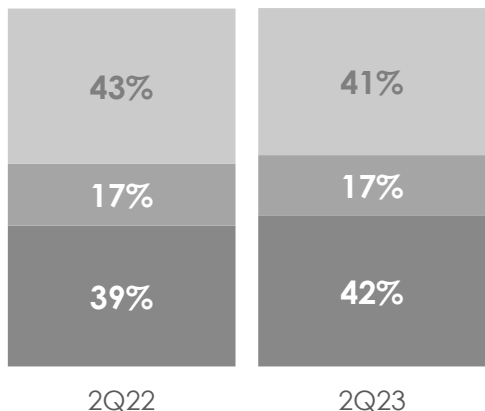


Individuais ganham peso – core

Classe C perde participação. Equilíbrio entre os gêneros no consumo

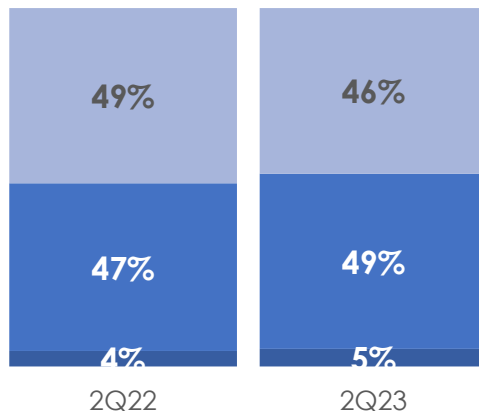
Participação dos perfis de visita
Comparativo do share de tráfego trimestral

TAMANHO DO GRUPO



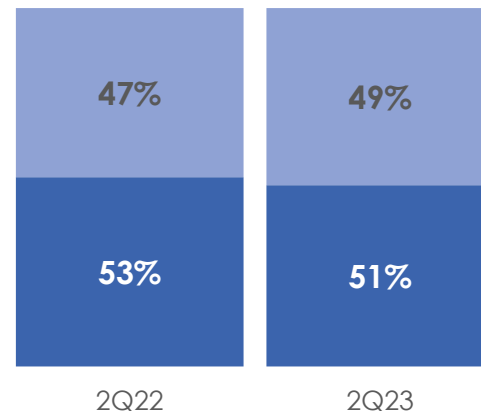
■ Individuais ■ Duplas ■ Grupos

CLASSES SOCIAIS



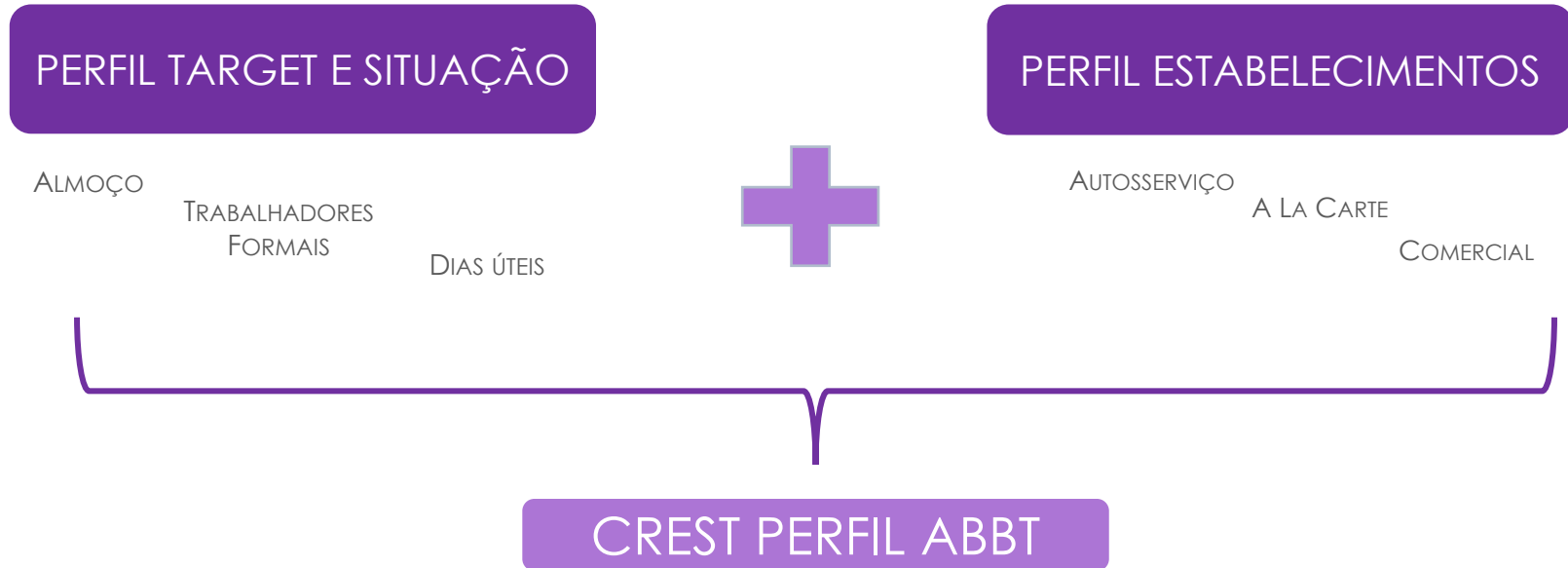
■ A ■ B ■ CDE

GÊNERO



■ Homem ■ Mulher

Recorte na base do CREST de acordo com perfil mais próximo do estudo do preço médio ABBT.



Considerando apenas trabalhadores formais, durante o almoço, em dias da semana que realizaram a refeição em estabelecimentos do perfil da pesquisa Preço Médio ABBT

Perfil ABBT tem crescimento robusto em 2022

Baseado principalmente no tráfego

PERFIL ABBT

ALMOÇO

TRABALHADORES
FORMAIS

DIAS ÚTEIS



AUTOSSERVIÇO

A LA CARTE

COMERCIAL

R\$14,4 bi

GASTO TOTAL

35%

variação vs 2021

642,5 mi

TRÁFEGO

28%

variação vs 2021

R\$ 22,37

GASTO MÉDIO POR CONSUMIDOR

6%

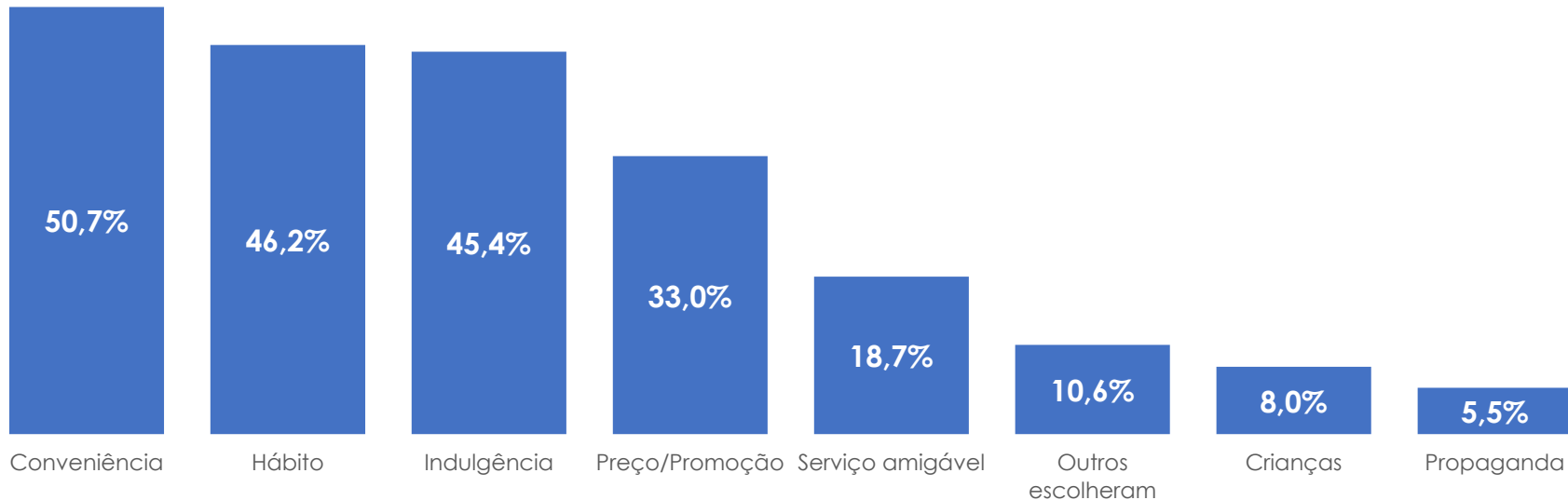
variação vs 2021

*Fonte pesquisa CREST - considerando apenas trabalhadores formais, durante o almoço, em dias da semana/ Dados ano de 2022

Conveniência, hábito e indulgência* predominam

Enquanto drivers de escolha para o consumo no foodservice

Participação das Razões de Escolha no Foodservice
Em % do tráfego – 2022



*Fator de indulgência relacionado à comida escolhida para a refeição

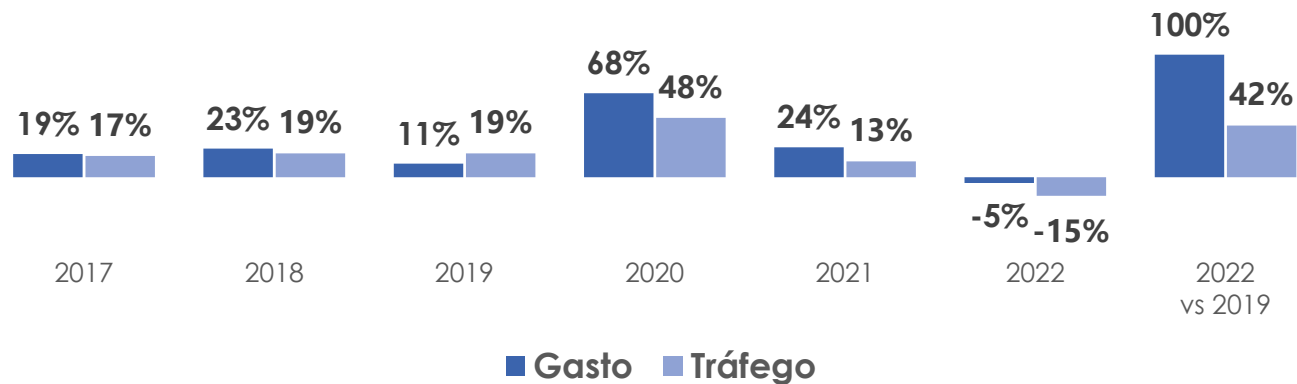
Comparado a 2021, o **delivery perdeu força** – em um contexto de recuperação do canal on premise, com as pessoas retornando às ruas

**GASTO****R\$ 38,6**
BILHÕES**-5%**
VS 2021**TRÁFEGO****1,9** BILHÕES
VISITAS**-15%**
VS 2021**TICKET MÉDIO****R\$ 20,47****+12%**
VS 2021

EVOLUÇÃO

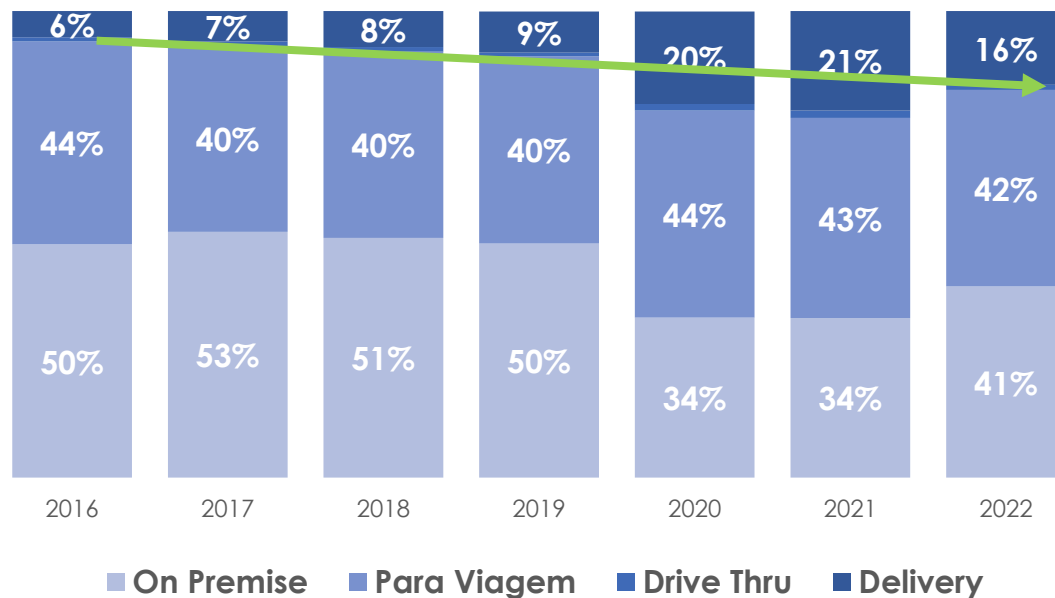
ANUAL DO DELIVERY

Varição de volume – Comparação versus o ano anterior



Delivery reforça seu papel em 2022, mantendo-se em patamar superior ao período pré-pandemia

Participação dos canais On e Off Premise
Evolução do share de tráfego anual



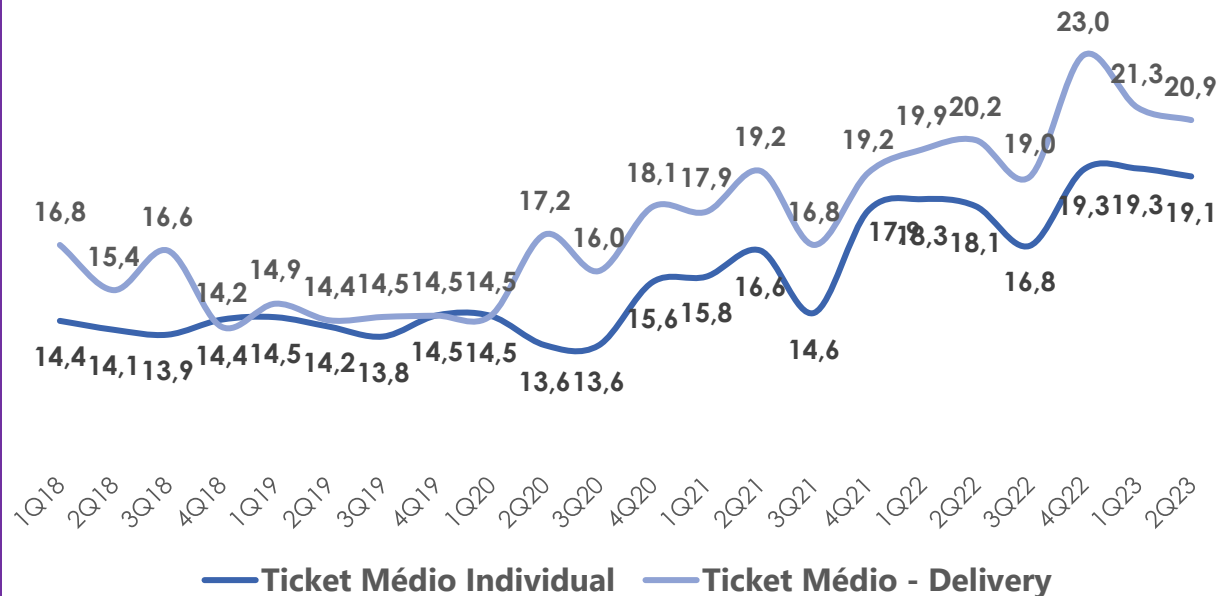
Ticket médio

pressionado desde o início de 2023

Em um contexto econômico ainda complexo.

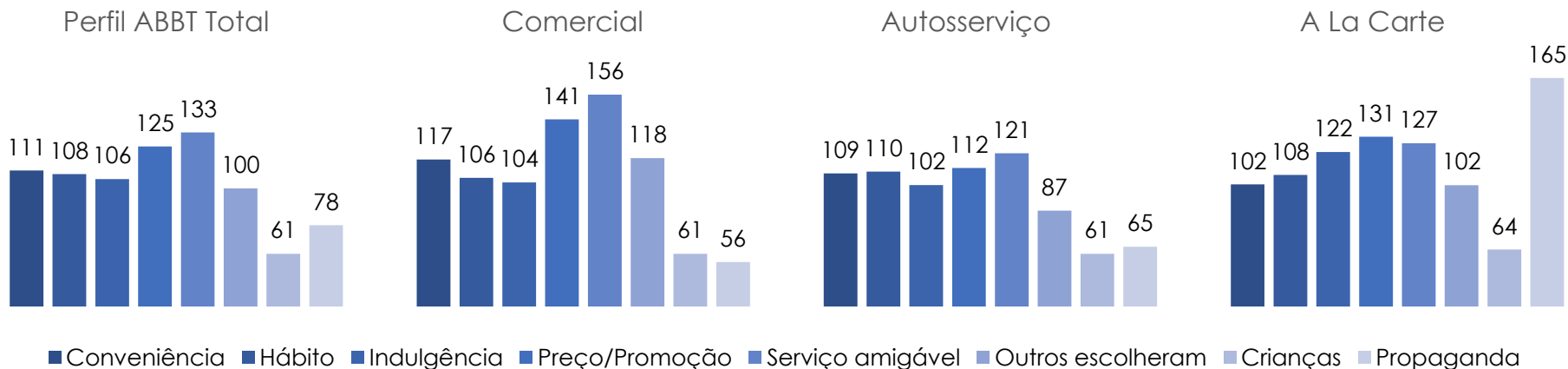
Mesmo assim, mantendo patamares mais elevados, tanto no geral quanto para delivery.

EVOLUÇÃO DO TICKET MÉDIO



Destaque para o preço e serviço amigável que tem maior peso nos recortes ABBT do que no Foodservice

Razões de escolha do perfil ABBT indexado pelo Foodservice total (100)
Indexado ao tráfego – 2022

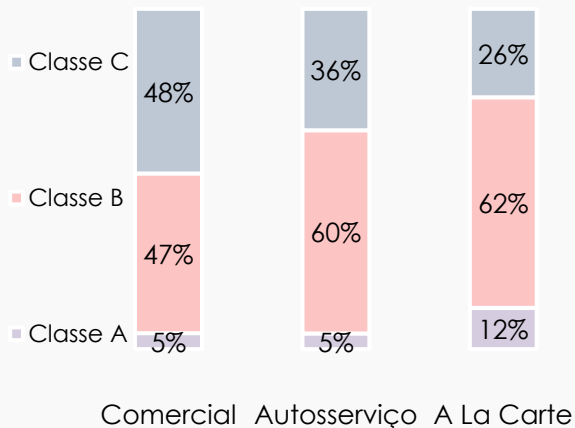


*considerando apenas consumidores ocupados, durante o almoço, em dias da semana/ Dados ano de 2022

Estabelecimentos populares com maior dependência das classes baixas e com maior foco em ocasiões relacionadas à trabalho.

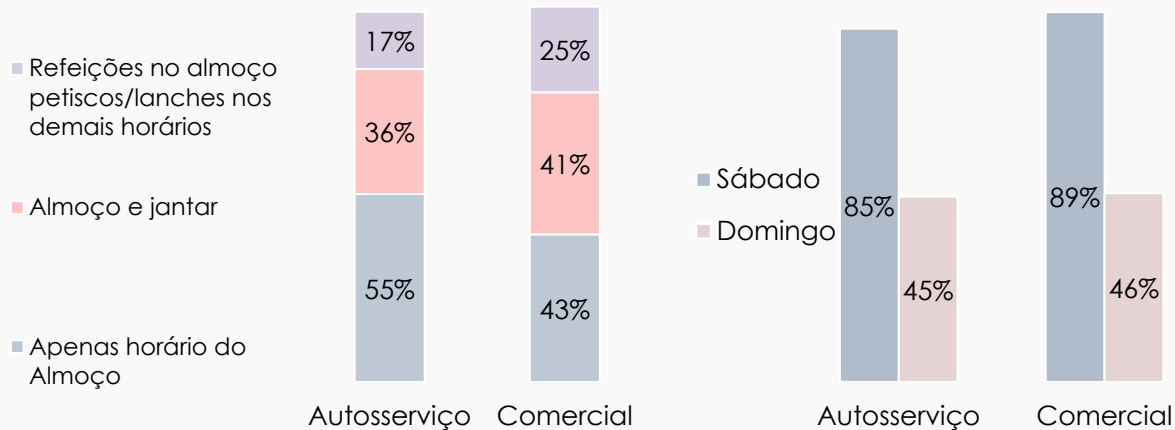
CREST Perfil ABBT

PARTICIPAÇÃO DAS CLASSES NAS VISITAS



Insights pesquisa preço médio

DISPONIBILIDADE DOS ESTABELECIMENTOS PESQUISADOS



*Fonte pesquisa CREST - considerando apenas trabalhadores formais, durante o almoço, em dias da semana/ Dados ano de 2022

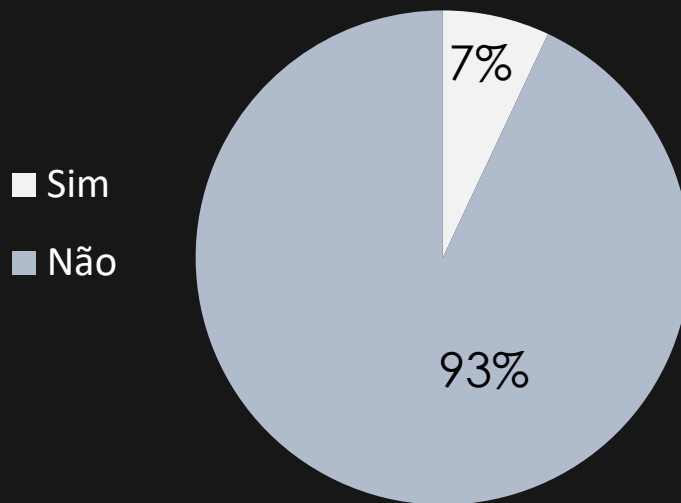
Apenas 6% dos estabelecimentos oferecem descontos de acordo com o tipo de pagamento, em especial para dinheiro.

Dos estabelecimentos que dão descontos, somente 7% concedem para quem paga com voucher (0,4% dos estabelecimentos).

ESTABELECEMENTOS QUE OFERECEM DESCONTO

DESCONTO PELO USO DE VOUCHER OU CARTÃO REFEIÇÃO

Insights pesquisa preço médio

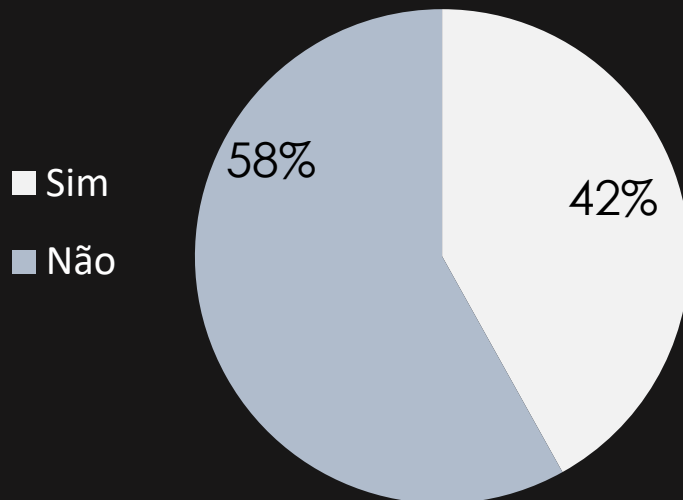


Somente 3% dos estabelecimentos cobram seu almoço a mais de acordo com o tipo de pagamento.

Dentre esses, maior taxas incidem sobre o quem paga com cartão de crédito e voucher (1,3% dos estabelecimentos).

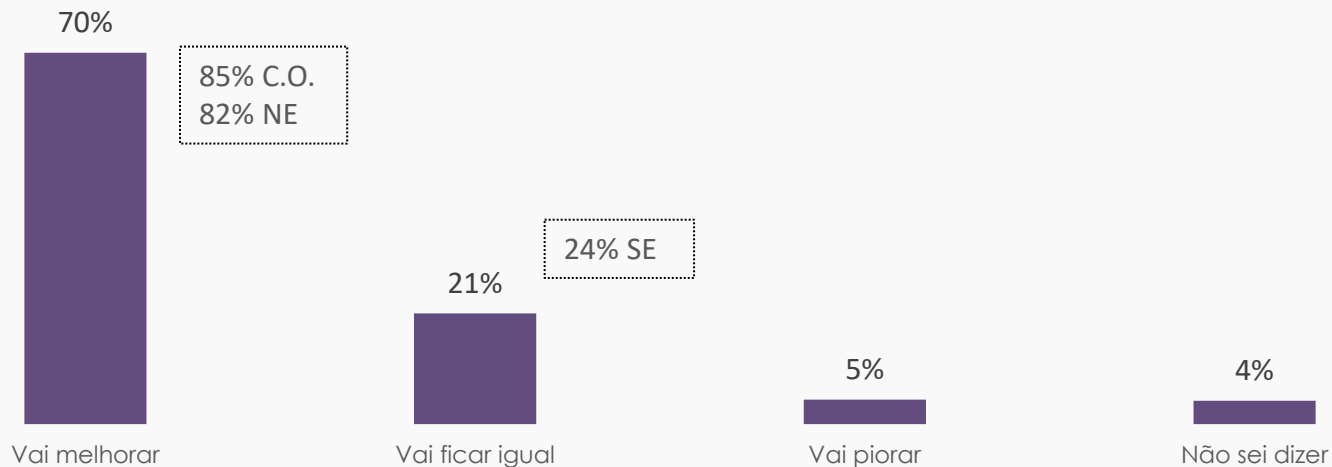
COBRA A MAIS PELO USO DE VOUCHER OU CARTÃO REFEIÇÃO?

Insights pesquisa preço médio



A retomada, mesmo que aos poucos, traz otimismo na visão de futuro.

PERSPECTIVA FUTURA DO SETOR



Q37 - Pensando no cenário futuro do seu setor de comida fora do lar, você diria que: Base: 4516

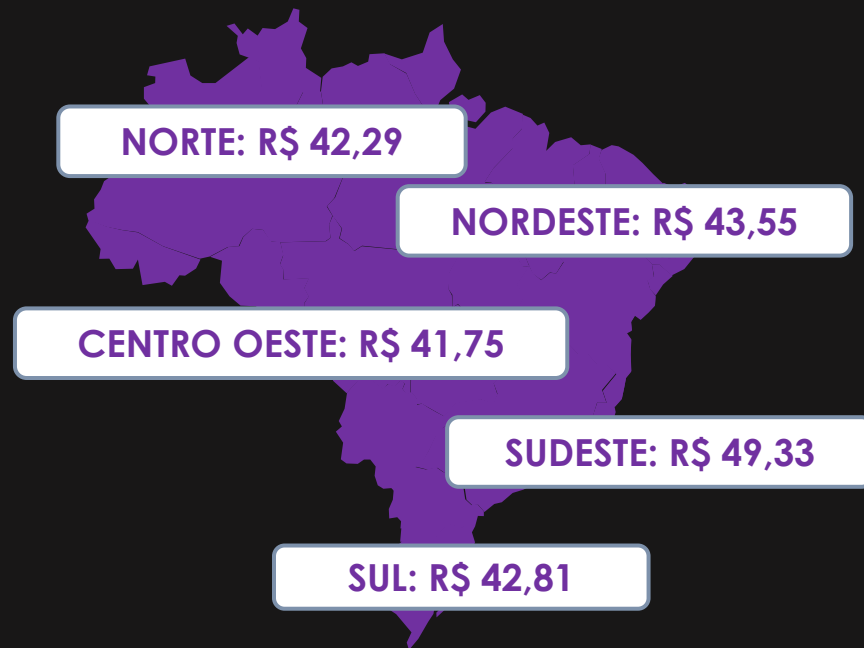
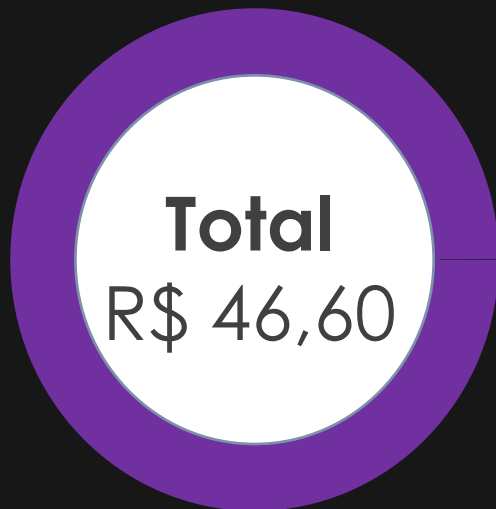


RESULTADOS PROJETO PREÇO MÉDIO

Preço Médio das
Refeições

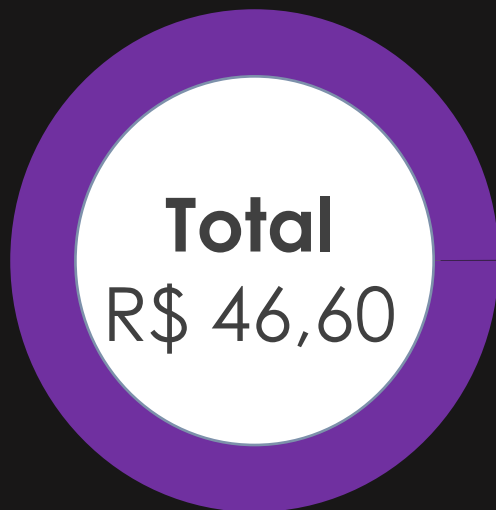
A média de uma refeição completa é superior a R\$ 41 em todas as regiões, sendo a região Nordeste e Sudeste mais custosas.

Preço médio
da refeição
completa 2023



**Para ter uma refeição completa popular, o desembolso médio é de R\$ 34.
Se a opção for por uma premium, o desembolso é mais que o dobro.**

Preço médio da refeição completa 2023



COMERCIAL

R\$ 34,30

AUTOSSERVIÇO

R\$ 43,24

EXECUTIVO

R\$ 50,51

A LA CARTE

R\$ 80,48

Para uma refeição mínima popular, o desembolso é em torno de R\$ 29. Ao trocar a bebida por uma fruta, desembolso aumenta em 13%.

Preço médio da refeição mínima I E II 2023- R\$

PRATO COMERCIAL + BEBIDA



TUDO O BRASIL



= \$ 29,4

+13%

PRATO COMERCIAL + FRUTA



TUDO O BRASIL

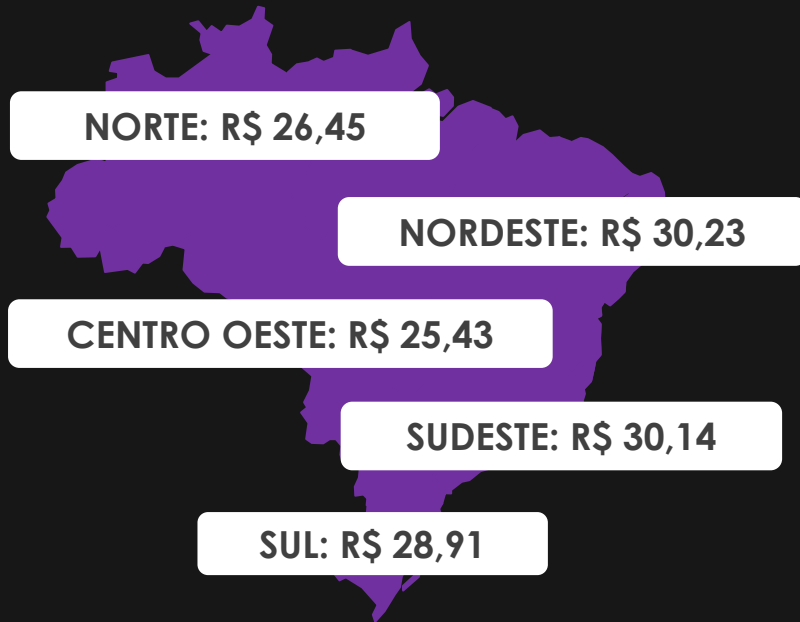


= \$ 33,3

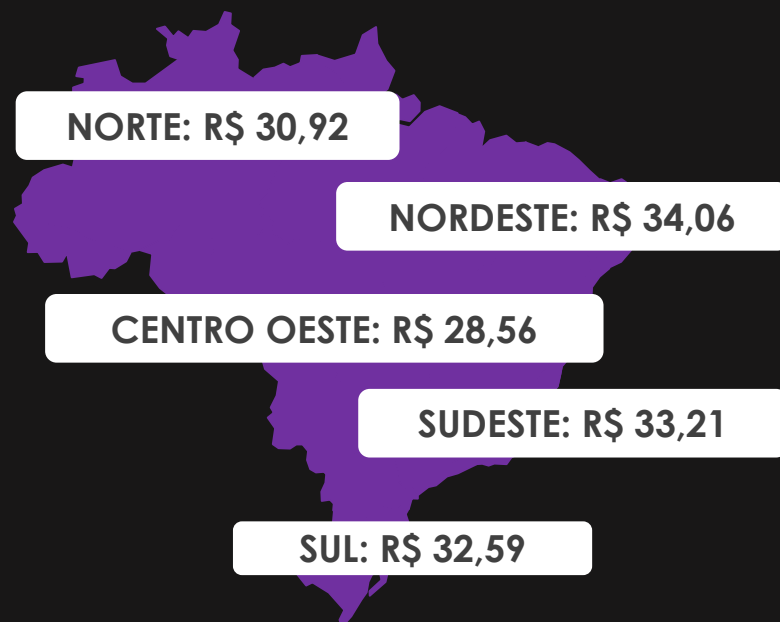
A refeição mínima também requer desembolso um pouco maior no Nordeste, Sudeste e Sul.

Preço médio da refeição mínima I E II 2023 - REGIÕES

PRATO COMERCIAL + BEBIDA



PRATO COMERCIAL + FRUTA



A média Brasil da refeição completa em 2023 ficou 14,7% superior ao ano de 2022. A variação do valor da oferta é maior do que o valor efetivamente pago pela refeição

Evolutivo preço médio da refeição completa

Variação % vs ano anterior

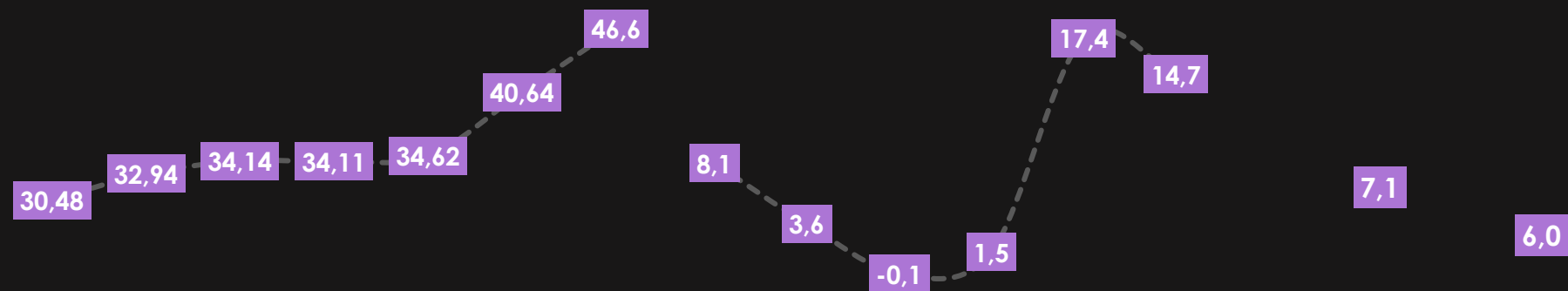
IPCA/IBGE
Acumulado
12M até jun23
(Fora do lar)

CREST
2Q23 vs
2Q22
Perfil ABBT

2015 2016 2017 2018 2019 2022 2023

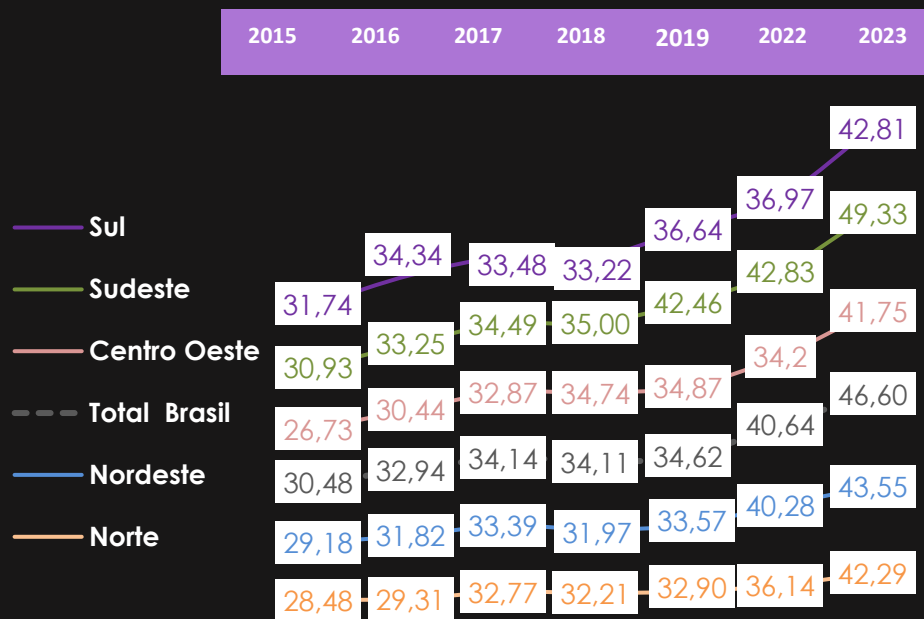
2016 2017 2018 2019 2022 X 2023 X 22
2019

Total Brasil



Regiões Sul, Sudeste, Norte e Centro-Oeste puxaram o crescimento do valor da refeição no Brasil, enquanto o Nordeste apresentou crescimento mais discreto.

Evolutivo preço médio da refeição completa



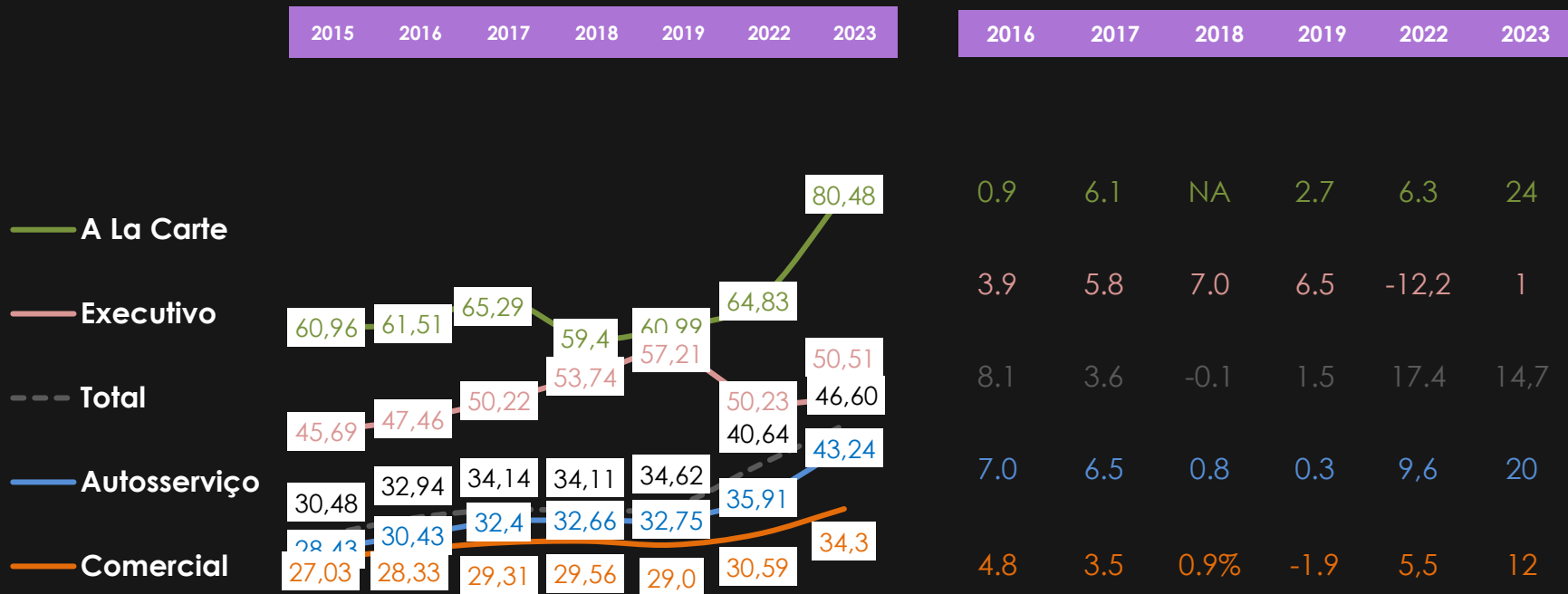
Variação % vs onda anterior

	2016	2017	2018	2019	2022	2023
Sul	8.2	-2.5	-0,8	10.3	0,9	15,8
Sudeste	7.5	3.7	1.5	0.4	0,9	15,2
Centro Oeste	13.9	8.0	5.7	0.4	- 1,9	22,1
Total Brasil	8.1	3.6	-0.1	1.5	17,4	14,7
Nordeste	9.0	4.9	-4.3	5.0	20	8,1
Norte	2.9	11.8	-1.7	2.2	9,8	17

As refeições nos restaurantes A La Carte e Autosserviço apresentaram maior aumento, enquanto o executivo apresentou estabilidade

Evolutivo preço médio da refeição completa

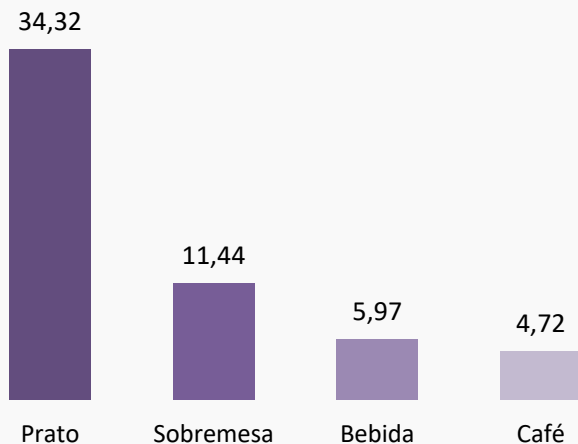
Variação % vs ano anterior



Sendo o prato em si o item que mais contribui para o custo da refeição e que apresenta menor diferença entre as regiões...

Preço médio de cada item que compõem uma refeição completa

\$46,60



Preço médio categorias

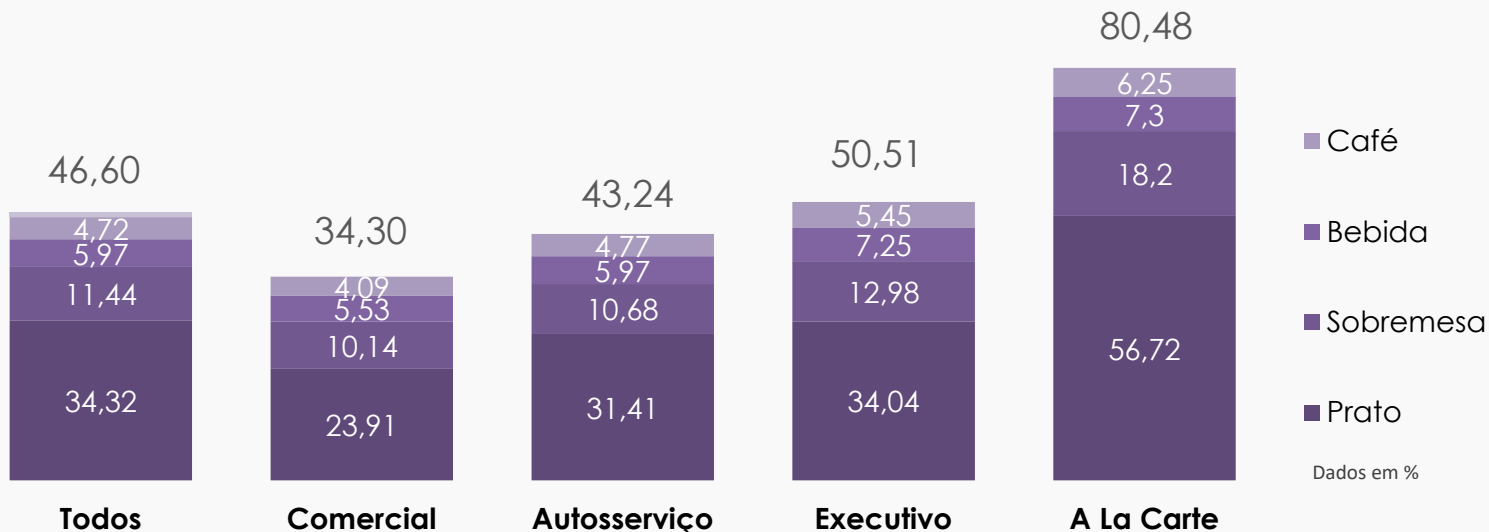
	Sudeste	Sul	Nordeste	Centro Oeste	Norte
Prato	35,94	32,50	31,18	33,1	30,50
Sobremesa	11,42	12,87	11,41	10,49	11,22
Bebida	6,21	6,41	5,35	5,1	5,67
Café	4,88	4,96	4,59	2,88	5,04

Preço do prato com custo mínimo de ~R\$30 em qualquer região.

Preços coletados = TOTAL = 5473 SE = 4133 Sul = 681, Nordeste = 781, Norte = 227, Centro Oeste = 342

...contudo o preço do prato, junto com sobremesa, tem alta diferença entre os tipos de serviços → permitem agregar valor e diferenciar preço.

Participação categorias na formação do preço da refeição completa



Bebidas são mais comoditizadas, com menor poder de diferenciação.

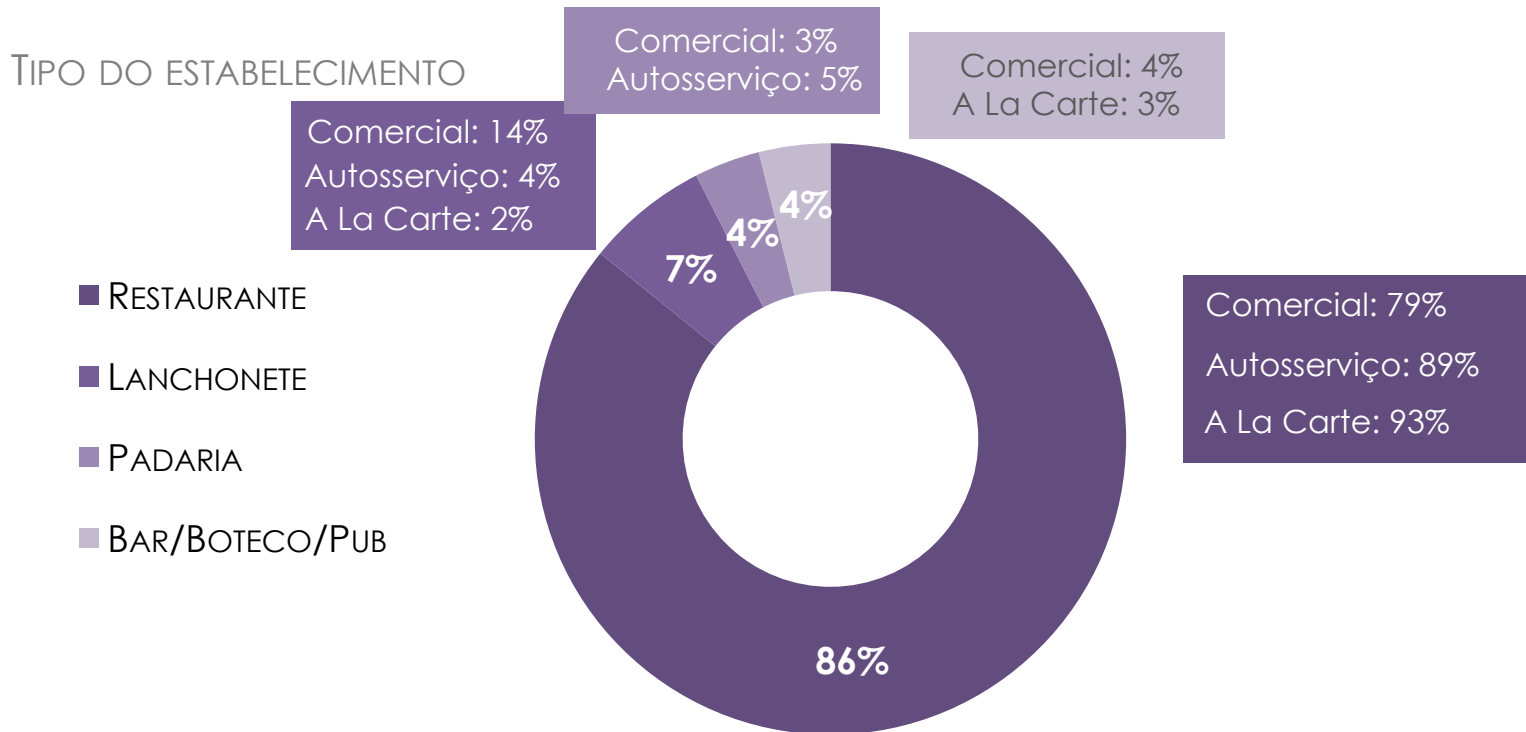
Preços coletados = TOTAL = 5473, Com.: 1991, Aut.: 2724, A La Carte: 316, Executivo: 442.



RESULTADOS PROJETO PREÇO MÉDIO

Características dos
estabelecimentos

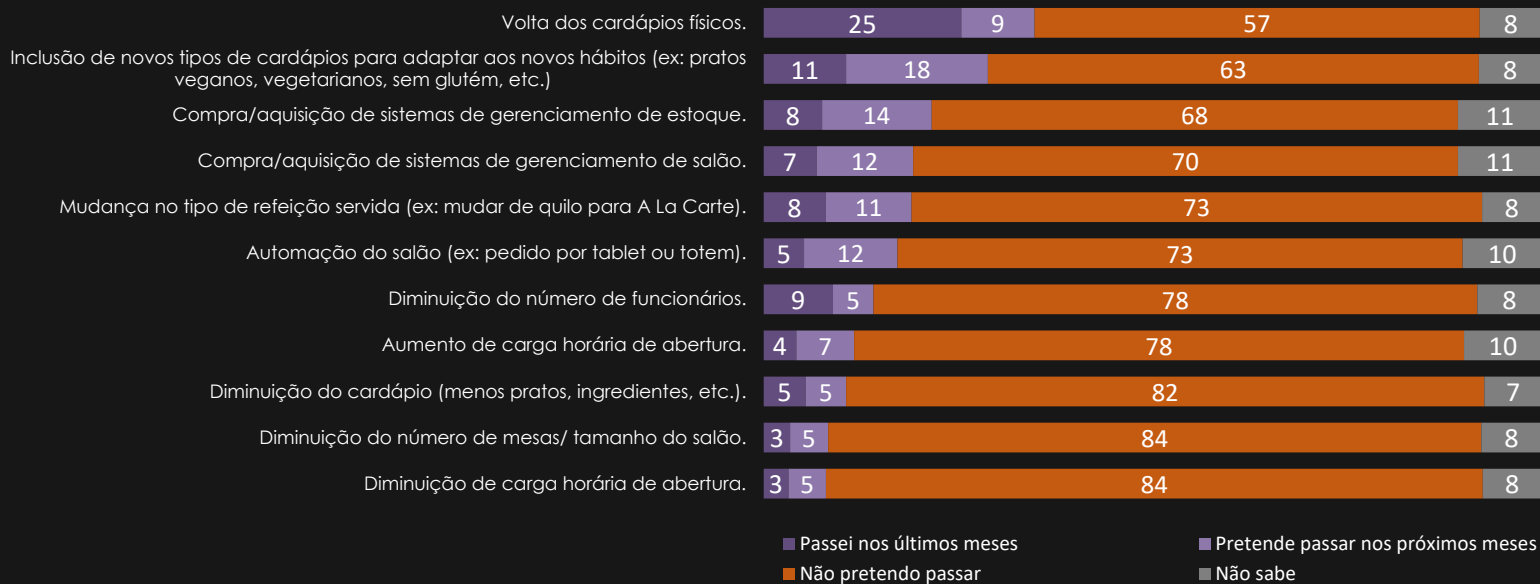
Grande maioria dos estabelecimentos são Restaurantes, especialmente nos serviços mais sofisticados.



TOTAL estabelecimentos: 4516

O retorno dos cardápios físicos e a inclusão de novos pratos se adequando aos novos hábitos foram as principais mudanças realizadas por alguns estabelecimentos. Investimento em sistemas de gerenciamento vem na sequência.

MUDANÇAS NO ESTABELECIMENTO



Q36 - Pensando em mudanças no seu estabelecimento. Por quais dessas situações você passou recentemente ou pretende passar nos próximos meses? Base:4516

Os estabelecimentos aceitam em média 5 a 6 marcas de voucher refeição, são bem mais aceitas no SE e um pouco menos aceitas no NE.

ÍNDICE DE MULTIPLICIDADE DE MARCAS DE VOUCHER REFEIÇÃO ACEITAS

5,5



BRASIL

3,6



SUL

6,9



SUDESTE

3,3



NORDESTE

3,7



CENTRO OESTE

3,8



NORTE

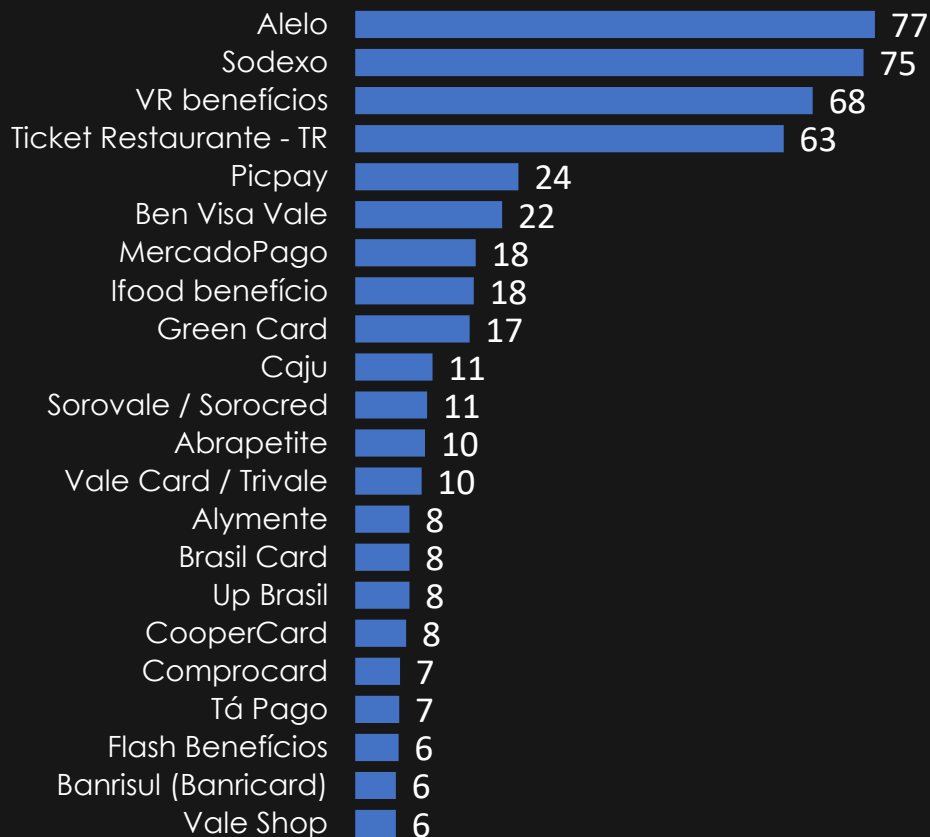
Q7 - Quais vouchers ou cartões de refeição que constam nessa lista este estabelecimento aceita na hora do almoço?

Base Total estabelecimentos: 4516

Alelo e Sodexo são as marcas mais aceitas, seguidas por VR e Ticket.

MARCAS DE VOUCHER ACEITAS

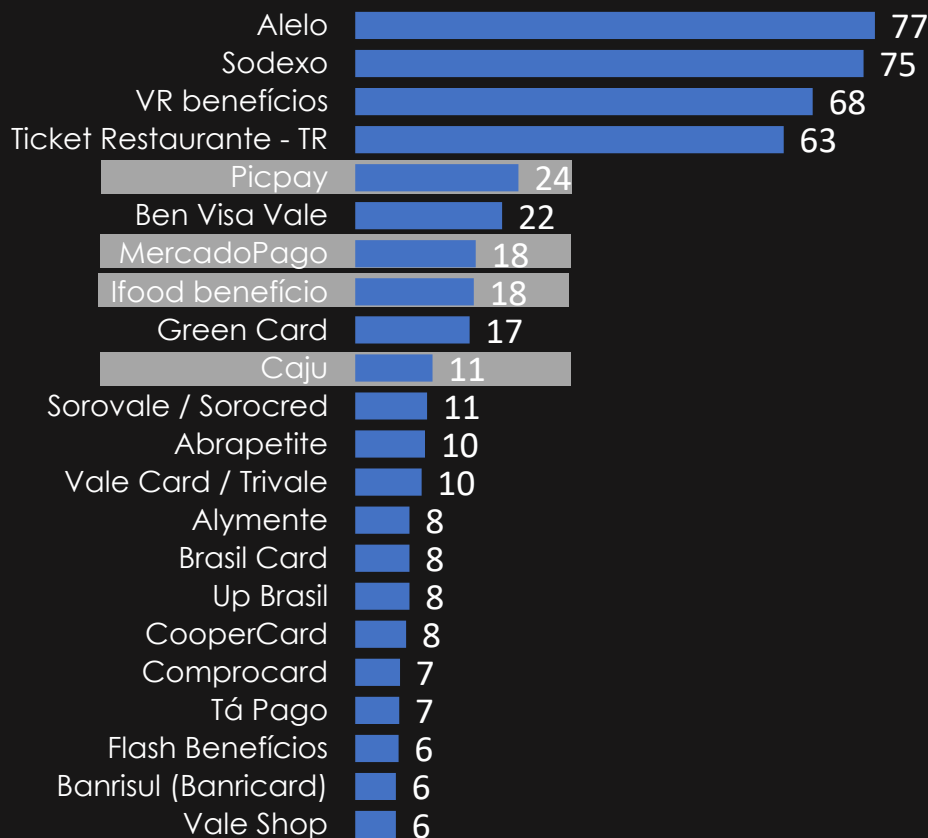
*MOSTRADAS MARCAS COM
MÍNIMO DE 6%



Marcas mais novas ganham mais importância, em especial as de carteira digital, como Picpay e Mercado pago.

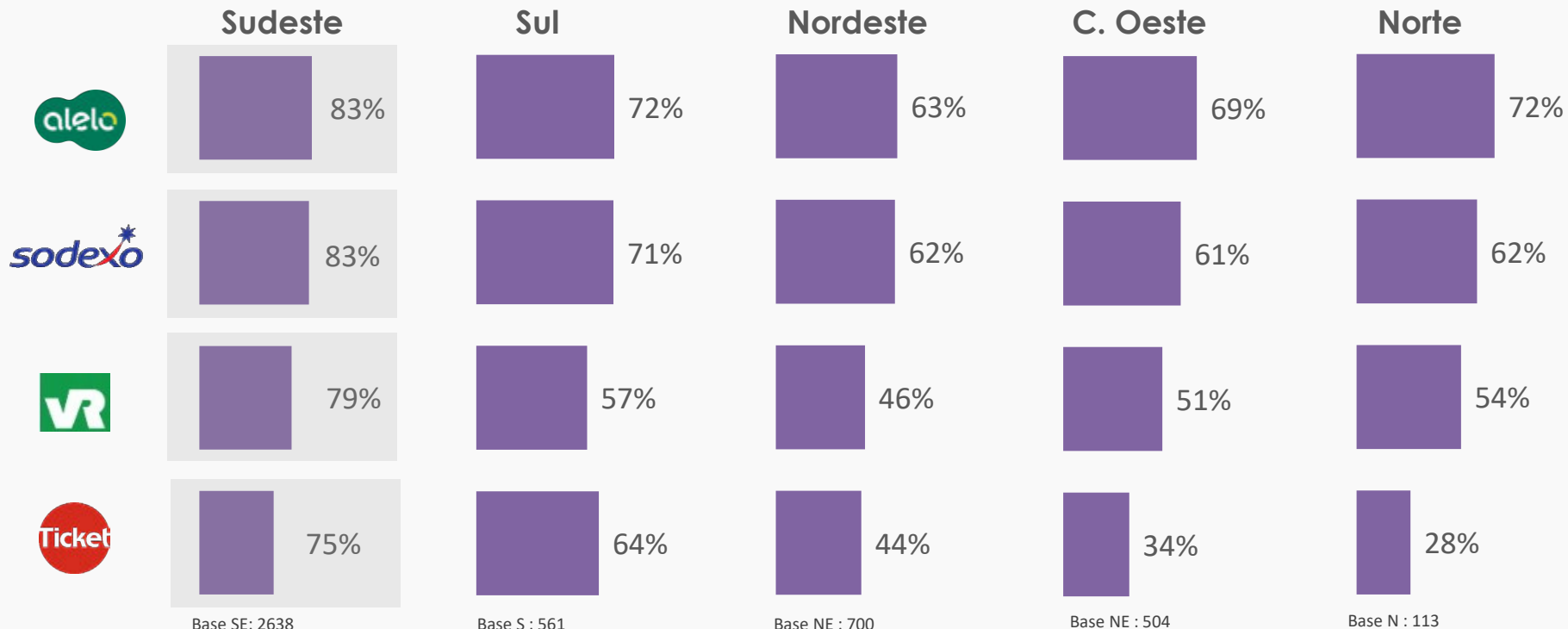
MARCAS DE VOUCHER ACEITAS

*MOSTRADAS MARCAS COM MÍNIMO DE 6%



Sudeste em destaque para todas as marcas. Alelo e Sodexo possuem maior incidência em todas regiões.

PERFORMANCE DAS 4 PLAYERS ENTRE AS REGIÕES

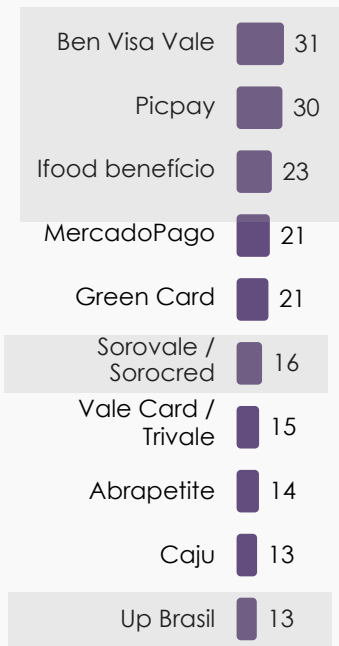


Assim como outras concorrentes possuem fortalezas regionais.

PERFORMANCE OUTROS PLAYERS ENTRE AS REGIÕES - %

*Mostradas as 10 marcas seguintes no ranking da região

Sudeste



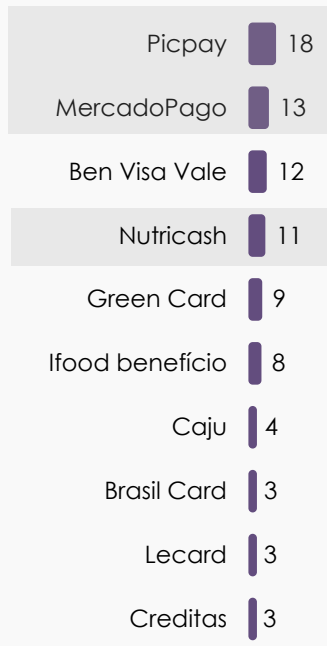
Base SE: 2638

Sul



Base S : 561

Nordeste



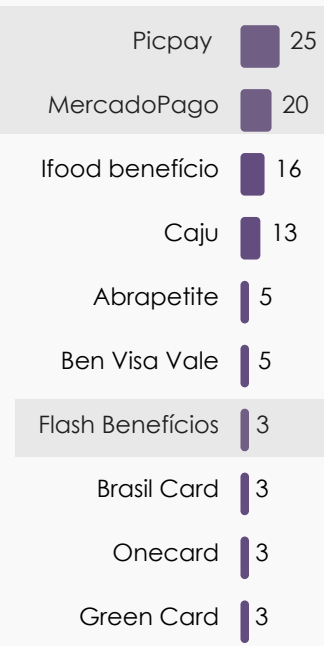
Base NE : 700

C. Oeste



Base NE : 504

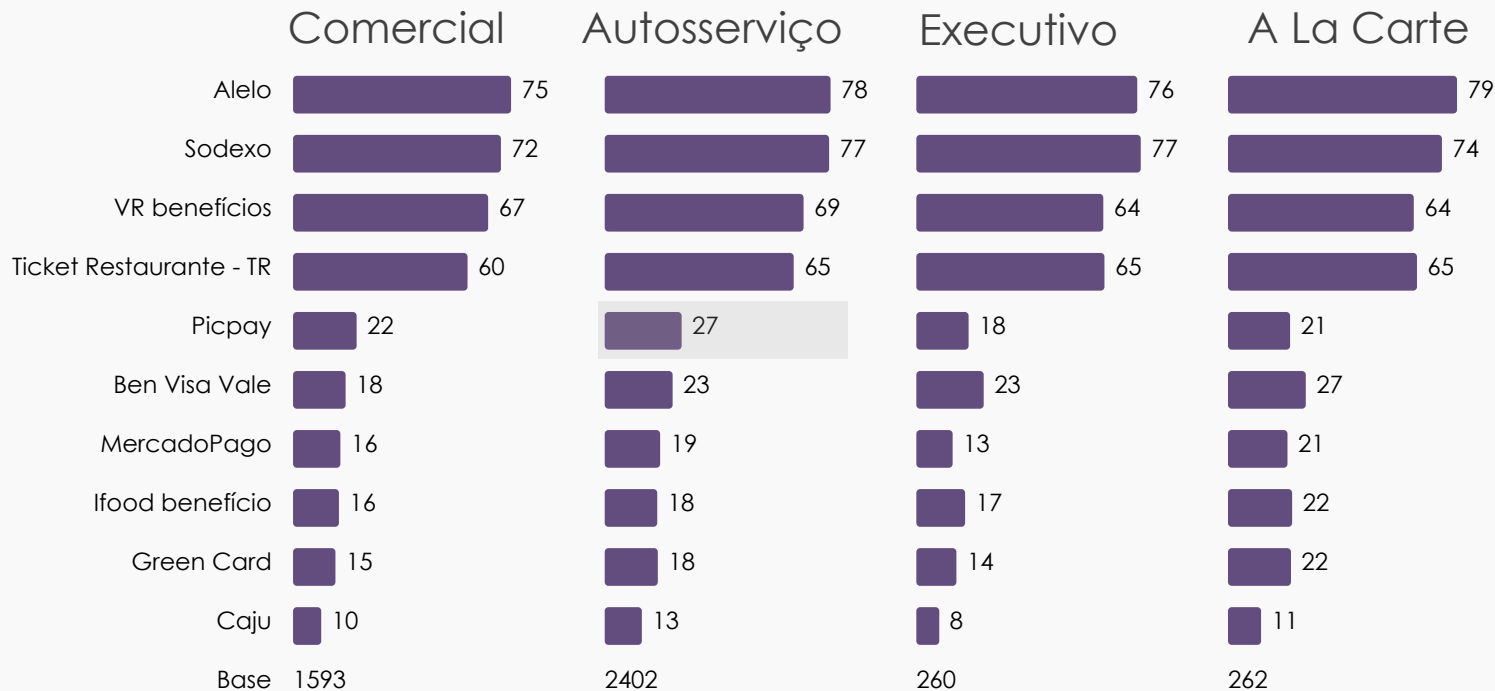
Norte



Base N : 113

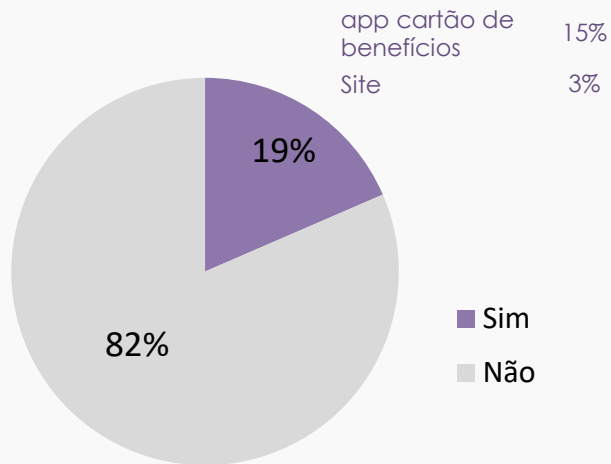
Picpay se destaca no Autoserviço.

PERFORMANCE PLAYERS ENTRE OS SERVIÇOS 2023 - %



19% dos estabelecimentos antecipam seus recebíveis. A grande maioria o faz através do app do cartão de benefícios.

ANTECIPAÇÃO DE RECEBÍVEIS



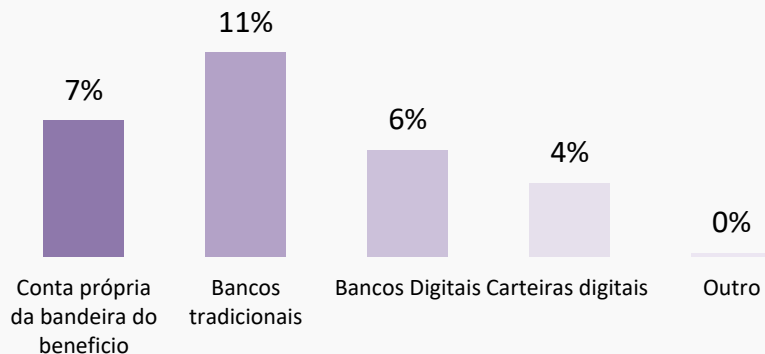
FAZ USO DA ANTECIPAÇÃO DE RECEBÍVEIS

REGIÃO		TIPO DE SERVIÇOS	
Sudeste	23%	Comercial	16%
Sul	11%	Auto serviço	20%
Nordeste	11%	Executivo	17%
C. Oeste	16%	A La carte	24%
Norte	10%		

Q38 - Você possui e faz utilização de antecipação de recebíveis? Se sim, por quais canais você consulta saldo, taxas, datas, etc? Base Total estabelecimentos: 4516

O principal canal utilizado para isso é o Banco tradicional, seguido pela conta da bandeira do benefício.

CANAL DE RETIRADA - RECEBÍVEIS



CONTA PRÓPRIA DA BANDEIRA DO CARTÃO

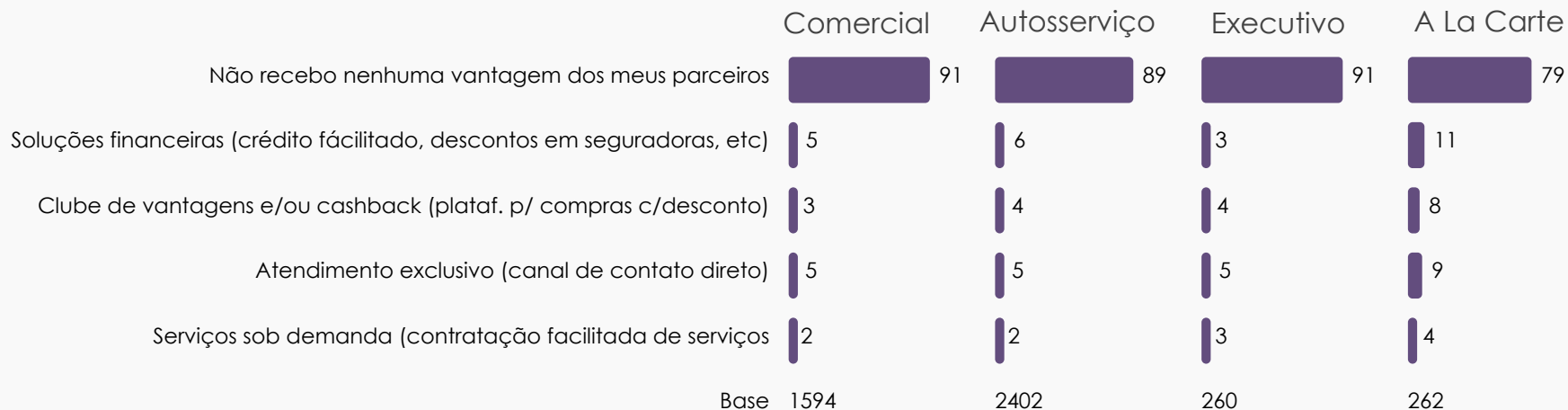
REGIÃO		TIPO DE SERVIÇOS	
Sudeste	10%	Comercial	6%
Sul	2%	Auto serviço	8%
Nordeste	5%	Executivo	7%
C. Oeste	6%	A La carte	12%
Norte	1%		

Q39.E por qual(is) canal(is) você recebe faz a retirada dos valores a receber? Base : 4516

Cerca de 90% não recebe nenhuma vantagem de seus parceiros. O serviço A La carte é quem mais se beneficia, em especial com soluções financeiras

BENEFÍCIO POR SER AFILIADO BANDEIRA - TIPO DE SERVIÇOS

Dados em %

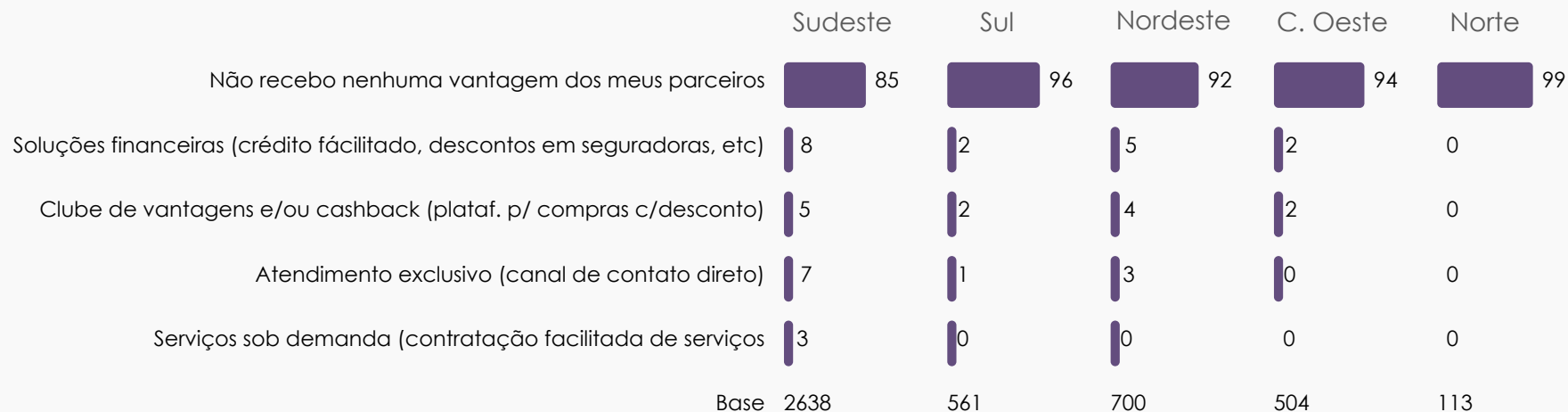


Q40. Você recebe algum tipo de serviço ou benefício por ser afiliado/parceiro de alguma bandeira de benefícios?

A região Sudeste é quem se destaca, com uso de soluções financeiras e atendimento exclusivo/canal direto

BENEFÍCIO POR SER AFILIADO BANDEIRA - REGIÕES

Dados em %



Q40. Você recebe algum tipo de serviço ou benefício por ser afiliado/parceiro de alguma bandeira de benefícios?



**RESULTADOS
PROJETO PREÇO
MÉDIO**

Delivery

Pedidos digitais desaceleram para o Delivery em 2022, mas mantêm patamar de 2 dígitos alcançado durante a pandemia.

PARTICIPAÇÃO DELIVERY NAS VISITAS DO FOODSERVICE

INSIGHTS CREST

2016: 6%

Digital: 1%
Por telefone: 5%

2017: 7%

Digital: 2%
Por telefone: 5%

2018: 8%

Digital: 3%
Por telefone: 5%

2019: 9%

Digital: 4%
Por telefone: 5%

2020: 20%

Digital: 11%
Por telefone: 10%

2021: 22%

Digital: 13%
Por telefone: 9%

2022: 17%

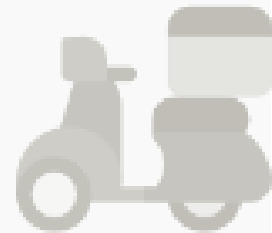
Digital: 10%
Por telefone: 7%

*Fonte pesquisa CREST – Total Foodservice

A redução nos estabelecimentos que oferecem a opção de delivery ocorre em todas regiões, com maior impacto no N e NE.

OFERTA DE DELIVERY

Total 2018 : 38%		Total 2019: 41%		Total 2022: 60%		Total 2023: 44%	
Sudeste	42%	Sudeste	44%	Sudeste	63%	Sudeste	47%
Sul	40%	Sul	38%	Sul	48%	Sul	42%
Nordeste	23%	Nordeste	35%	Nordeste	61%	Nordeste	37%
C. Oeste	35%	C. Oeste	39%	C. Oeste	59%	C. Oeste	43%
Norte	37%	Norte	37%	Norte	59%	Norte	28%

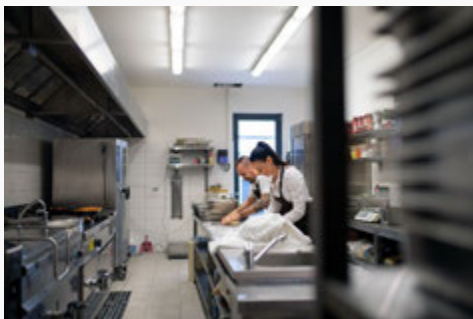


Q41 - Quais destes tipos de serviço o seu estabelecimento possui? Base: 4516

As refeições feitas para o delivery são preparadas nas próprias cozinhas dos estabelecimentos.

OFERTA DE DELIVERY

99% preparam somente na própria cozinha

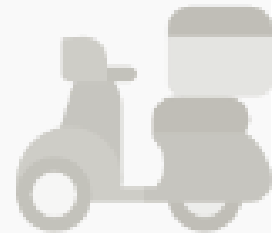


2% preparam na própria e em outras cozinhas

1% preparam somente em outras cozinhas (dark kitchens)



Q48 - As refeições do seu sistema de entregas / delivery são: Base: 1969



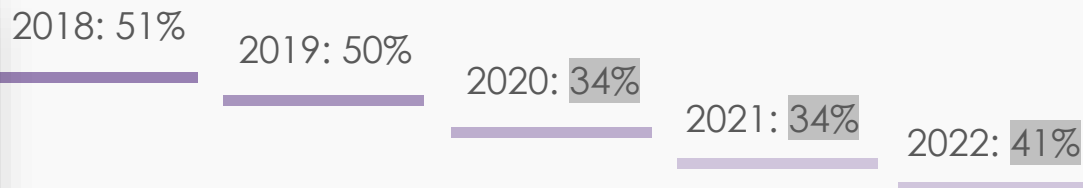
O consumo do almoço nos dias úteis dentro dos estabelecimentos recupera espaço perdido ao longo da pandemia.

PARTICIPAÇÃO DAS REFEIÇÕES REALIZADAS NO LOCAL DE COMPRA

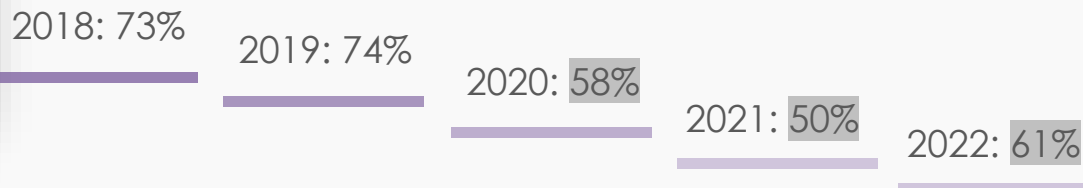
INSIGHTS CREST



Foodservice Total

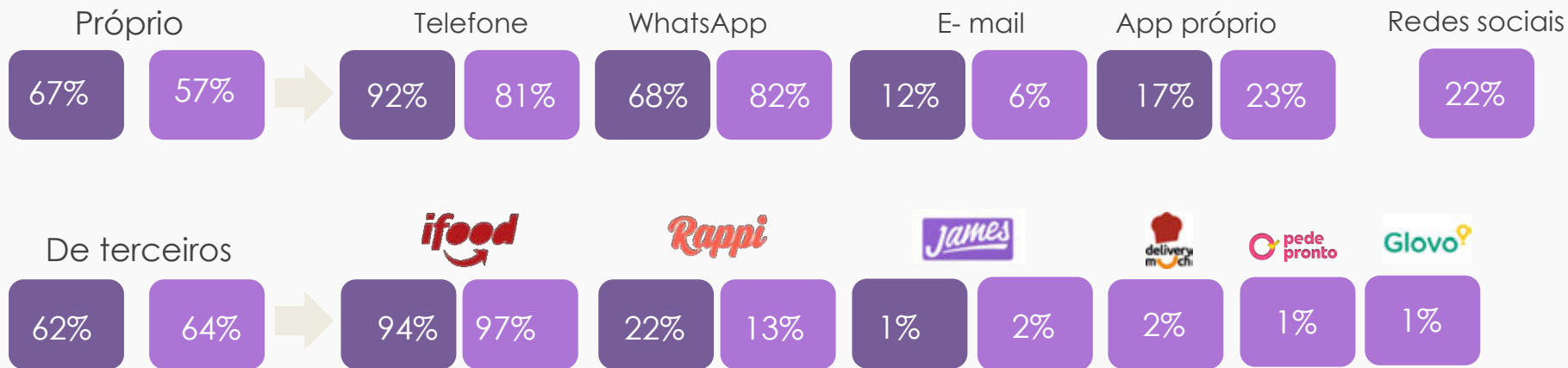


Perfil ABBT



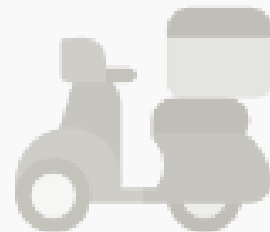
Há uma pequena redução da oferta de delivery próprio e os estabelecimentos passam a ter no WhatsApp a principal para receberem os pedidos. App próprio e redes sociais começam a ganhar força.

SISTEMAS UTILIZADOS PARA RECEBER OS PEDIDOS DO DELIVERY 2019 2023



Q41. Quais destes tipos de serviço o seu estabelecimento possui? Base: Ecs que oferecem delivery = 1987 Q42. Qual dos sistemas próprios você utiliza? Base = 1111

Q44. Qual dos sistemas de terceiro você utiliza? Base:1241



Entregas próprias, especialmente via motoboy, é a forma mais utilizada entre os pedidos do delivery realizados pelos sistemas próprios.

SISTEMAS UTILIZADOS PARA **ENTREGAR** OS PEDIDOS REALIZADOS POR SISTEMAS PRÓPRIOS

Pedidos via sistema Próprio

57%



Entregas próprias



75%

motoboy



19%

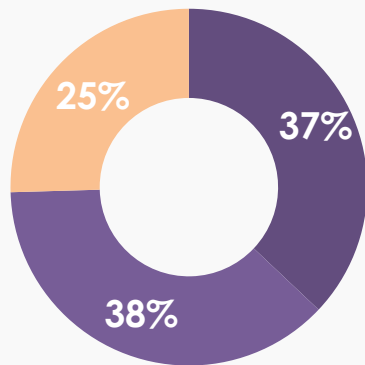
Outras formas

De terceiros

64%

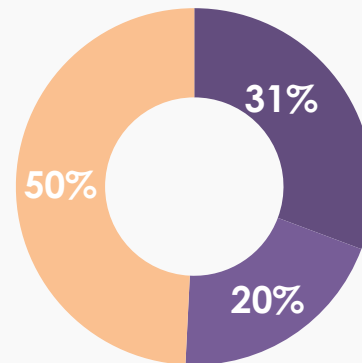
A maioria dos estabelecimentos cobra algum tipo de taxa de entrega e 37% somente quando é de terceiros. Metade dos estabelecimentos cobra um valor diferente para o prato no delivery.

TAXA DE ENTREGA - DELIVERY



- SIM, SOMENTE QUANDO UTILIZO APLICATIVOS DE TERCEIROS
- SIM, INDEPENDENTEMENTE DE SER SISTEMA PRÓPRIO OU DE TERCEIROS
- NÃO

VALOR COBRADO DIFERENTE - DELIVERY



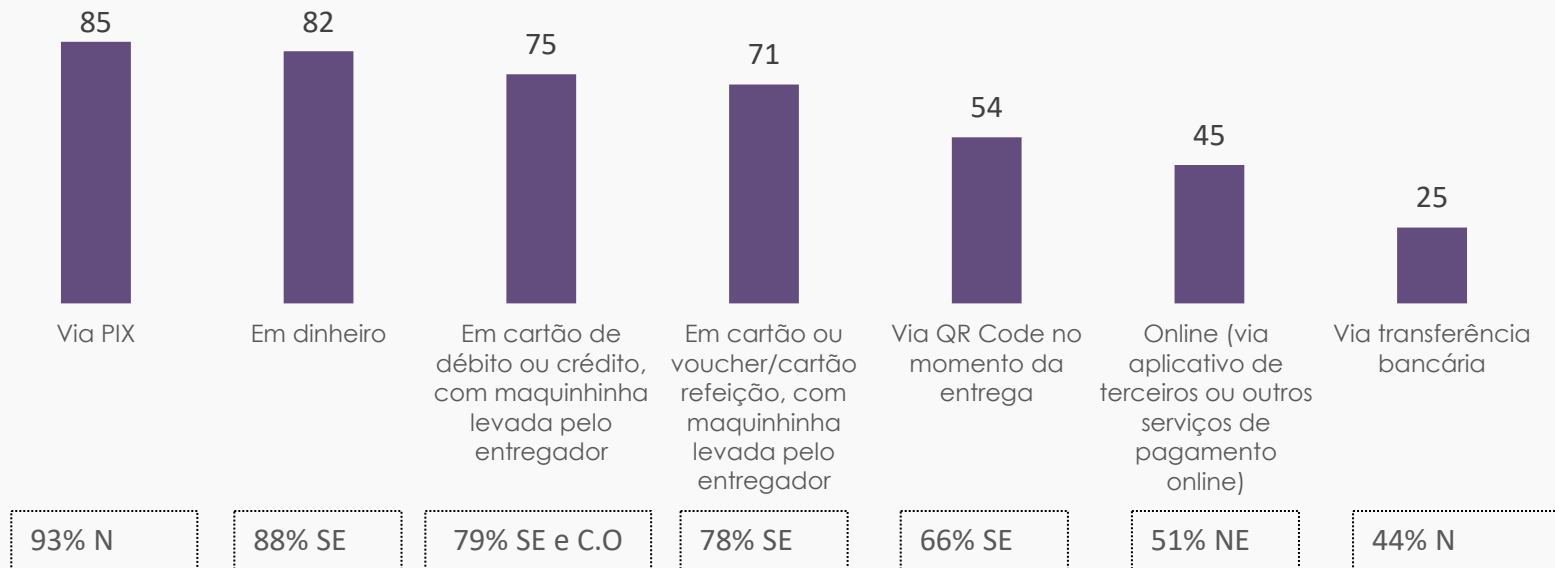
Q46 -Você cobra a taxa de entrega no sistema de entregas/ delivery?;

Q47.Você pratica um valor diferente para o prato no sistema de entregas/ delivery?

Base: 2761

PIX deu um salto e passou a ser a principal forma de pagamento do delivery. Cartão, dinheiro ou vouchers seguem sendo importantes formas de pagamento do delivery.

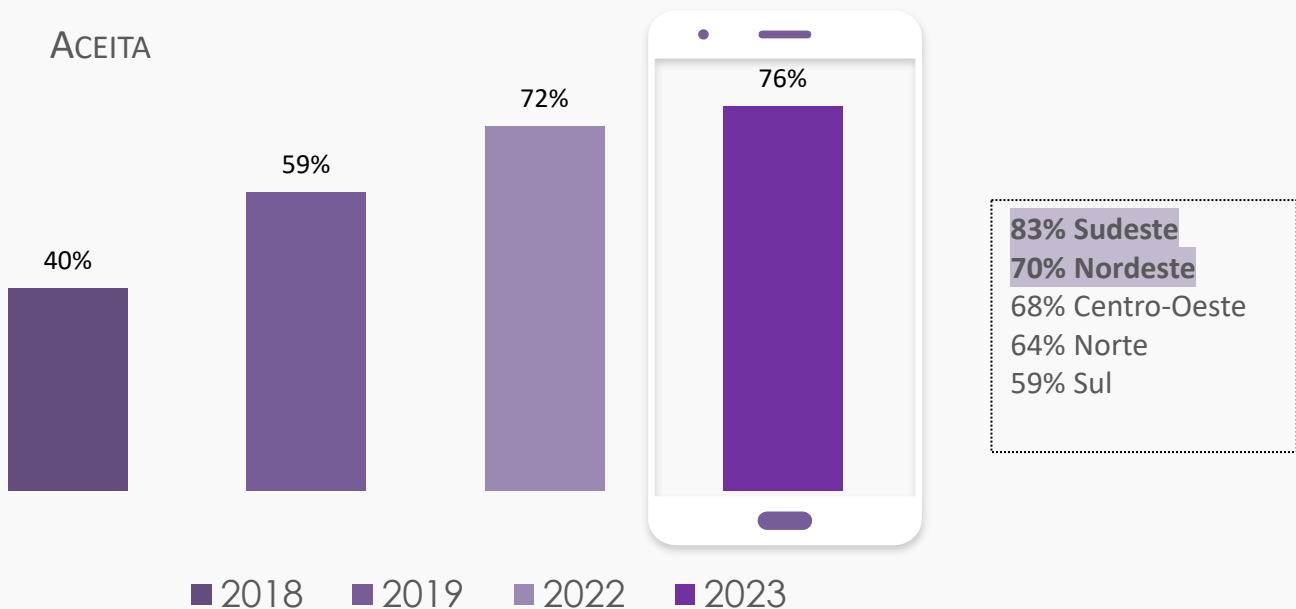
FORMAS DE PAGAMENTO DO DELIVERY



Q45 - Como o cliente realiza o pagamento de entregas/ delivery?; Base: 2761

Transformação digital no meio de pagamento foi acelerada na pandemia, com a maioria dos estabelecimentos aceitando via celular.

ACEITAÇÃO PAGAMENTO VIA CELULAR



Q50 - O seu estabelecimento aceita alguma forma de pagamento via celular, como Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay, Mercado pago, PicPay, ITI, QR Code ou outro? Base: 4487



**RESULTADOS
PROJETO PREÇO
MÉDIO**

Refeição Saudável

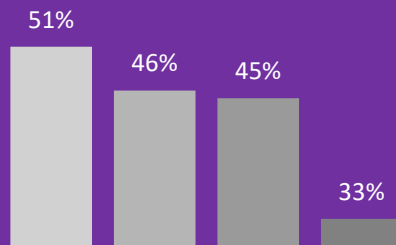
Ainda que preço tenha relevância nas razões de escolha dos estabelecimentos, fatores relacionados à conveniência tem maior peso na decisão.

INSIGHTS CREST

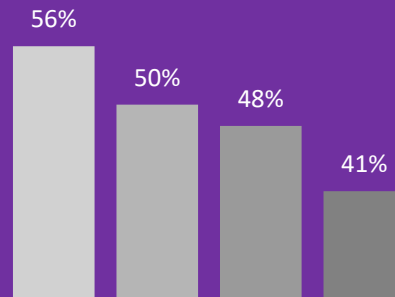
RAZÕES DE ESCOLHA PELO ESTABELECIMENTO QUE REALIZOU A REFEIÇÃO
Em % do tráfego - 2022

Foodservice Total

- Conveniência
- Hábito
- Indulgência
- Preço/Promoção



Perfil ABBT



Qualidade da comida: 28%
Boa variedade de comida: 23%

O estudo Consumidor do amanhã, realizado pela Mosaiclab em 14 países da América Latina reitera a busca pela conveniência como uma das principais tendências que irão nortear o varejo e consumo nos próximos anos.

INSIGHTS CONSUMIDOR DO AMANHÃ



HYPER CONVENIENCE SPACE REFRAMING HUMAN SUSTAINABILITY GENUINE INCLUSION SMART SUSTAINABILITY GLOBAL TECH-SHARING MINDCRAFT


HYPER CONVENIENCE

EM CRESCIMENTO

O **SMART CONSUMER**, mais crítico, valoriza cada vez mais a conveniência, soluções ainda mais rápidas, intuitivas, experienciais e preferencialmente grátis.

COMÉRCIO DE ATACADO E DE PROXIMIDADE GANHAM FORÇA.

O **PODER DO CELULAR** como extensão da mente e corpo ganha mais força no momento de compra, seja no on-line ou no ponto de venda.



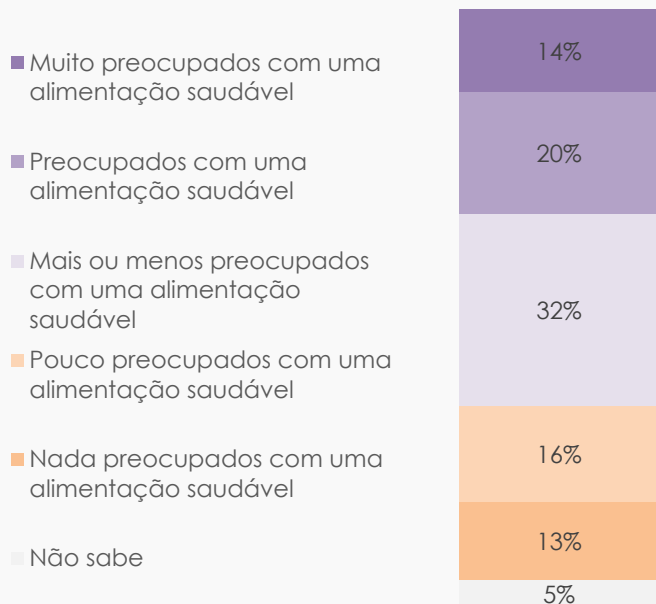
AGILIDADE E PROXIMIDADE EMOCIONAL

LATAM RETAIL SHOW **GOUVÊA** experience

mosaiclab powered by GOUVÊA

Estabelecimentos têm percepção difusa sobre a preocupação dos seus clientes com alimentação saudável.

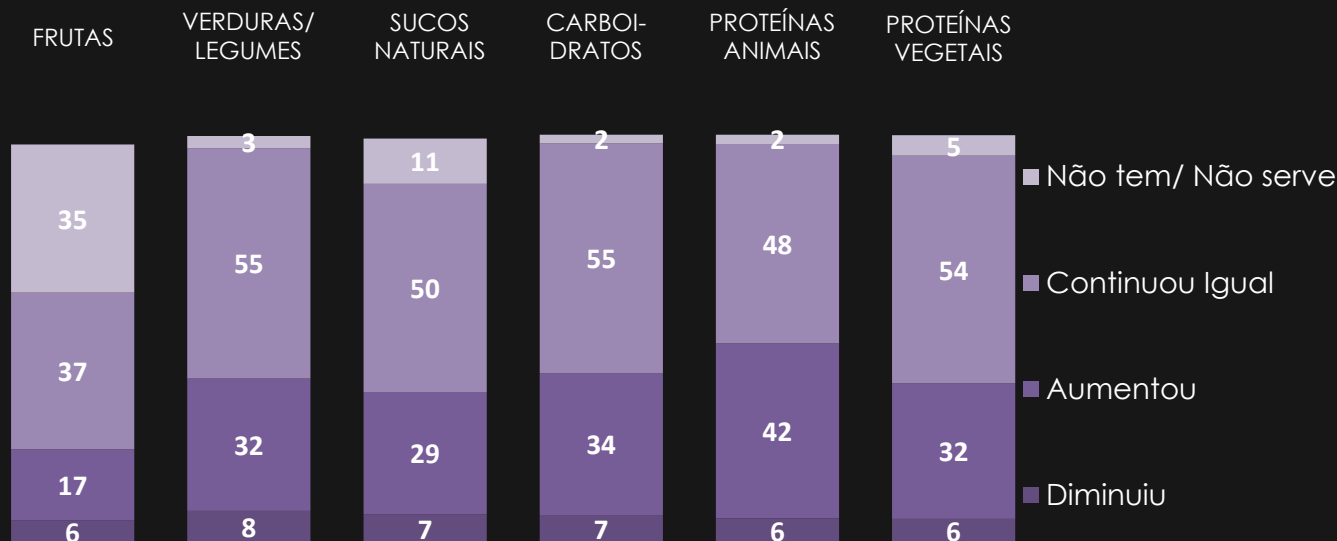
PERCEPÇÃO DA PREOCUPAÇÃO DOS CLIENTES QUANTO À REFEIÇÃO SAUDÁVEL



Q32 - Alimentação saudável pressupõe uma dieta equilibrada, com o consumo de frutas, verduras/legumes, sucos naturais, grãos e proteínas. Na sua opinião, de 6 meses para cá os seus clientes estão...: Base: 4487

A percepção geral é de que o consumo das proteínas animais foi o que mais aumentou nos últimos 6 meses.

PERCEPÇÃO DO CONSUMO DOS GRUPOS DE ALIMENTOS



No almoço dos dias úteis são consumidos alimentos mais saudáveis no perfil de estabelecimentos ABBT em comparação com o consumo geral do foodservice.

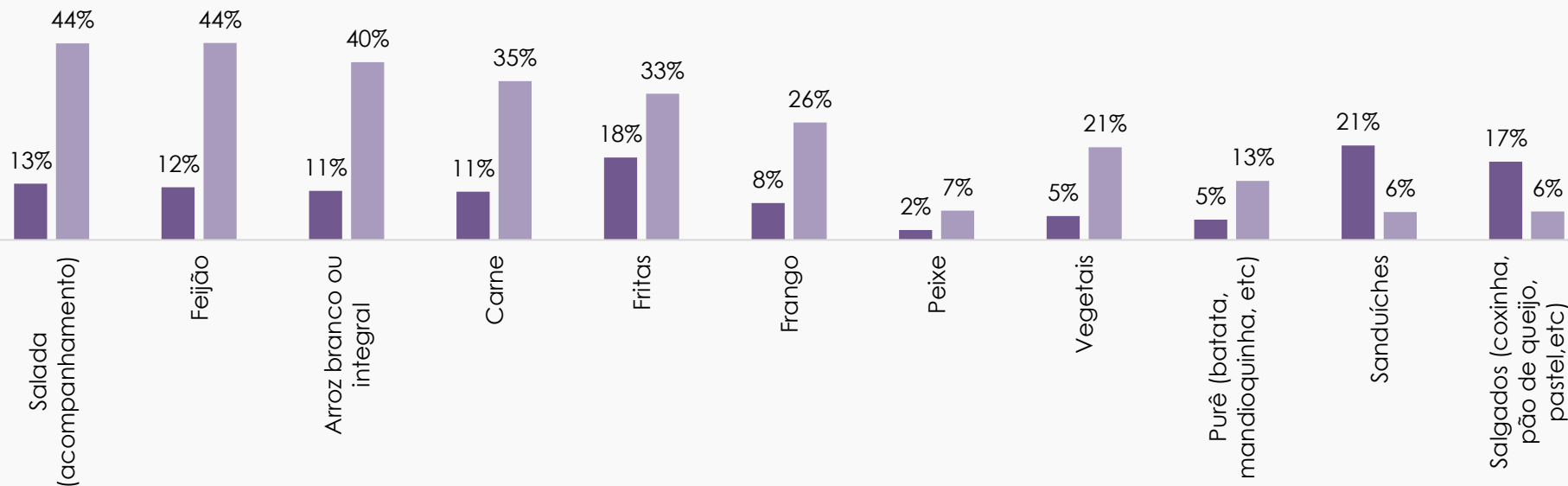
PRINCIPAIS DIFERENÇAS EM ITENS CONSUMIDOS – FOODSERVICE E PERFIL ABBT

Em % do tráfego - 2022

INSIGHTS CREST

■ Foodservice Total

■ Perfil ABBT



Mas os itens saudáveis são menos ofertados, especialmente no serviço Comercial.

OFERTA BEBIDAS

Água mineral 300ml **100%**

Doce **99%**

Lata refrigerante **99%**

Suco natural ou Polpa 300ml **73%**

Fruta/Salada de fruta **31%**

- Q26 - Serve Lata de Refrigerante?
- Q27 - Serve Água?
- Q28 - Serve Suco ou Polpa de 300 ml?
- Q22 - Serve sobremesa doce?
- Q23 - Serve Fruta ou Salada de Frutas?

82% A La Carte
75% Autosserviço
72% Executivo
68% Comercial

36% Autosserviço
30% A La Carte
29% Executivo
24% Comercial

Se o trabalhador trocar um refrigerante por um suco,
há maior desembolso. Essa diferença é de 25%

PREÇO REFRIGERANTE VS SUCO (R\$)

Refrigerante



R\$ 6,41

+35%



Suco



R\$ 8,63

Já a troca de um doce por fruta/salada de frutas gera praticamente o mesmo valor, independentemente do tipo de estabelecimento.

PREÇO DOCE VS FRUTA/SALADA DE FRUTAS (R\$)



Assim como o café expresso, menos ofertados em serviços populares.

OFERTA CAFÉ



Café coado **18%**



Café expresso **20%**

44% A La Carte
28% Executivo





**CONSIDERAÇÕES
FINAIS**

O CUSTO DE UMA REFEIÇÃO COMPLETA MENSAL SEGUE REPRESENTANDO EM TORNO DE 1/3 DO SALÁRIO MÉDIO DO BRASILEIRO.

**SALÁRIO MÉDIO
BR**
R\$ 2.921

**PREÇO MÉDIO
REFEIÇÃO
COMPLETA x 22
DIAS ÚTEIS**
R\$ 1025,20

**PREÇO DA
REFEIÇÃO/SALÁRIO**
35%

*Fonte IBGE/Pnad, 2º trimestre de 2023 - Rendimento médio nominal do trabalho principal, habitualmente recebido por mês, pelas pessoas de 14 anos ou mais de idade, ocupadas na semana de referência, com rendimento de trabalho (Reais)

**Preço médio da refeição completa pesquisa ABBT Brasil (R\$46,60) vs 22 dias úteis/mês

O PREÇO DO PRATO TEVE UM LEVE AUMENTO E PASSOU A REPRESENTAR 26% DO SALÁRIO MÉDIO DO BRASILEIRO VS 25% EM 2022 E 19% EM 2019.

**SALÁRIO MÉDIO
BR**
R\$ 2.921

**PREÇO PRATO DE
REFEIÇÃO NO
ALMOÇO NOS
DIAS ÚTEIS**
R\$ 755,04

**PREÇO DA
REFEIÇÃO/SALÁRIO**
26%

*Fonte IBGE/Pnad, 2º trimestre de 2023 - Rendimento médio nominal do trabalho principal, habitualmente recebido por mês, pelas pessoas de 14 anos ou mais de idade, ocupadas na semana de referência, com rendimento de trabalho (Reais)


**Preço médio do prato pesquisa ABBT Brasil (R\$34,32) vs 22 dias úteis/mês

O PREÇO DO PRATO OCUPA MAIOR REPRESENTATIVIDADE NO SALÁRIO MÉDIO DOS BRASILEIROS EM 2023, PRINCIPALMENTE DOS NORTISTAS E NORDESTINOS.

SALÁRIO MÉDIO	PREÇO MÉDIO DO PRATO x 22 DIAS ÚTEIS	PREÇO DA REFEIÇÃO DE 22 DIAS/ SALÁRIO
SUDESTE: R\$ 3.299	SUDESTE: R\$ 790,68	SUDESTE: 24% vs 23% (2022) vs 17% (2019)
SUL: R\$ 3.182	SUL: R\$ 715,00	SUL: 22% vs 21% (2022) vs 19% (2019)
CENTRO OESTE: R\$ 3.396	CENTRO OESTE: R\$ 728,20	C. OESTE: 21% vs 19% (2022) vs 17% (2019)
NORDESTE: R\$ 1.986	NORDESTE: R\$ 685,96	NORDESTE: 35% vs 35% (2022) vs 28% (2019)
NORTE: R\$ 2.316	NORTE: R\$ 671,00	NORTE: 29% vs R\$ 29% (2022) vs 23% (2019)

	SUDESTE	SUL	CENTRO OESTE	NORDESTE	NORTE
--	---------	-----	--------------	----------	-------

Prato	35,94	32,50	33,1	31,18	30,50
-------	-------	-------	------	-------	-------

A dimly lit dining table with a glass of white wine and two plates of food. The table is made of dark wood. In the foreground, a white plate contains a salad with orange segments, green herbs, and a piece of salmon. In the background, another white plate contains a salad with green and red vegetables. A tall glass of white wine is in the center. A vase with greenery is in the background. The overall atmosphere is warm and intimate.

ESTÍMULOS UTILIZADOS

Marcas estimuladas

- 1 Abrapetite
- 2 Alelo
- 3 Alymente
- 4 Banestes (Banestik)
- 5 Banrisul (Banricard)
- 6 Ben Visa Vale
- 7 Biq Benefícios
- 8 Brasil Card
- 9 Caju
- 10 Coop Certo/Cabal Vale
- 11 Comprocard
- 12 CooperCard
- 13 Flash Benefícios
- 14 Green Card
- 15 Ifood benefício
- 16 Nutricash
- 17 Onecard
- 18 Up Brasil (Planvale / Policard/Vale Mais/Up Plan)
- 19 Sodexo
- 20 Sorovale / Sorocred
- 21 Tá Pago
- 22 Ticket Restaurante - TR
- 23 Vale Card / Trivale
- 24 Vale Shop
- 25 Veroqueque
- 26 Swile
- 27 Vegas Card
- 28 VB / Sem Parar Benefícios
- 29 Vólus gestão de benefícios
- 30 VR benefícios
- 31 MercadoPago
- 32 Bulla
- 33 Eva Benefícios
- 34 Benê Benefícios
- 35 Picpay
- 36 Creditas

Cartão apoio entrevistador para definição – Tipo de Estabelecimento

TIPO	DEFINIÇÃO
PADARIA	Estabelecimento comercial onde se fabricam e/ou vendem pães, biscoitos e outros produtos para as refeições de café da manhã, mas alguns também servem refeições.
BAR /BOTECA/PUB	Estabelecimento que funciona a noite/de madrugada. Seu foco são as bebidas alcoólicas, mas oferecem também alimentos como petiscos, sanduíches, porções. Alguns abrem durante o dia para refeições durante o almoço, mas o almoço não é o seu foco.
LANCHONETE	Estabelecimento que não tem um foco em um tipo específico de alimento. Seus clientes consomem bebidas alcoólicas e não alcoólicas, cafés, chás refeições e também petiscos, sanduíches, porções, entre outros. Esses alimentos são petiscos/refeições rápidas e geralmente têm balcão e funcionam a noite/madrugada. Os que servem almoço têm estrutura mais simples e popular quando comparados à um restaurante.
RESTAURANTE	Estabelecimento focados em refeições. Esses alimentos são preparados de forma mais demorada que o bar/lanchonete. O ambiente é mais sofisticado e maioria não tem balcão.

NOVAS PERGUNTAS – QUESTIONÁRIO 2023

TIPOS DE PAGAMENTO

Q34. Você cobra a mais para pagamento em algum destes tipos de pagamento?

VALORES/ BENEFÍCIOS

Q38. Você possui e faz utilização de antecipação de recebíveis? Se sim, por quais canais você consulta saldo, taxas, datas, etc?

Q39. E por qual(is) canal(is) você recebe faz a retirada dos valores a receber?

Q40. Você recebe algum tipo de serviço ou benefício por ser afiliado/parceiro de alguma bandeira de benefícios?

INFRAESTRUTURA

Q36. Pensando em mudanças no seu estabelecimento. Por quais dessas situações você passou recentemente ou pretende passar nos próximos meses?

DELIVERY

Q46. Você cobra a taxa de entrega no sistema de entregas/ delivery?

Q47. Você pratica um valor diferente para o prato no sistema de entregas/ delivery?



mosaiclab
powered by GOUVÊA

POWERFUL
MARKET
INTELLIGENCE

THANK YOU!



www.mosaiclab.com.br



info@mosaiclab.com.br

