

IFB

INSTITUTO
FOODSERVICE
BRASIL



MISSÃO

Unir a cadeia de valor - fabricantes, prestadores de serviços e operadores - em prol do crescimento, profissionalização e amadurecimento do Foodservice no Brasil.

VISÃO

Elevar o segmento de Foodservice do Brasil a padrões de classe mundial em consumo, segurança alimentar e eficiência operacional em benefício do consumidor.

IDF – Índice de Desempenho Foodservice

O **IFB – Instituto Foodservice Brasil** – tem como seu principal objetivo contribuir para o crescimento sustentável do mercado foodservice.

Uma das principais formas de contribuição do instituto é prover dados e conhecimento sobre esse segmento da economia, então carente de informações.

Com esse intuito, o IFB desenvolveu um monitoramento mensal, composto por informações de vendas efetivamente realizadas pelos associados do IFB, para prover informações de desempenho do segmento para os seus associados e ao mercado.

Metodologia

Amostra:

Empresas associadas contribuem regularmente e voluntariamente com o envio das informações.

Ponderação:

As empresas associadas informam seu faturamento anual em R\$ para ponderação do número.

Sigilo das informações:

Nenhuma informação divulgada representa os dados específicos de uma empresa. Todos os dados são compilados e processados de forma a melhor refletir a realidade do mercado como um todo, assim, **os dados nunca são tratados e divulgados individualmente por empresa.**

Periodicidade:

O indicador é elaborado mensalmente após o fechamento de cada um dos meses do ano.

Mercado Foodservice

Conjuntura do segmento de Foodservice no Brasil

O segmento de Foodservice (Alimentação Fora do Lar) foi e continua sendo um importante elo do desenvolvimento econômico brasileiro.

A pujança do Foodservice fica evidente ao observarmos o crescimento entre 2011 e 2014, de R\$ 121 bilhões para R\$ 157 bilhões, médio anual acima de 9%.

A participação do Foodservice no gasto das famílias com alimentação saltou de 24,1% em 2002 para 33,3% em 2014, para efeito de comparação, a participação desse segmento no mercado norte americano é de 49%.

Diversos fatores explicam a aceleração do setor, mas os principais foram o crescimento da renda das famílias brasileiras, maior participação das mulheres no mercado de trabalho, aumento do número de estabelecimentos, melhoria da oferta e mudanças nos hábitos de consumo dos brasileiros, que buscam cada vez mais conveniência.

Release de Imprensa – Resultados de Julho de 2015 (1/2)

O setor de foodservice aponta crescimento nominal de vendas de 12,4% no mês de julho de 2015 influenciado principalmente pela abertura de lojas

Segundo os associados do IFB, o crescimento nominal de vendas, ou seja, sem descontar a inflação, do setor de foodservice foi de 12,4% no mês de julho de 2015 quando comparado com o mesmo mês do ano anterior, influenciado principalmente, pela contribuição de vendas de novas lojas abertas no período.

Já o crescimento de vendas nominal no conceito mesmas lojas* foi de 5,5%, atestando a importância da abertura de lojas para o desenvolvimento do segmento.

O ritmo de abertura de lojas continua expressivo, com crescimento de 12,6% no número de lojas na média dos últimos 12 meses. Em Julho/2015 a evolução foi de 9,8%.

Release de Imprensa – Resultados de Julho de 2015 (2/2)

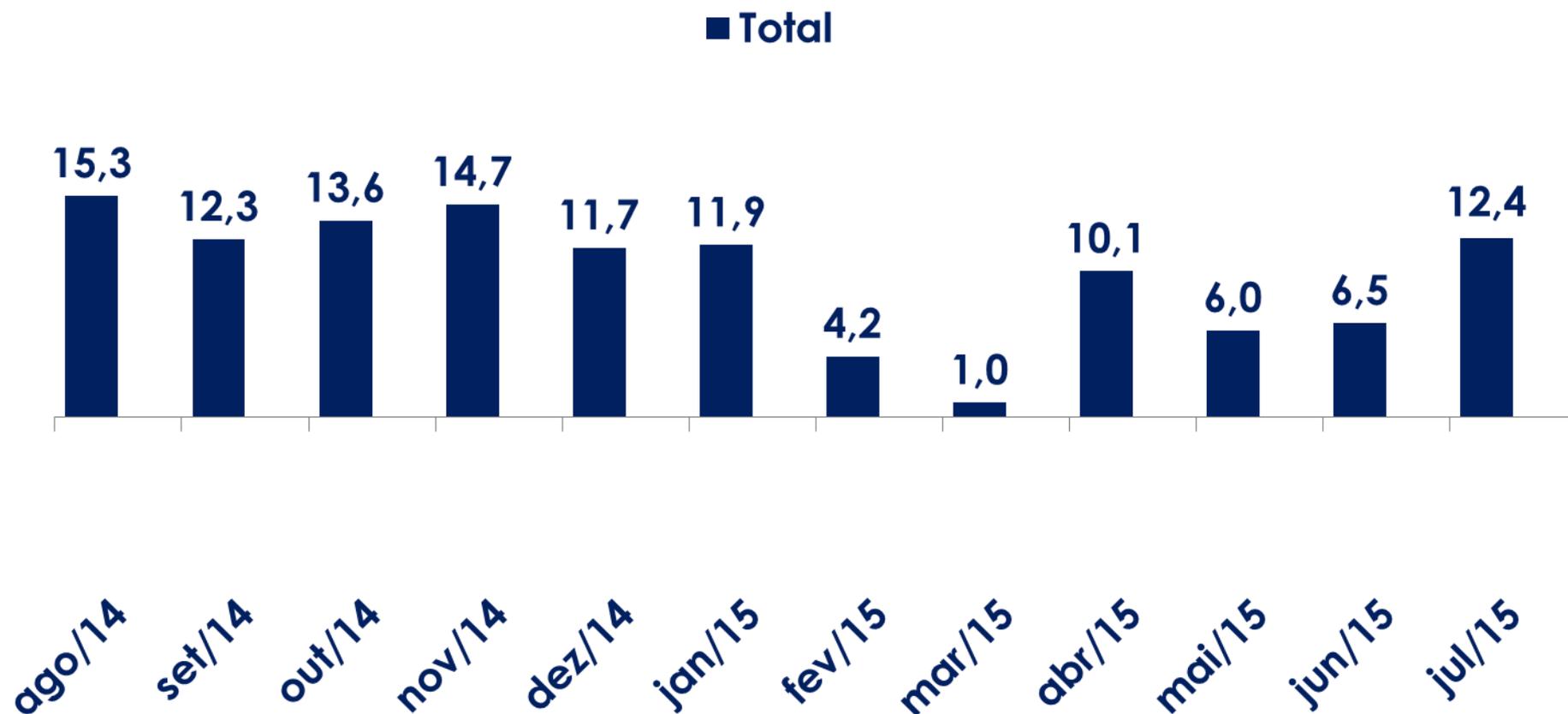
O indicador do IFB apurou também crescimento do número de transações (visitas aos restaurantes) de 4,2%, por outro lado, no conceito mesmas lojas houve queda de -2,4%, sinalizando redução na frequência de visita aos estabelecimentos .

O ticket médio por sua vez apontou leve alta de junho para julho de 2015, fechando em R\$ 25,20.

Os associados apontaram que o repasse da inflação em seus estabelecimentos foi menor que a inflação apurada pelo IPCA (IBGE). As empresas informaram que o aumento de preços foi de 8,4%, enquanto que o IPCA total de julho (acumulado de 12 meses) foi de 9,56% e o IPCA de Alimentação Fora do Lar foi de 10,4%.

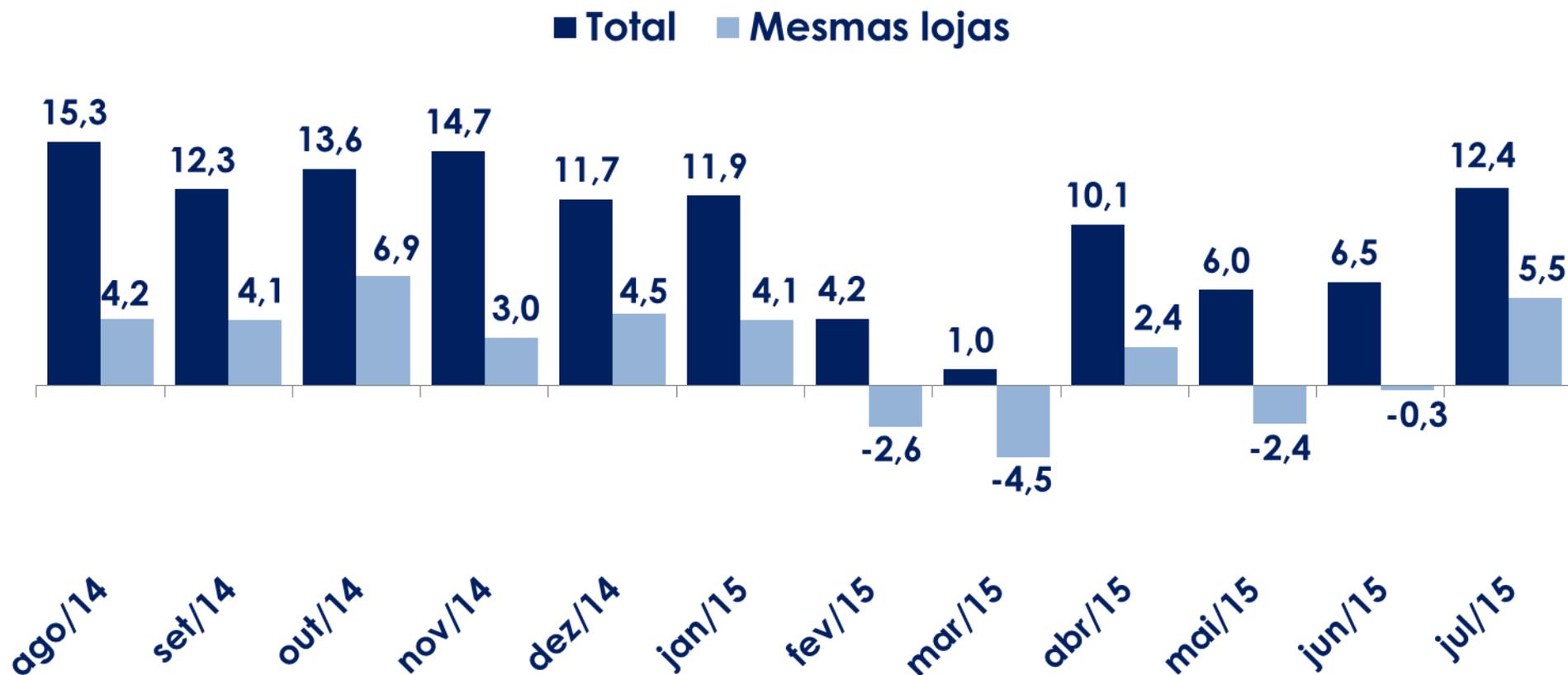
Operadores - Resultados

Variação do faturamento nominal - %



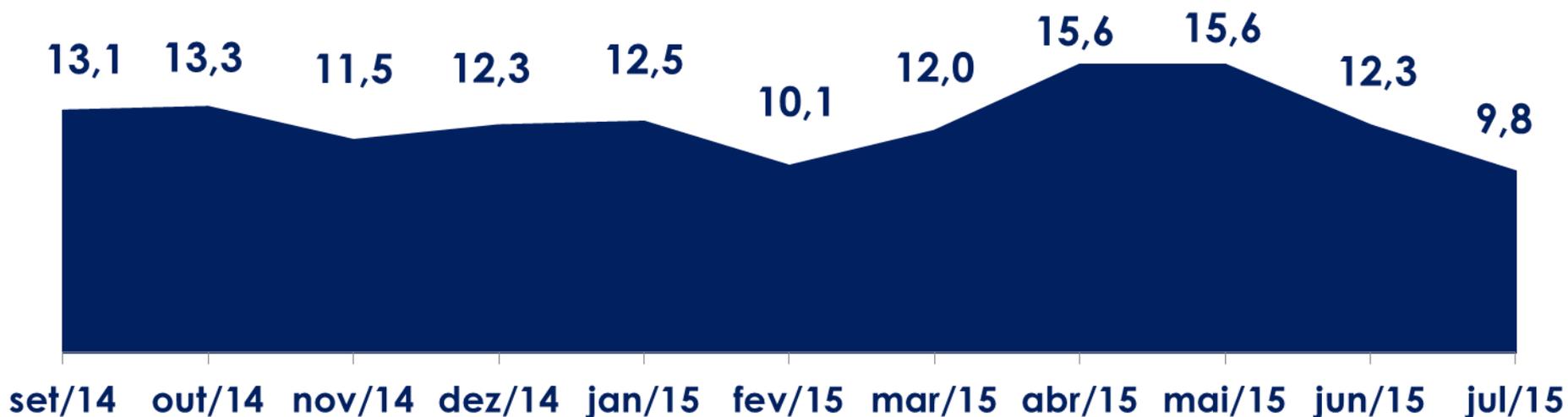
Operadores - Resultados

Variação do faturamento **nominal** - %



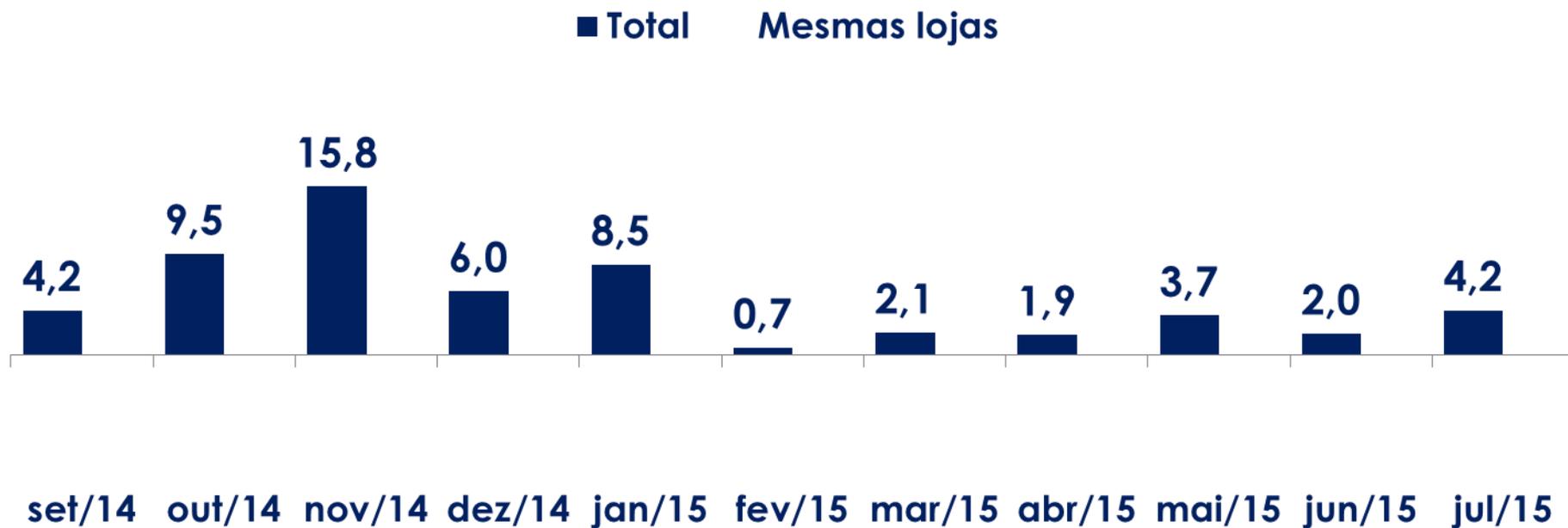
Operadores - Resultados

Evolução do número de lojas crescimento sobre o ano anterior %



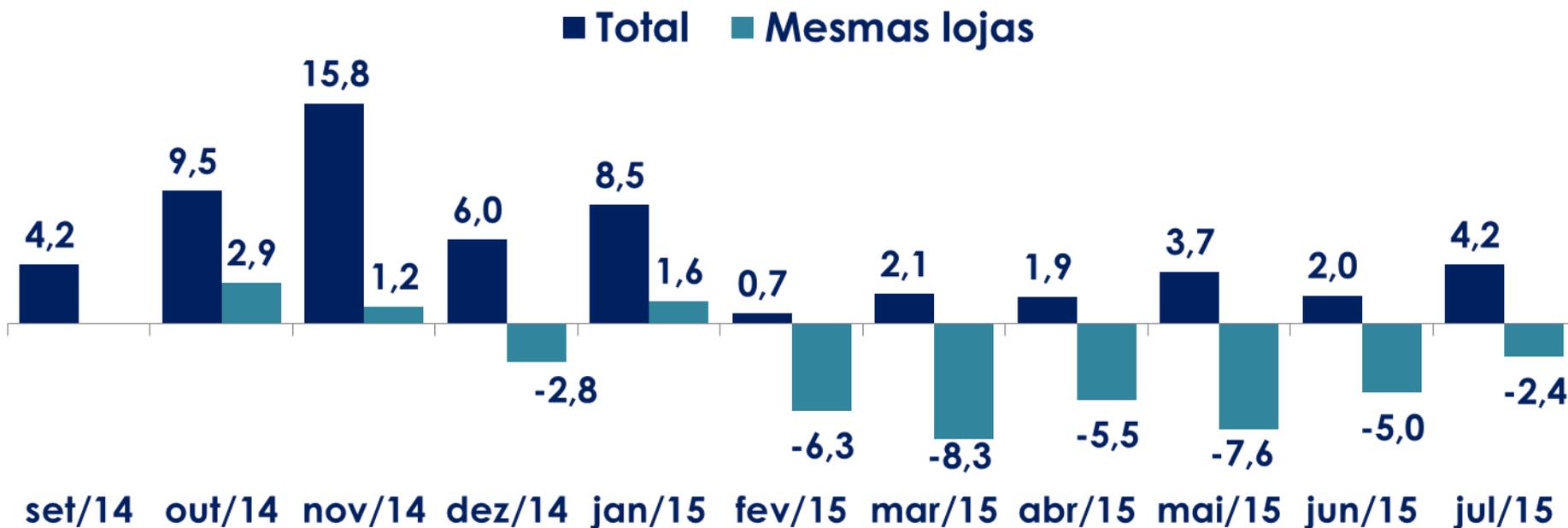
Operadores - Resultados

Evolução do número de transações todas as lojas vs. mesmas lojas - %



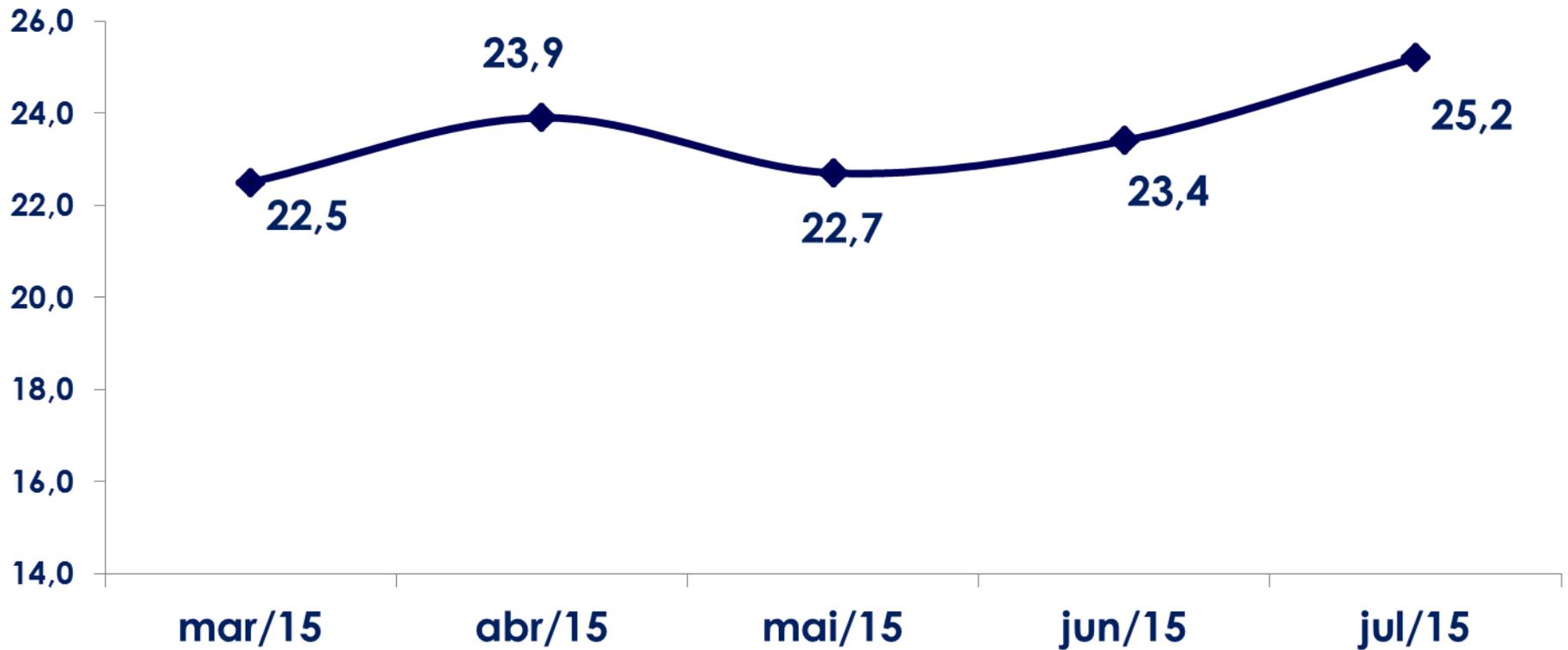
Operadores - Resultados

Evolução do número de transações todas as lojas vs. mesmas lojas - %



Operadores - Resultados

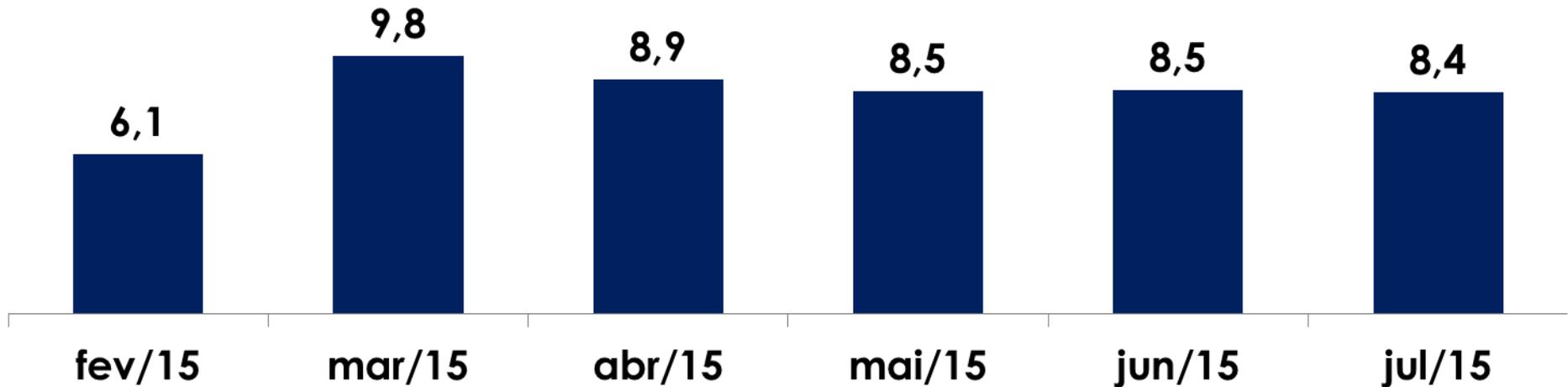
Evolução do ticket médio – R\$



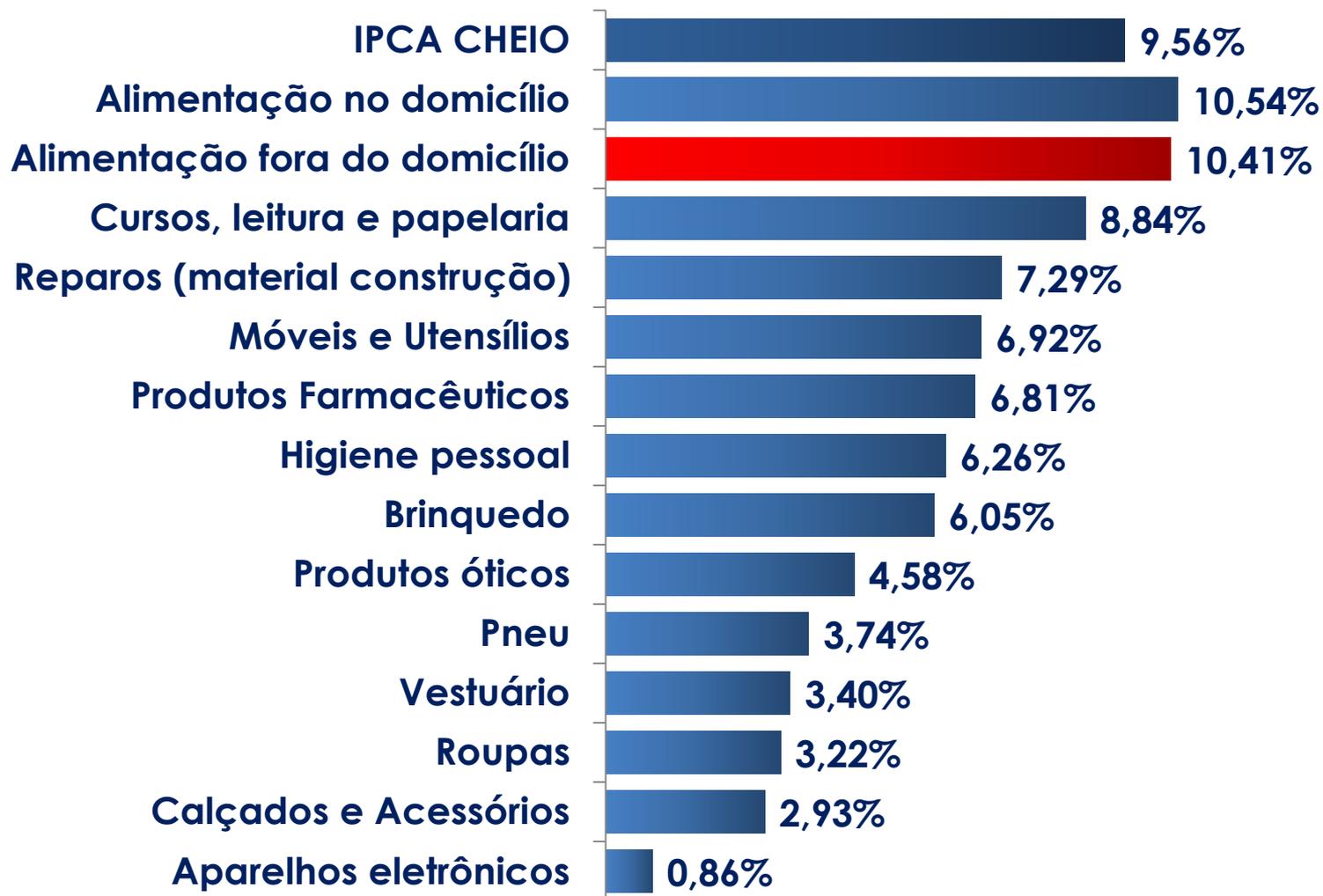
Operadores - Resultados

Inflação -%
Reajuste repassado para o cliente

■ Total



Inflação acumulada 12 meses – IPCA de Julho/2015



Nota técnica (1/2)

- 1- Variação do faturamento nominal do mês sobre mesmo mês do ano anterior ponderado pelo faturamento de cada empresa;
- 2- Variação do faturamento nominal no conceito mesmas lojas* do mês sobre o mesmo mês do ano anterior ponderado pelo faturamento de cada associado
- 3- Evolução do número de lojas no mês sobre mesmo mês do ano anterior;
- 4- Evolução do número de transações em percentual de todas as lojas e do conceito mesmas lojas* no período de um ano, indicadores ponderados pelo faturamento de cada associado ;

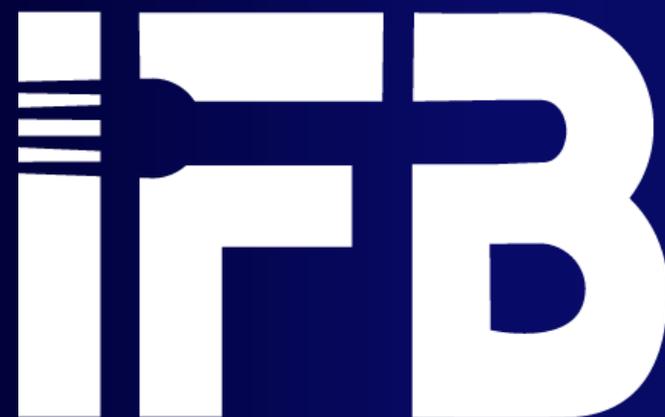
*Conceito mesmas lojas: lojas abertas a 13 meses e desconsiderando lojas fechadas ou em reforma

Nota técnica (2/2)

5- Evolução em valor do ticket médio (R\$)* consolidados dos associados por mês;

6- Inflação acumulada 12 meses repassada pelos operadores de foodservice aos seus clientes finais

***Ticket médio: valor médio das vendas de um determinado estabelecimento comercial. Cálculo obtido pela divisão do total de vendas (R\$) pelo o número de cupons fiscais emitidos no período**



INSTITUTO 
FOODSERVICE
BRASIL

Mais informações: contato@institutofoodservicebrasil.org.br