



INSTITUTO  
FOODSERVICE  
BRASIL

# CREST

1Q17

Brazil Study

IFB



SOBRE O CREST®

FOODSERVICE

- O CREST é a **maior e mais robusta pesquisa** para o segmento de Foodservice no Brasil e no Mundo.
- As informações são provenientes dos **dados dos consumidores**, e não são coletados diretamente nos estabelecimentos
- É um **estudo sindicalizado do FoodService**, comida preparada fora do lar
- A pesquisa abrange a **comida preparada fora do lar** em restaurantes e também outros estabelecimentos comerciais (e.g. Hipermercados)
- Abrange **6 ocasiões de consumo**, contendo refeições principais e refeições rápidas entre elas
- São capturados dados da alimentação no **dentro e fora do estabelecimento** (on and off-premises)

## Respondentes



### Faixa Etária:

15 a 59 anos

O adulto responderá inclusive pelos filhos

### Frequência:

Painelista respondem sobre tudo o que comeram e beberam fora de casa no dia anterior

72.000 questionários, sendo 6.000 por mês com consumidores de alimentos e ou bebidas preparados fora de casa.

### Pesquisa:

Quantitativa / Painel online



Norte

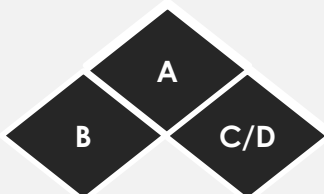
Nordeste

Centro Oeste

Sudeste

Sul

### Classes Econômicas



## Pesquisa online sobre os hábitos de alimentação fora do lar:

Seu Dia

O Local

A Visita

Comidas e  
Bebidas

Motivação  
e Satisfação

Follow-up

- Compra de comidas, lanches rápidos ou bebidas – prontas para consumo?

- 6 dayparts

- Tipo do restaurante

- Nome do restaurante

- Tipo de serviço

- Localização (shopping, rua, etc.)

- Onde estava antes?

- Onde o pedido foi feito? (balcão, mesa, etc.)

- Onde o fez a refeição?

- Valor total gasto

- Forma de pagto

- Hora do dia

- Composição do gasto

- Promoções e descontos

- Lista de comidas e bebidas

- Combinação de comidas

- Satisfação do consumidor

- Razões para a visita

- Intenção de revisita

- Frequência de visita

- Segunda escolha

- Dados sóciodemográficos

## SOBRE O CREST®

FOODSERVICE

# TRÁFEGO CAI 4%. AUMENTO NO TICKET MÉDIO SUSTENTA O GASTO TOTAL DO CONSUMIDOR

**YE MAR' 16**

**15 bilhões**  
visitas

**R\$ 179,1 bilhões**  
gasto do consumidor

**R\$ 12**  
ticket médio por pessoa

- 4%

+ 5%

+ 9%

**YE MAR' 17**

**14 bilhões**  
visitas

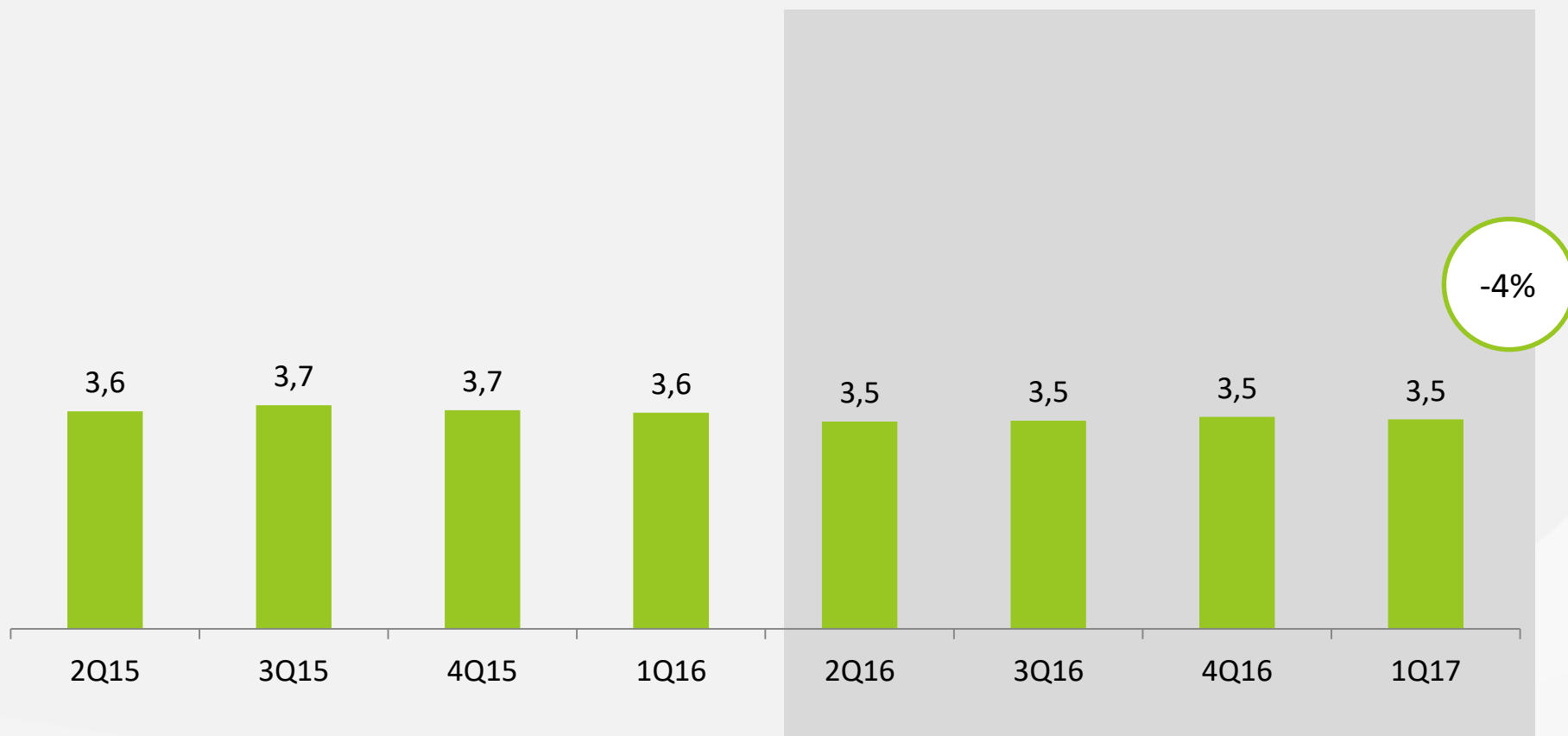
**R\$ 187,2 bilhões**  
gasto do consumidor

**R\$ 13**  
ticket médio por pessoa

## EVOLUÇÃO do TRÁFEGO no FOODSERVICE (*bilhões*)

$\Delta\%$  YE MAR 17 x YE MAR 16

■ Tráfego





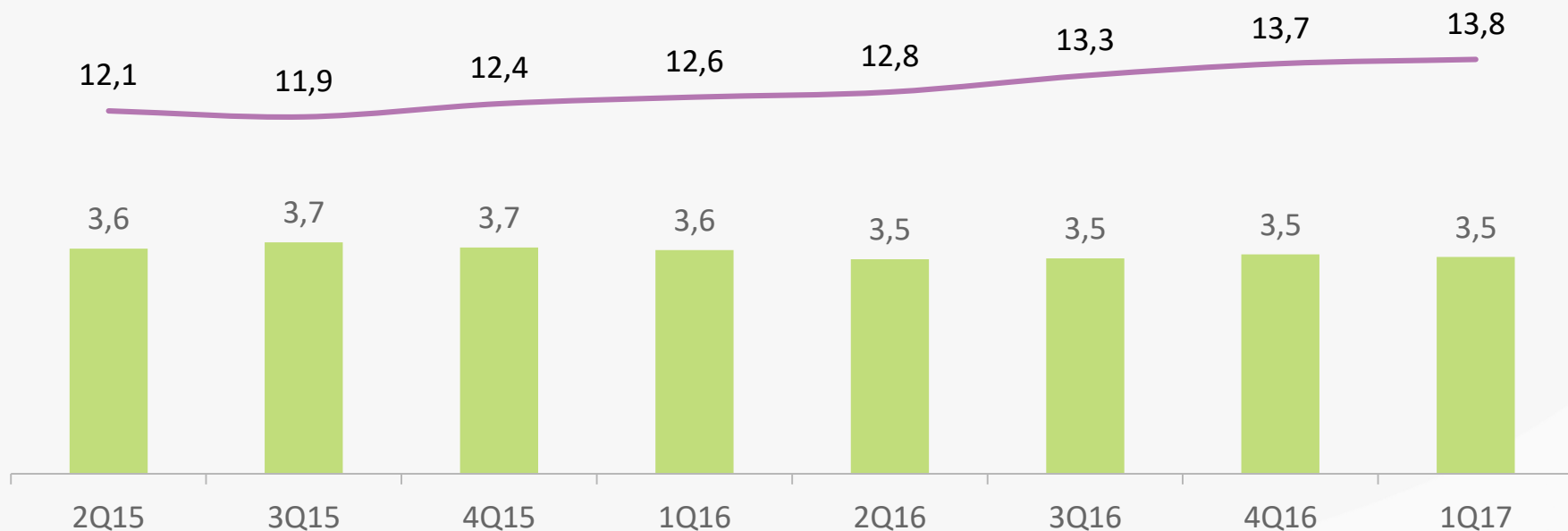
EVOLUÇÃO no TICKET MÉDIO no FOODSERVICE (R\$)

■ Tráfego

— Ticket Médio por pessoa



Aumento de preços referente ao fator inflacionário visto em 2016 está mais controlado.



EVOLUÇÃO do GASTO no FOODSERVICE (*bilhões*)

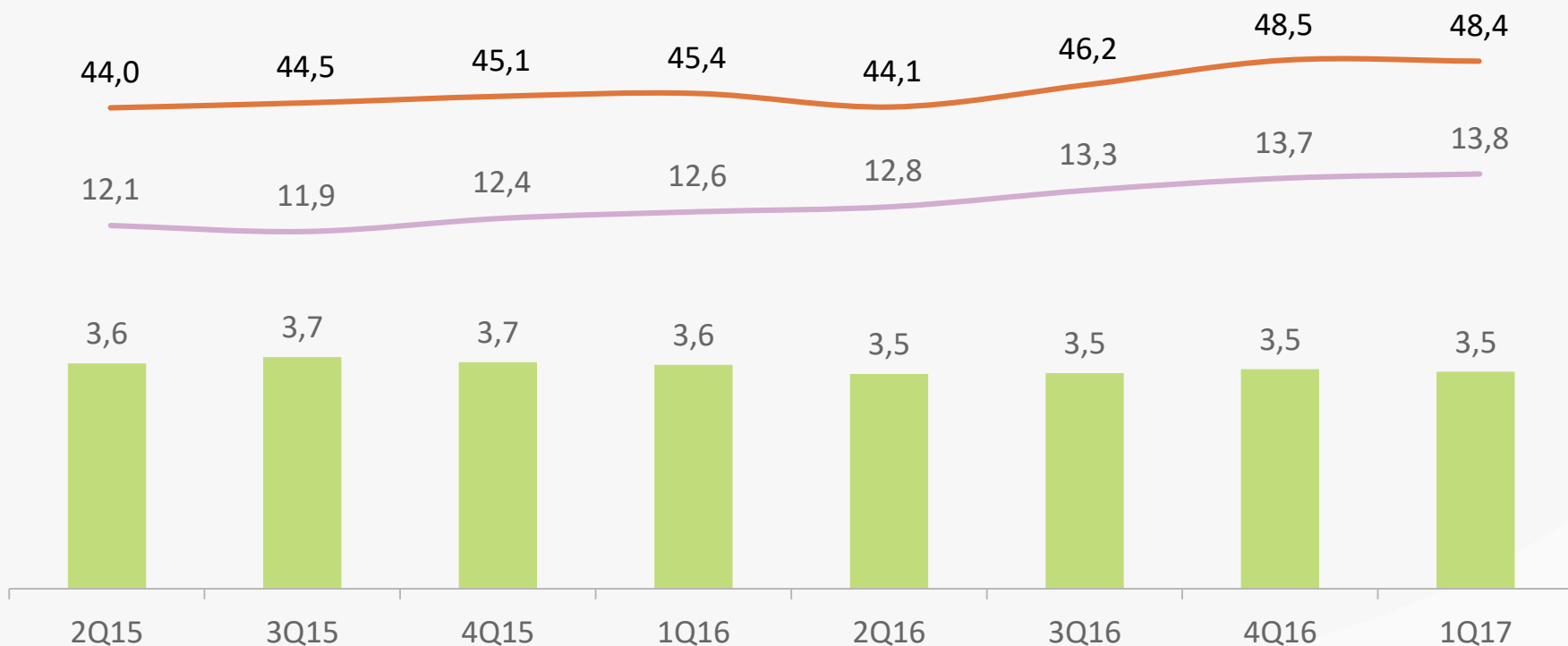
■ Tráfego

— Ticket Médio por pessoa

— Gasto do Consumidor



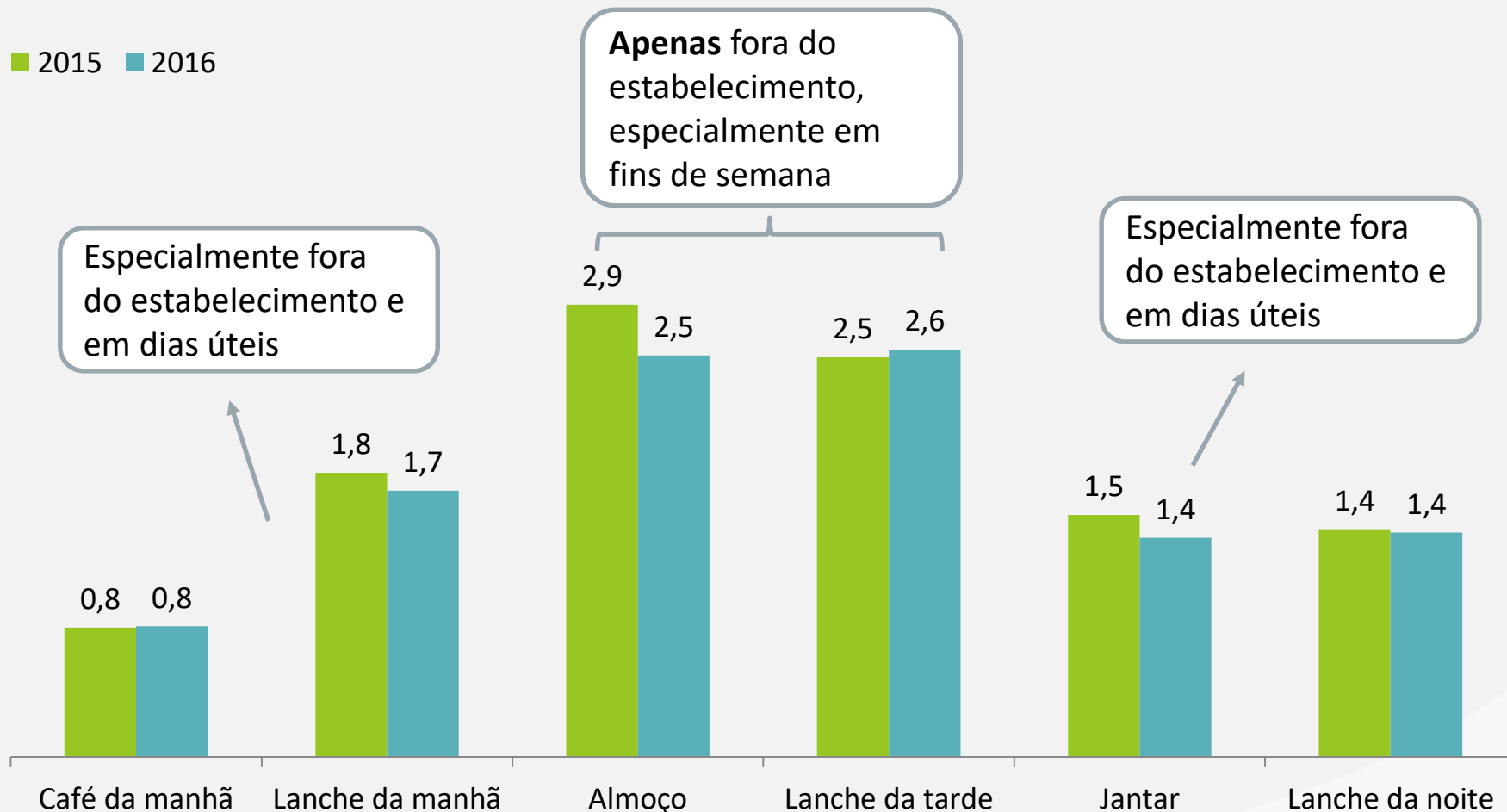
Aumento de preços referente ao fator inflacionário visto em 2016 está mais controlado.



## VARIAÇÃO DE VOLUME DE TRÁFEGO POR DAYPARTS E DIAS DA SEMANA *(em bilhões)*

**RELEMBRANDO:** ABR/DEZ 15 → ABR/DEZ 16

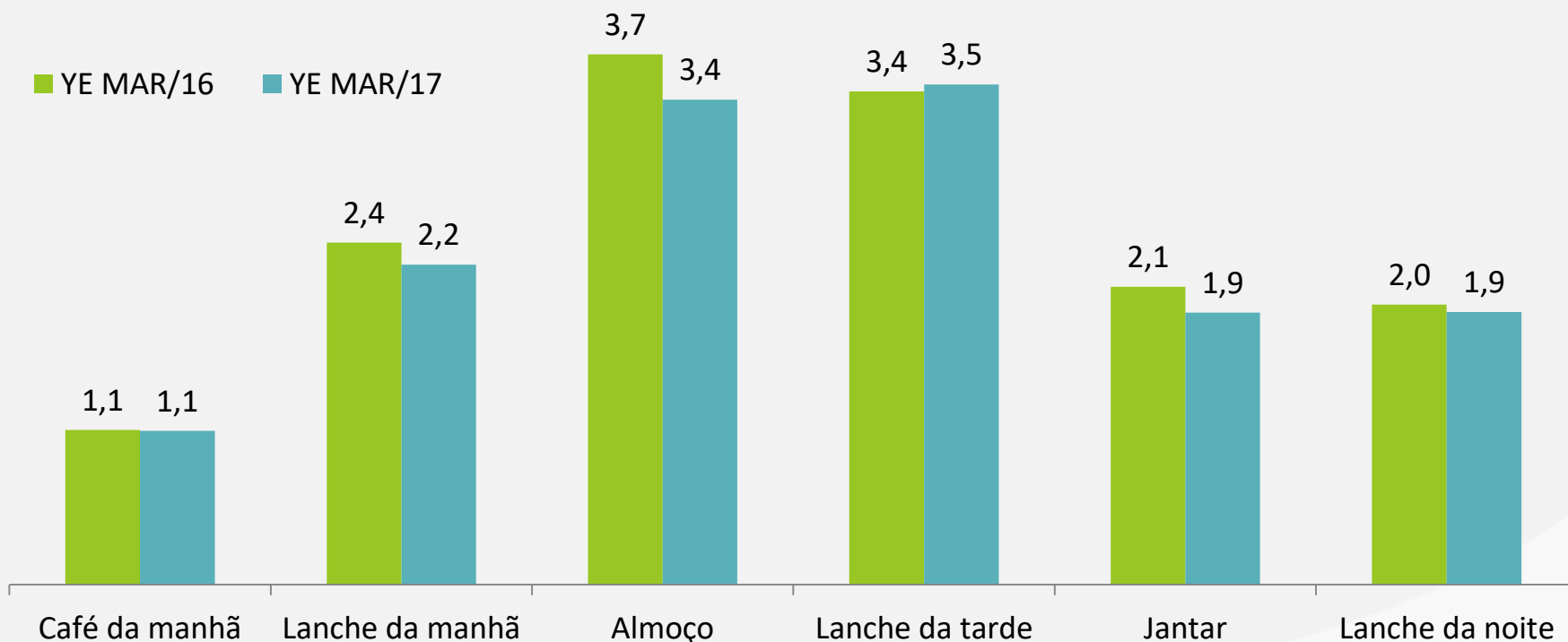
■ 2015 ■ 2016



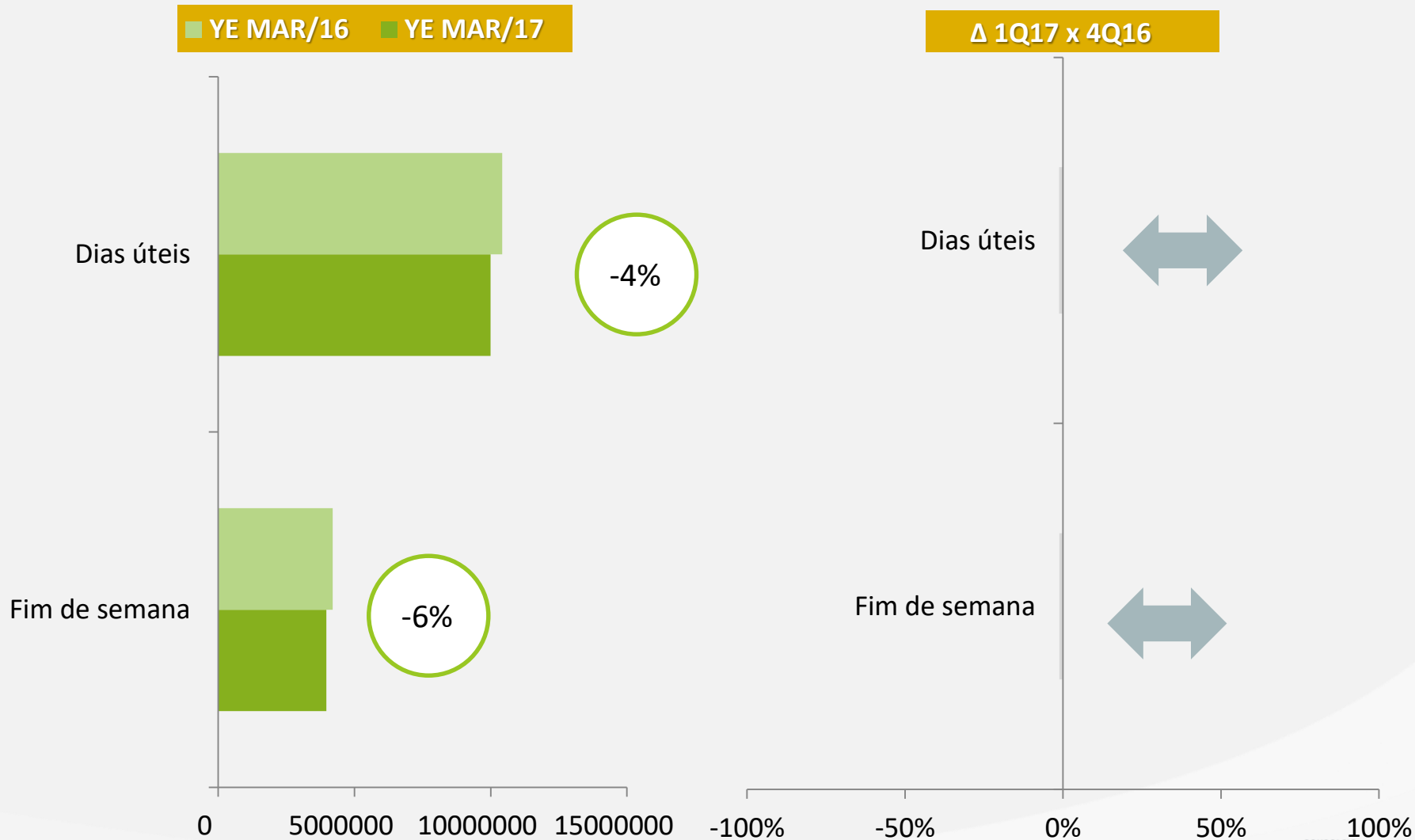
## VARIAÇÃO DE VOLUME DE TRÁFEGO POR DAYPARTS E DIAS DA SEMANA *(em bilhões)*

YE MAR 17 x YE MAR 16

**ATUALIZADO 12 MESES**



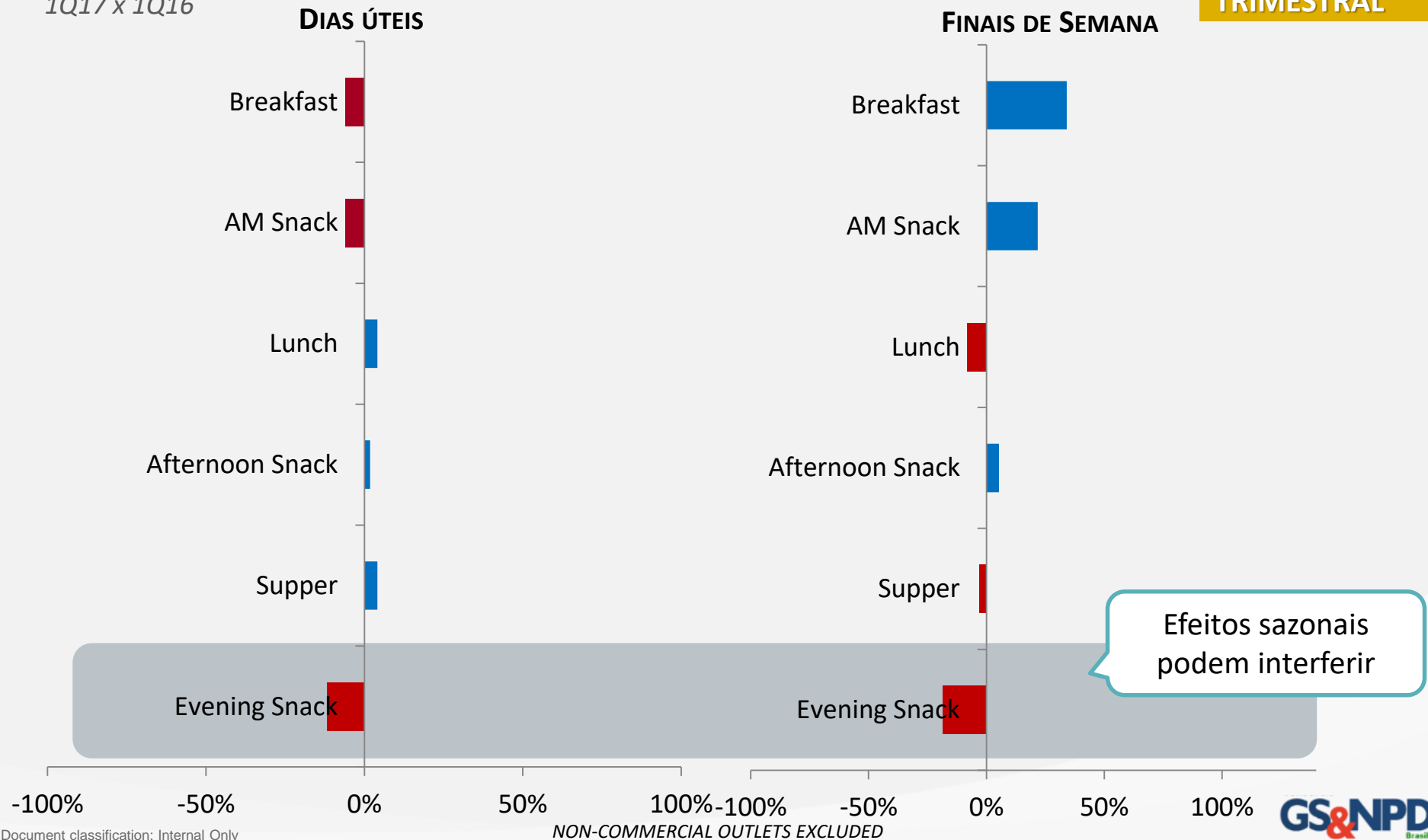
EVOLUÇÃO no **VOLUME** DE TRÁFEGO no FOODSERVICE por DAYPARTS



EVOLUÇÃO no **VOLUME DE TRÁFEGO** no FOODSERVICE por DAYPARTS (%)

**VARIAÇÃO TRIMESTRAL**

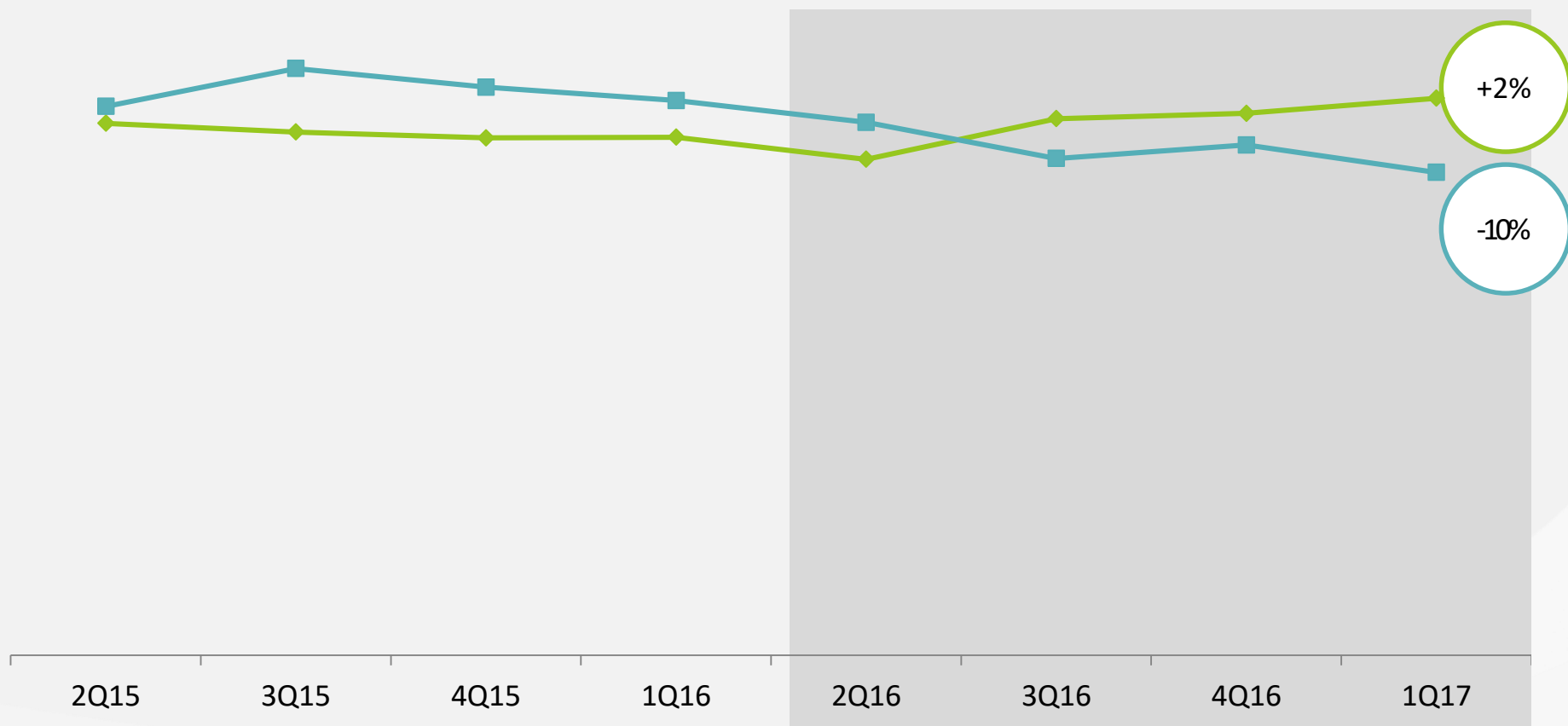
1Q17 x 1Q16



## VARIAÇÃO DO VOLUME DE TRÁFEGO – DENTRO E FORA DO ESTABELECIMENTO

Δ% YE MAR 17 x YE MAR 16

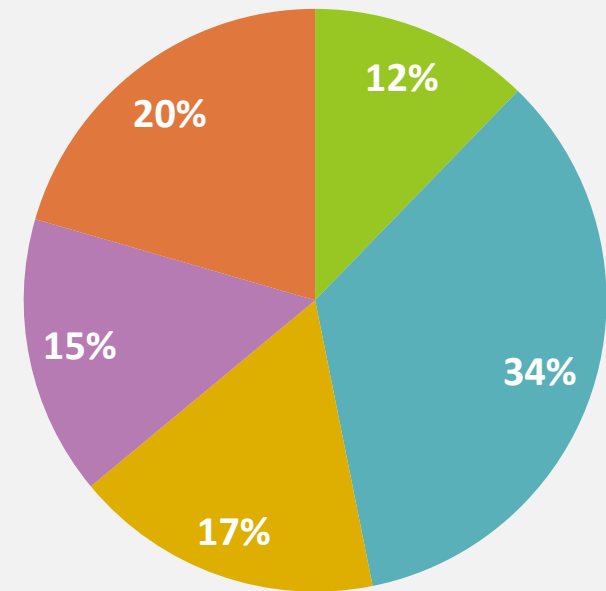
◆ Dentro do Estabelecimento    ■ Fora do Estabelecimento





## SEGMENTOS DO FOODSERVICE

YE MAR 17



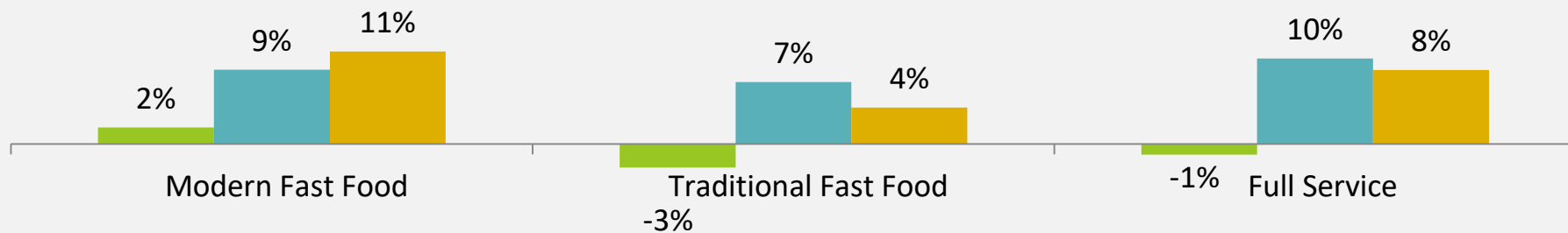
- Fast Food Moderno
- Fast Food Tradicional
- Serviço Completo
- Varejo
- Não-Comerciais



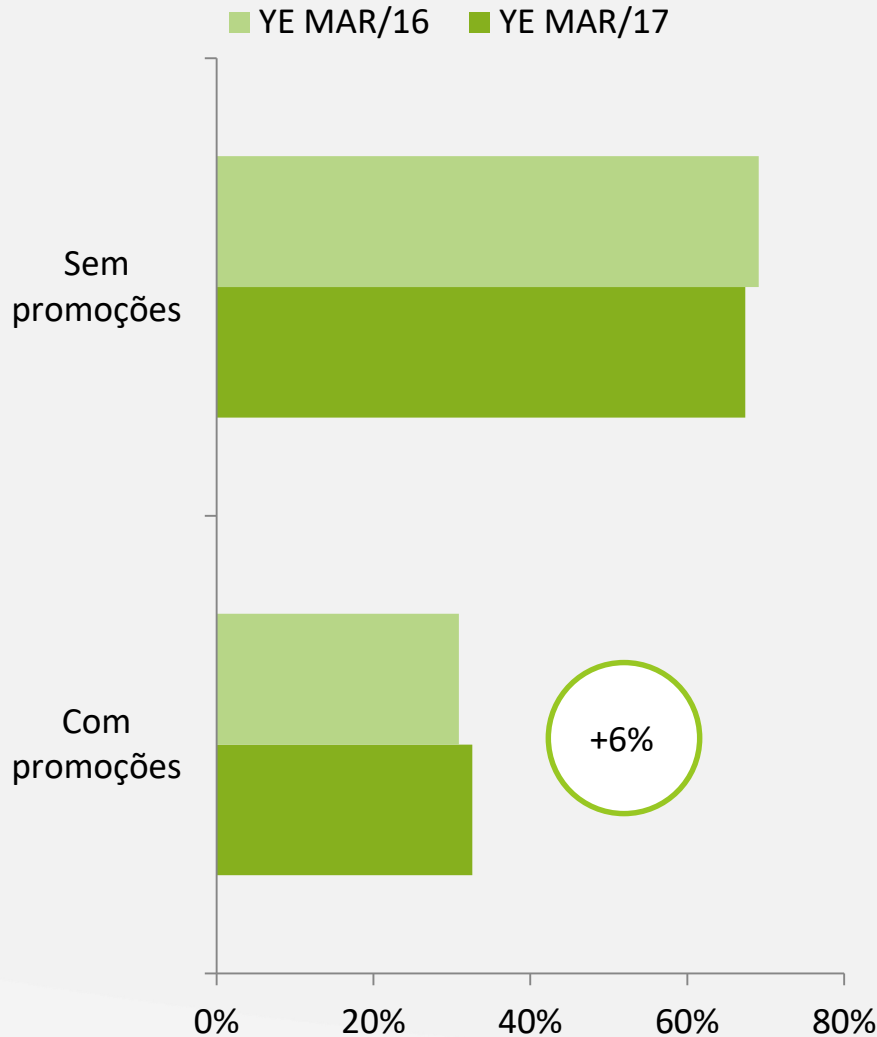
## VARIAÇÃO DO VOLUME DE TRÁFEGO e GASTO por CANAL

YE MAR 17 x YE MAR 16

■ Δ Volume Tráfego   
 ■ Δ Ticket Médio por pessoa   
 ■ Δ Volume Gasto



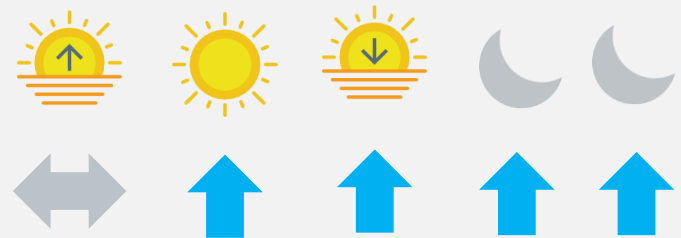
EVOLUÇÃO no ÍNDICE DE PROMOÇÕES declaradas (% do tráfego total)



VARIAÇÃO NOS DAYPARTS: (SHARE)

YE MAR 17 x YE MAR 16

COM PROMOÇÕES



PRINCIPAIS PROMOÇÕES:

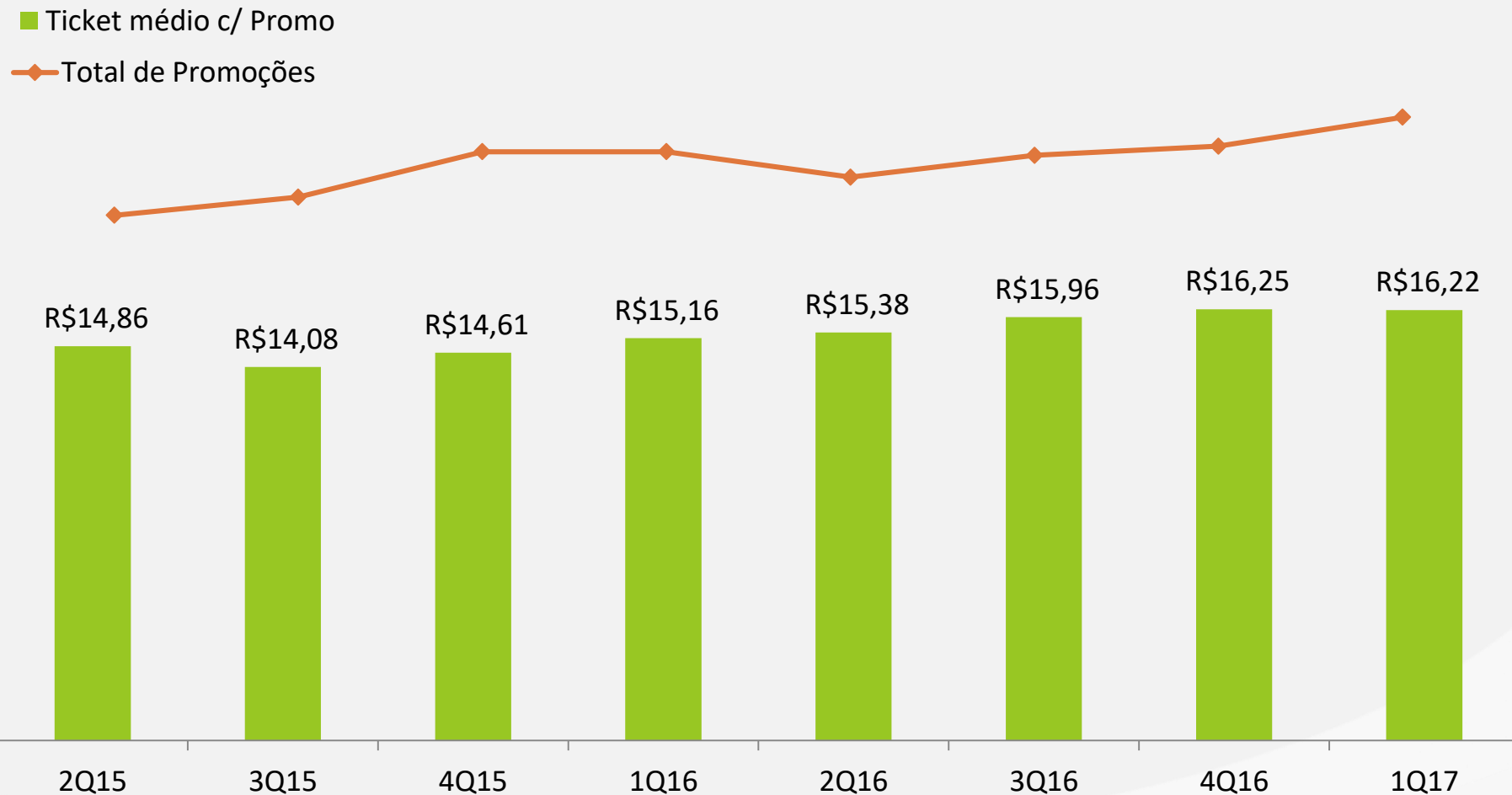
YE MAR 17

PREÇO COM DESCONTO

ESPECIAL DO DIA

COMPRE UM/ GANHE OUTRO

## EVOLUÇÃO no ÍNDICE DE PROMOÇÕES x TICKET MÉDIO POR PESSOA



## IMPORTÂNCIA DO MENU NO FOODSERVICE

YE MAR 17 x YE MAR 16



CONSUMIDOR VALORIZA  
ALIMENTOS E BEBIDAS  
CONFORME CANAIS E  
DAYPARTS-CORE

MOVIMENTOS QUE OBSERVAMOS ANO PASSADO CONTINUAM VERDADEIROS, SENDO ATENUADOS NO 1º TRI 2017:

NÚMERO DE TRANSAÇÕES CONTINUA CAINDO – PORÉM FATURAMENTO É SUSTENTADO PELO TICKET MÉDIO;

MOMENTOS DE CONSUMO CORE CONTINUAM PROTEGIDOS:

REFEIÇÕES DENTRO DO ESTABELECIMENTO;

DAYPARTS PRINCIPAIS (DIAS ÚTEIS);

CONSUMIDOR CONTINUA RECOMPENSANDO CANAIS PELA SUA OFERTA;

FAMÍLIAS CONTINUAM EM QUEDA, COM ALGUNS SINAIS DE ESTABILIZAÇÃO;

CONSUMIDOR ESTÁ MAIS SENSÍVEL A PRODUTO E PREÇO; PRIORIZANDO CONSUMIR O PRODUTO NOS CANAIS/ MOMENTOS DO DIA QUE TÊM AUTORIDADE.

# CREST Brazil Study

## Questions and more information:

**Eduardo Yamashita**  
Diretor Inteligência de Mercado  
GS&MD – Gouvêa de Souza  
T: +55 (11) 3405-6610  
[Eduardo.yamashita@gsmd.com.br](mailto:Eduardo.yamashita@gsmd.com.br)

**Volia Simoes**  
Gerente Inteligência de Mercado  
GS&MD – Gouvêa de Souza  
T: +55 (11) 3405-6610  
[Volia.simoese@gsmd.com.br](mailto:Volia.simoese@gsmd.com.br)