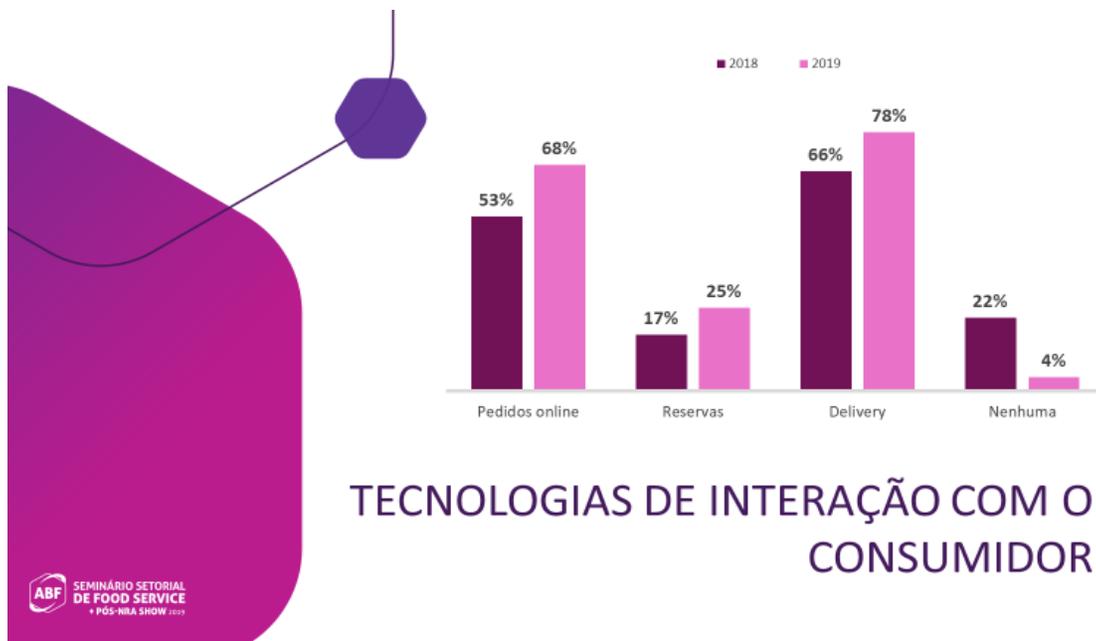


13ª Pesquisa ABF Food Service: redes se reinventam com foco na experiência do consumidor; multicanalidade e saudabilidade avançam

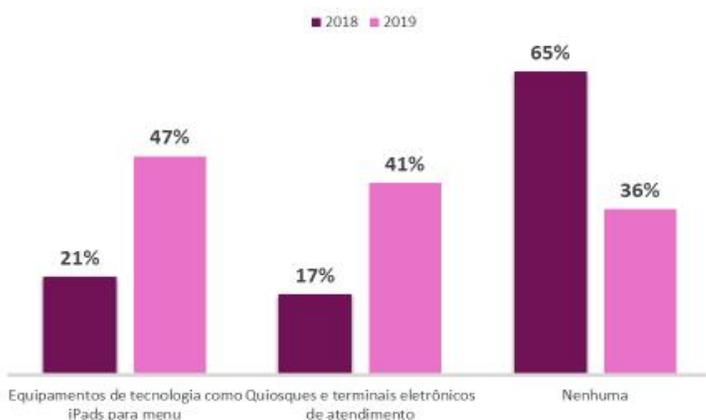
- *Investimentos em novas tecnologias continuam em alta: 47% das marcas pesquisadas pretendem investir em equipamentos como tablets para menu em 2019 contra 21% no ano passado*
- *Delivery também apresenta projeção de alta: 66% das redes investiram em serviços de entrega em 2018 enquanto 78% devem direcionar recursos este ano*
- *Redes de alimentação saudável têm 25,92% de variação positiva em sua receita em 2018, o maior índice entre os tipos de culinária pesquisados*

São Paulo, 24 de junho de 2019 – Um novo consumidor, com um novo comportamento de compra e que valoriza a experiência. Esses fatores têm influenciado as redes de franquias do segmento de Alimentação, que estão se reinventando com novos modelos de negócios e investimentos em multicanalidade, tecnologia e na saudabilidade dos menus. É o que revela a **13ª Pesquisa Setorial ABF Food Service**. Iniciativa da Associação Brasileira de Franchising realizada pela ECD Food Service, o estudo está sendo divulgado hoje na abertura da ABF Franchising Week. A semana dedicada ao setor de franquias vai até o próximo dia 29, envolvendo seminários, congressos, simpósio e a própria ABF Expo, maior feira de franquias do mundo em visitação.

Entre as tendências, a pesquisa mostra que ser multicanal é vital para as redes de alimentação e que as tecnologias voltadas à interação com o cliente continuam em alta. De acordo com o levantamento, 78% das marcas pesquisadas pretendem investir em tecnologias de serviços delivery em 2019 ante 66% no ano passado. Os pedidos online vêm a seguir, com 68% das projeções de investimento contra 53% no mesmo período.



Outro dado relevante do estudo é a tendência de aumento dos investimentos em tecnologias “front of the house” (à frente do balcão). Entre as marcas respondentes, 47% planejam investir em equipamentos de tecnologia como iPads para menu em 2019. No ano passado, 21% haviam investido. Quiosques e terminais eletrônicos de atendimento vêm em segundo lugar. Enquanto 17% das redes pesquisadas destinaram recursos para estes itens em 2018, 41% delas pretendem fazer o mesmo este ano.



TECNOLOGIAS “FRONT OF THE HOUSE”

Fonte: ABF/ECD Food Service

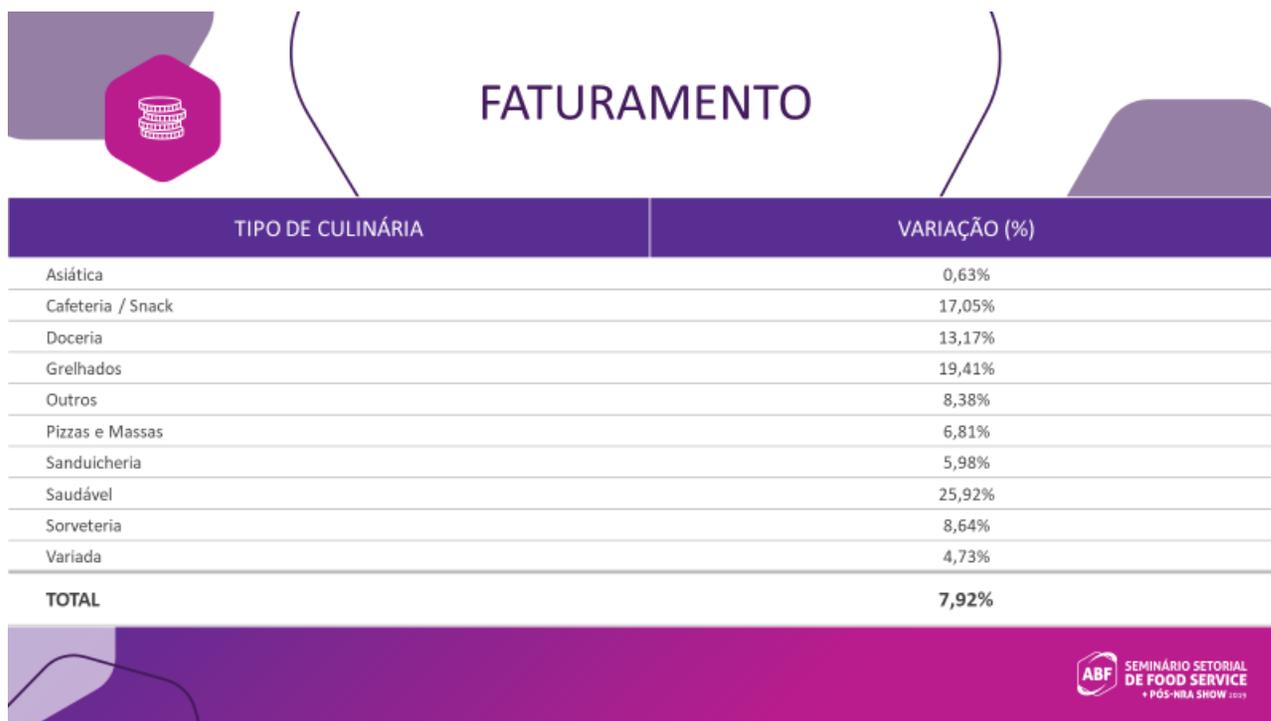
Para André Friedheim, presidente da ABF, “as redes de franquias do segmento de Alimentação estão buscando um novo posicionamento, se reinventado para atender e até surpreender esse novo consumidor e proporcionar a ele novas experiências, como mostram os resultados da pesquisa”.

“Os modelos de negócios passam necessariamente pelo delivery, próprio, de terceiros ou mistos, que teve uma expansão considerável e crescerá ainda mais. E o foco das redes de alimentação está na interação com o consumidor”, observa João Baptista Junior, coordenador do Comitê de Food Service da ABF.

Desempenho

Maduro e consolidado, Alimentação é, individualmente, o segmento mais representativo do franchising brasileiro. Dados da ABF de 2018 indicam que as franquias de food service tiveram um crescimento de 7% em sua receita ante 2017, saltando de R\$ 42,816 bilhões para R\$ 45,827 bilhões. Este valor representa 26,2% do faturamento total do franchising brasileiro no período, que foi da ordem de R\$ 174,843 bilhões. O segmento somou 33.895 operações num universo de 153.704 unidades, o equivalente a 22%, e das cerca de 2.800 redes de franquias, 762 são de Alimentação, com 27,2% de representação no setor.

O estudo apontou uma alta do faturamento das redes de alimentação Saudável, cuja variação positiva foi de 25,92% no ano passado em relação a 2017. Grelhados vem a seguir, com 19,41%, e Cafeteria e Snack, com 17,05% de variação.



Fonte: ABF/ECD Food Service

O delivery vem abocanhando uma fatia crescente da receita das redes de food service. A pesquisa indica que o faturamento relativo às operações com serviço de entrega em 2018 correspondeu a 37% do total nas marcas de culinária Asiática, cuja expectativa é subir um ponto percentual este ano; 35% em Pizzas e Massas, projetando alcançar 40% da receita em 2019, e Saudável, que teve 14% do faturamento em 2018 baseados no delivery e espera aumentar para 20% este ano.

TIPO DE CULINÁRIA	EXPECTATIVA PARA 2019	PERCENTUAL RELATIVO A OPERAÇÕES DE DELIVERY EM 2018
Asiática	38%	37%
Cafeteria / snack	4%	1%
Doceria	10%	1%
Grelhados	11%	6%
Outros	18%	16%
Pizzas e Massas	40%	35%
Sanduicheria	11%	6%
Saudável	20%	14%
Sorveteria	13%	6%
Variada	11%	7%
TOTAL	22%	18%

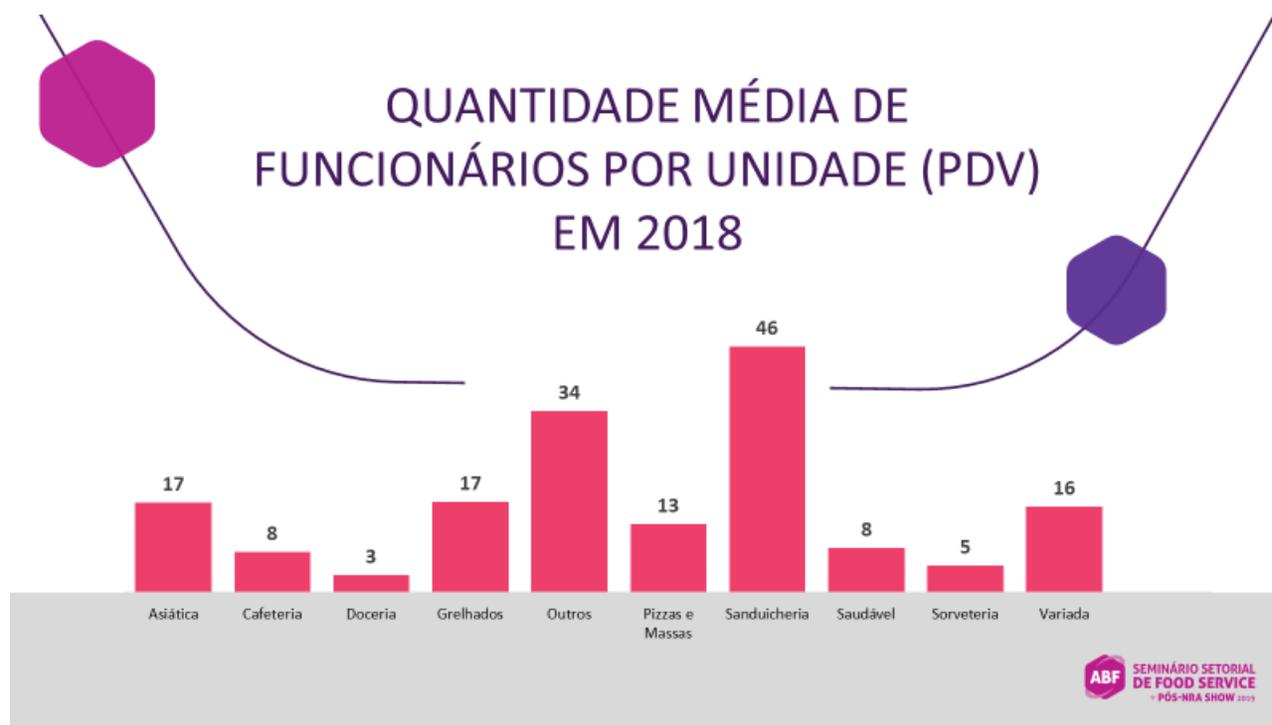
ABF SEMINÁRIO SETORIAL DE FOOD SERVICE + PÓS-NBA SHOW 2019

Fonte: ABF/ECD Food Service

Empregos

O segmento de Alimentação é gerador de mão de obra inicial no mercado de trabalho. “As franquias de food service costumam ser responsáveis pelo primeiro emprego de muitas pessoas e pela formação profissional delas, oferecendo treinamento e capacitação contínuas”, observa André Friedheim.

As Sanduicherias concentraram a maior média de funcionários por unidade ou ponto de venda (PDV) no ano passado, com 46 colaboradores, seguidas por redes de Outros tipos de culinária – que envolvem Árabe e Padaria – com 34 trabalhadores. Em terceiro lugar estão as marcas do tipo Asiática e Grelhados, ambos com média de 17 funcionários.

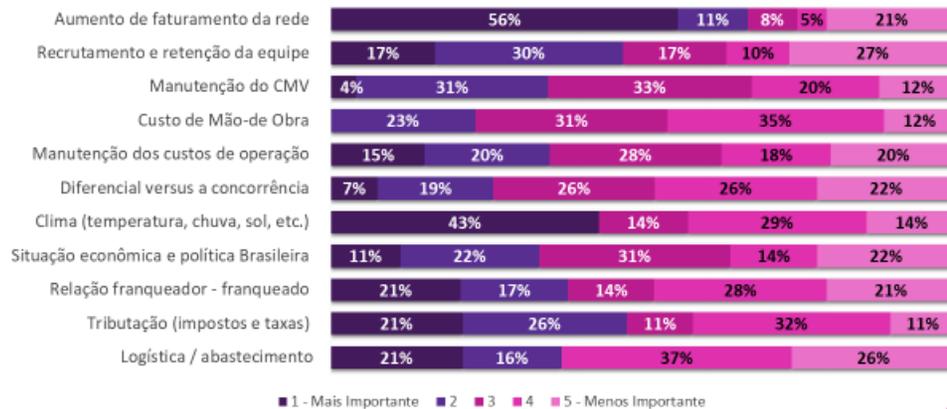


Fonte: ABF/ECD Food Service

Desafios

O cenário ainda adverso na economia coloca o aumento da receita da franquia como o principal desafio apontado pelas marcas participantes da Pesquisa Setorial Food Service ABF 2019. Este item é o mais importante para 56% dos respondentes, Clima vem em segundo lugar (43%) e Relação franqueador – franqueado, Tributação e Logística em terceiro (21%).

GRAU DE IMPORTÂNCIA DOS DESAFIOS PARA 2019/2020

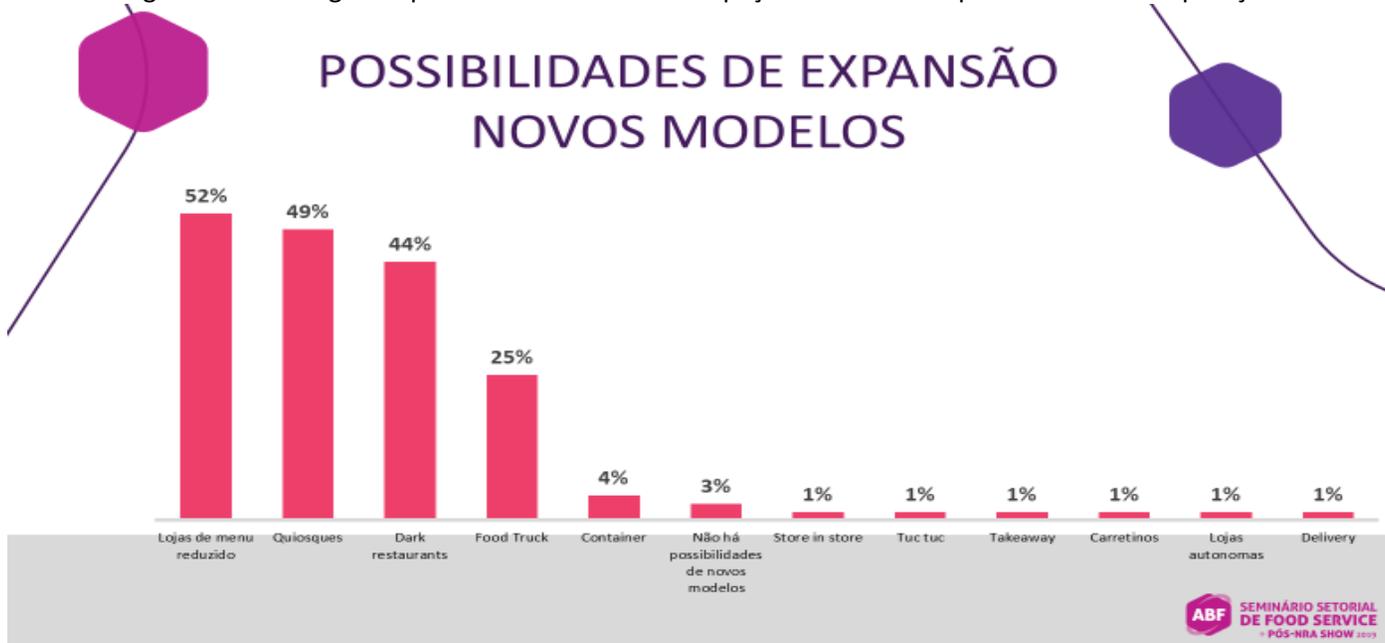


Gestão

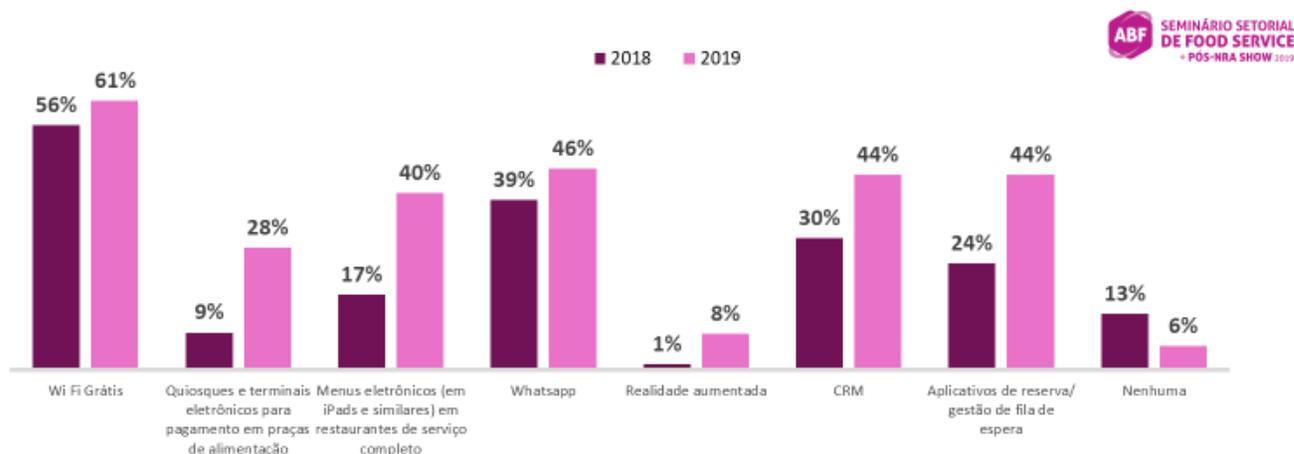
Fortes representantes do setor de franchising como um todo, as franquias de Alimentação planejam expandir, apostando em modelos de negócios mais enxutos diante da perspectiva de recuperação lenta da economia brasileira.

Os dados da pesquisa revelam que 52% das marcas respondentes julgam interessante expandir com Lojas de menu reduzido, Quiosques são a preferência de 49% delas e Dark restaurants (exclusivamente delivery) vêm em terceiro lugar, com 44% das respostas. De acordo com João Baptista Junior, “todos estão buscando formas alternativas de atuação, novas estratégias em seus negócios para reduzir custos de ocupação e melhorar a performance das operações”.

POSSIBILIDADES DE EXPANSÃO NOVOS MODELOS



As ferramentas de comunicação com o cliente mais utilizadas e nas quais as redes pretendem investir este ano evidenciam a oferta de Wi-Fi, que subiu de 56% em 2018 para 61%; WhatsApp, que passou de 39% para 46%; CRM, cujo avanço foi de 30% para 44%, e Aplicativos de reserva e gestão de fila de espera, com alta de 24% para 44%.



FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO COM O CLIENTE

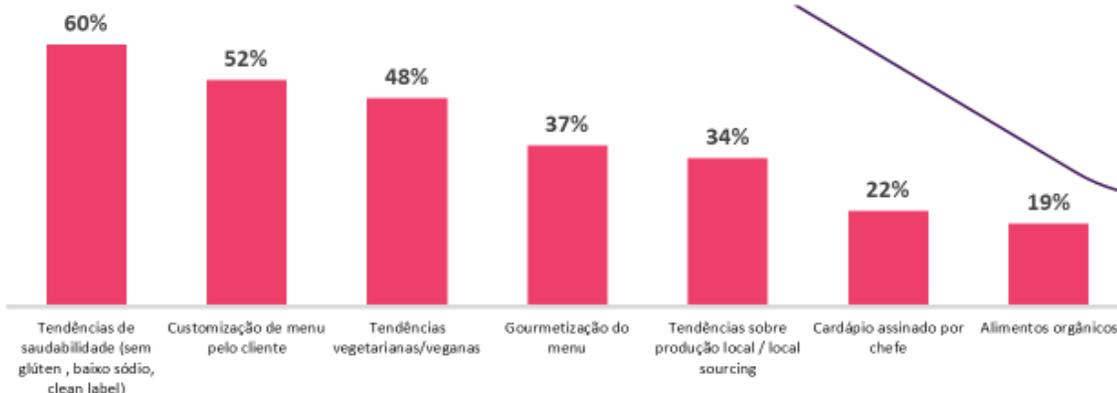
Fonte: ABF/ECD Food Service

Na seara da sustentabilidade, de acordo com o estudo, entre as práticas mais adotadas pelas redes de franquias de alimentação, 93% atuam com o consumo consciente de água, energia e combustíveis; 88%, no controle de desperdício de alimentos e 73% na coleta e destinação de óleo vegetal usado.

Tendências

As redes de food service estão de olho em algumas das principais tendências que possibilitam oferecer aos clientes uma nova experiência de consumo. Dentre as redes pesquisadas, 60% afirmaram monitorar as tendências de saudabilidade nos menus (sem glúten, baixo sódio, clean label), 52% a customização do menu pelo cliente e 48% as tendências vegetarianas e veganas.

PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DE MENU E INGREDIENTES



Para Enzo Donna, CEO da ECD Food Service, “esta edição da Pesquisa revela o grau de maturidade e estabilidade das franquias de alimentação no Brasil. Há uma preocupação com a redução de custos de forma equilibrada, foco na continuidade dos investimentos em tecnologia e inovação, na experiência do consumidor, na composição de um mix de produtos atraente, a custos competitivos, valorizando a alimentação saudável, e que resultem em operações mais rentáveis”.

Unidades

De acordo com o estudo, o movimento de abertura, fechamento e repasse de unidades entre as redes do segmento se manteve estável. Foram abertas 10,28% unidades em 2018 contra 11,28% no ano anterior; fechadas 3,15% ante 3,9% e repassadas 2,53% contra 2% neste mesmo período.

Metodologia

A 13ª Pesquisa Setorial ABF Food Service envolveu uma amostra representativa do segmento de Alimentação. Participaram do estudo 75 marcas, correspondendo a 49,95% do total de unidades e a 44,14% do faturamento das redes associadas deste segmento em 2018, que somou R\$ 38,375 bilhões. Este total equivale a 83,74% da receita de R\$ 45,827 bilhões registrada pelas 762 redes de alimentação atuantes no Brasil ano passado.

SERVIÇO

ABF Franchising Week 2019

Local: Expo Center Norte – Pavilhões Branco e Azul

Endereço: Rua José Bernardo Pinto, 333 – Vila Guilherme – São Paulo – SP

Quando: de 24 a 29 de junho de 2019

Informações ao público: (11) 3017-6800

Website: www.abfexpo.com.br

Fotos da edição de 2018: <https://www.flickr.com/photos/134212753@N06/>

Sobre a ABF Franchising Expo

Realizada pela Associação Brasileira de Franchising e organizada pela Informa Markets, a ABF Franchising Expo reunirá, em sua 28.ª edição, expositores dos mais diversos segmentos, tais como: alimentação, cosméticos, ensino profissionalizante e idiomas, prestação de serviços, vestuário, decoração, esportes e lazer, acessórios pessoais e calçados, dentre outros. A exposição ocupará os Pavilhões Azul e Branco do Expo Center Norte, na capital paulista. Com o objetivo de facilitar a busca e seleção mais adequada de pontos comerciais pelos investidores, a Feira conta com empresas administradoras de shoppings centers e fornecedores das redes de franquias entre seus expositores. Além da exposição das marcas, a Feira proporciona aos interessados em ingressar no universo das franquias a participação em palestras gratuitas sobre diversos aspectos do franchising na Arena do Conhecimento. A feira compõe a programação da ABF Franchising Week, uma semana inteira de imersão no universo das franquias, formada a partir da união de uma série de simpósios, eventos de capacitação e ações da ABF. Mais informações no site: www.abfexpo.com.br.

Sobre a ABF

A ABF – Associação Brasileira de Franchising é uma entidade sem fins lucrativos, fundada em 1987, que representa oficialmente o sistema de franquias brasileiro. O setor registra um faturamento anual de aproximadamente R\$ 160 bilhões, mais de 170 mil unidades e cerca de 2.800 marcas de franquias espalhadas por todo o Brasil. Além disso, o franchising brasileiro responde por 2,4% do PIB e emprega diretamente mais de 1,2 milhão de trabalhadores. Atualmente com mais de 1.100 associados e cobrindo todo o território nacional por meio da seccional Rio de Janeiro e de regionais (Sul, Minas Gerais, Centro-Oeste, Nordeste e Interior de São Paulo), a entidade reúne franqueadores, franqueados, advogados, consultores e demais fornecedores e stakeholders do setor. O propósito da ABF é fomentar o franchising brasileiro, nacional e internacionalmente, para que ele se mantenha próspero, sustentável, inovador, inclusivo e ético. A Associação dedica-se a aperfeiçoar o sistema de franquias brasileiro por meio da capacitação de pessoas em diversos cursos presenciais e on-line, do estímulo à inovação, da disseminação das melhores práticas, da representação junto às diversas instâncias públicas e divulgação dos resultados do setor.

Sobre a Informa Markets

A Informa Markets cria plataformas para indústrias e mercados especializados para fazer negócios, inovar e crescer. Nosso portfólio global é composto por mais de 550 eventos e marcas internacionais, sendo mais de 30 no Brasil, em mercados como Saúde e Nutrição, Infraestrutura, Construção, Alimentos e Bebidas, Agronegócio, Tecnologia e Telecom, Metal Mecânico, entre outros. Oferecemos aos clientes e parceiros em todo o mundo oportunidades de networking, viver experiências e fazer negócios por meio de feiras e eventos presenciais, conteúdo digital especializado e soluções de inteligência de mercado, construindo uma jornada de relacionamento e negócios entre empresas e mercados 365 dias por ano. Para mais informações, visite www.informamarkets.com.



Informações para a Imprensa:

Debora Freire – debora@dfreire.com.br

Rafael Machado – rafael@dfreire.com.br

Regina Teixeira – regina@dfreire.com.br

Fabiola França – fabiola@dfreire.com.br

Larisa Oliveira – larisa@dfreire.com.br

Tel.: (11) 5105-7171 – www.dfreire.com.br