



1º TRIMESTRE 2019 X 2018

BOLETIM TRIMESTRAL




Congrepan
ONLINE


ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE
PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

ÍNDICE

| | |
|-------------------------------------|----|
| APRESENTAÇÃO | 03 |
| COMPORTAMENTO DOS INDICADORES | 04 |
| LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA | 04 |
| INDICADORES GERAIS | 05 |
| COMPORTAMENTO DAS VENDAS | 06 |
| VENDA DE PRODUÇÃO PRÓPRIA | 07 |
| VENDA DE PRODUTOS DE REVENDA | 08 |
| NÚMERO DE CLIENTES | 09 |
| TÍQUETE MÉDIO | 10 |
| PRODUÇÃO PÃO FRANCÊS | 11 |
| FATURAMENTO PÃO FRANCÊS | 12 |
| PREÇO MÉDIO DO PÃO FRANCÊS | 13 |
| RESUMO | 14 |
| COMPARATIVO | 15 |
| CONCLUSÃO | 16 |

APRESENTAÇÃO

O Boletim Metodologia Propan é uma análise do desempenho das panificadoras e confeitarias brasileiras elaborado sob encomenda da Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP) pelo Instituto Tecnológico da Alimentação, Panificação e Confeitaria (ITPC).

Este estudo é baseado em indicadores coletados em uma amostra com cerca de 50 pontos de venda de 11 estados brasileiros e diferentes perfis. São analisados números relativos ao primeiro trimestre de 2019, comparando-os com a situação encontrada no mesmo período do ano anterior.

A amostra analisada reflete um universo de 500 empresas (número geralmente trabalhado nos projetos desenvolvidos pela Márcio Rodrigues & Associados e Instituto Tecnológico da Alimentação, Panificação e Confeitaria - ITPC), com média de faturamento entre R\$ 150 mil e R\$ 1,6 milhão/mês).

Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria - ABIP

Presidente: José Batista de Oliveira
secretaria@abip.org.br

Expediente - Boletim Trimestral

Coordenação: Márcio Rodrigues

Pesquisa e análise de dados: Márcio Rodrigues, Camila Rodrigues Coelho, Tecnoweb

Redação: Renato Faria

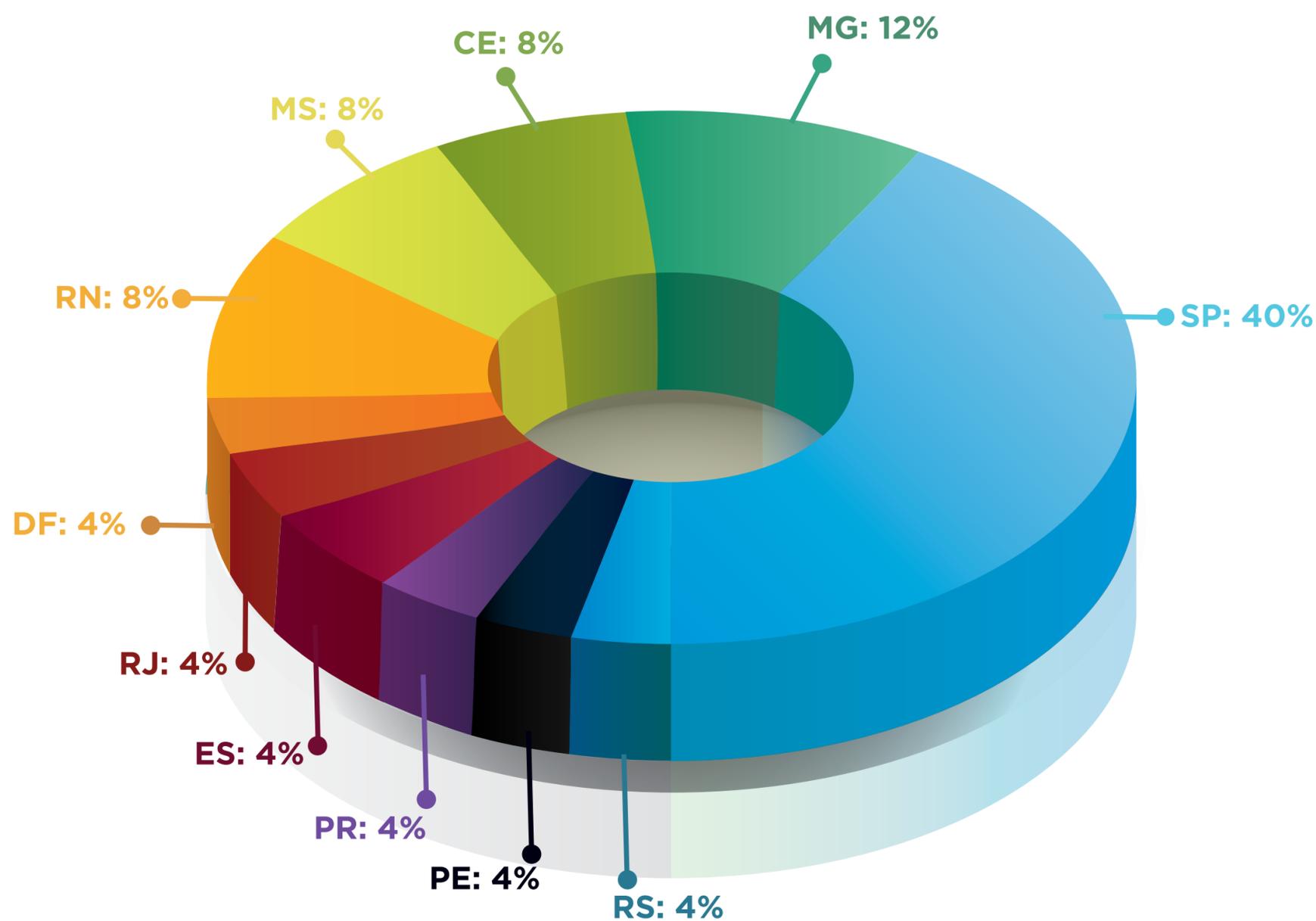
Projeto Gráfico: Elisangela Santos

Edição: Márcio Rodrigues, Renato Faria, Elisangela Santos

COMPORTEAMENTO DOS INDICADORES

Localização geográfica

Do universo pesquisado, cerca de 40% estão localizados no estado de São Paulo, enquanto 12% são de Minas Gerais; são os estados com maior amostra. No total, foram analisados indicadores de padarias e confeitarias de 11 estados.





Indicadores gerais

MÉDIA DE FATURAMENTO/MÊS/EMPRESA

2019: R\$ 578.857,68
2018: R\$ 555.449,13 **+4,21%**

MÉDIA DO TÍQUETE POR CLIENTE

2019: R\$ 20,22
2018: R\$ 19,15 **+5,51%**

MÉDIA NÚMERO DE CLIENTES/MÊS

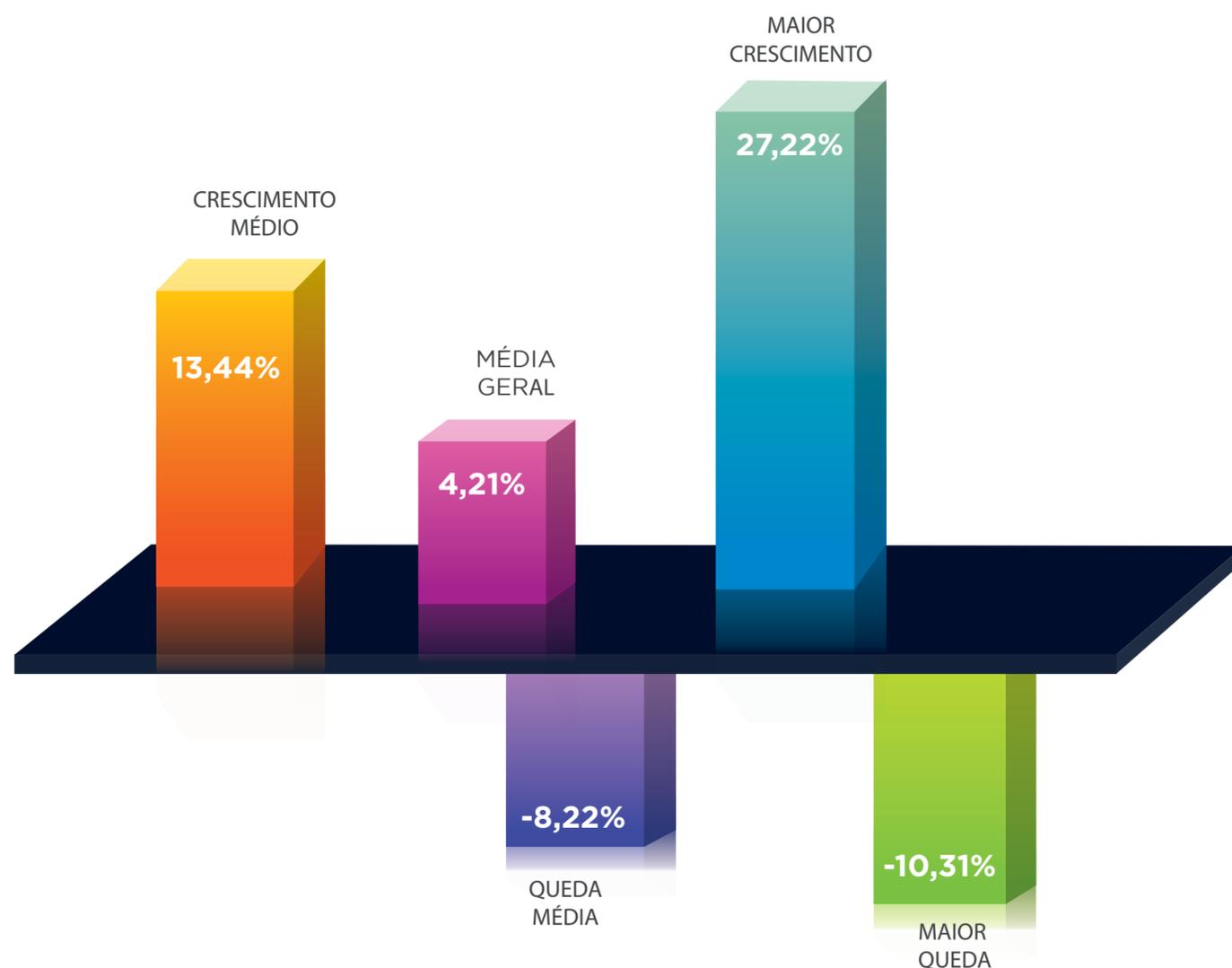
2019: 28.629,98
2018: 29.005,22 **-1,29%**

PREÇO MÉDIO PÃO FRANCÊS

2019: R\$ 14,02
2018: R\$ 12,93 **+8,39%**

Comportamento das vendas

Somados todos os pontos de venda pesquisados, a média de faturamento/mês no primeiro trimestre de 2019, comparado com o mesmo período de 2018, apresentou um crescimento de 4,21%, como mostra o gráfico a seguir. Entre os que aumentaram as vendas, a média de crescimento foi de 13,44% e entre aqueles que mostraram queda, a média de redução foi de -8,22%. Entre as pesquisadas, 63% das empresas registraram aumento de faturamento.



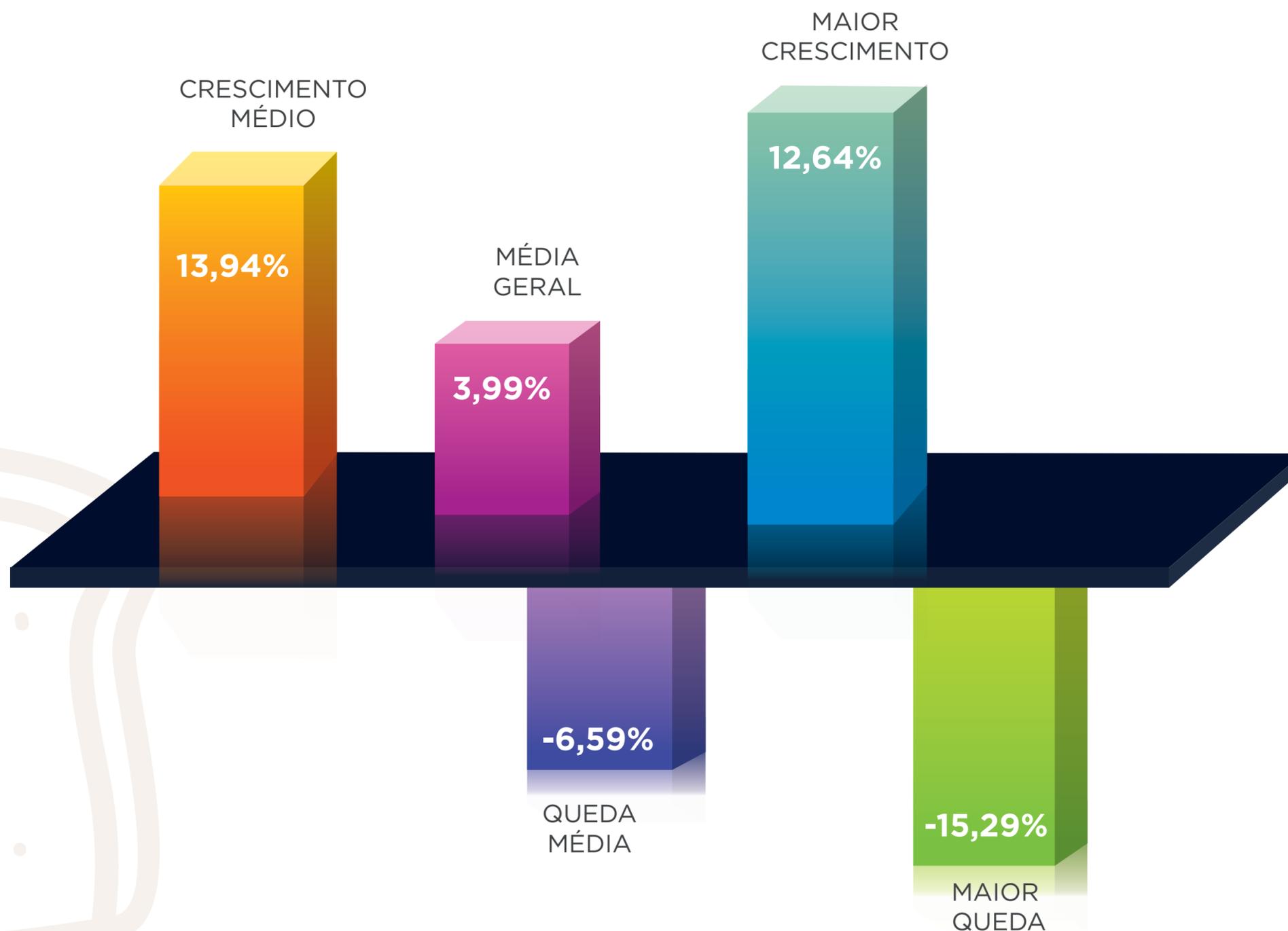
Importante salientar que o crescimento geral foi acima da inflação. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), considerada a inflação oficial do país, ficou em 1,51% no período de janeiro a março de 2019; no mesmo período de 2018, o índice do IPCA foi de 0,70. No acumulado de abril de 2018 a março de 2019, o IPCA foi de 4,58%, enquanto no período de abril de 2017 a março de 2018, o IPCA acumulado foi de 2,68%.



Venda de Produção Própria

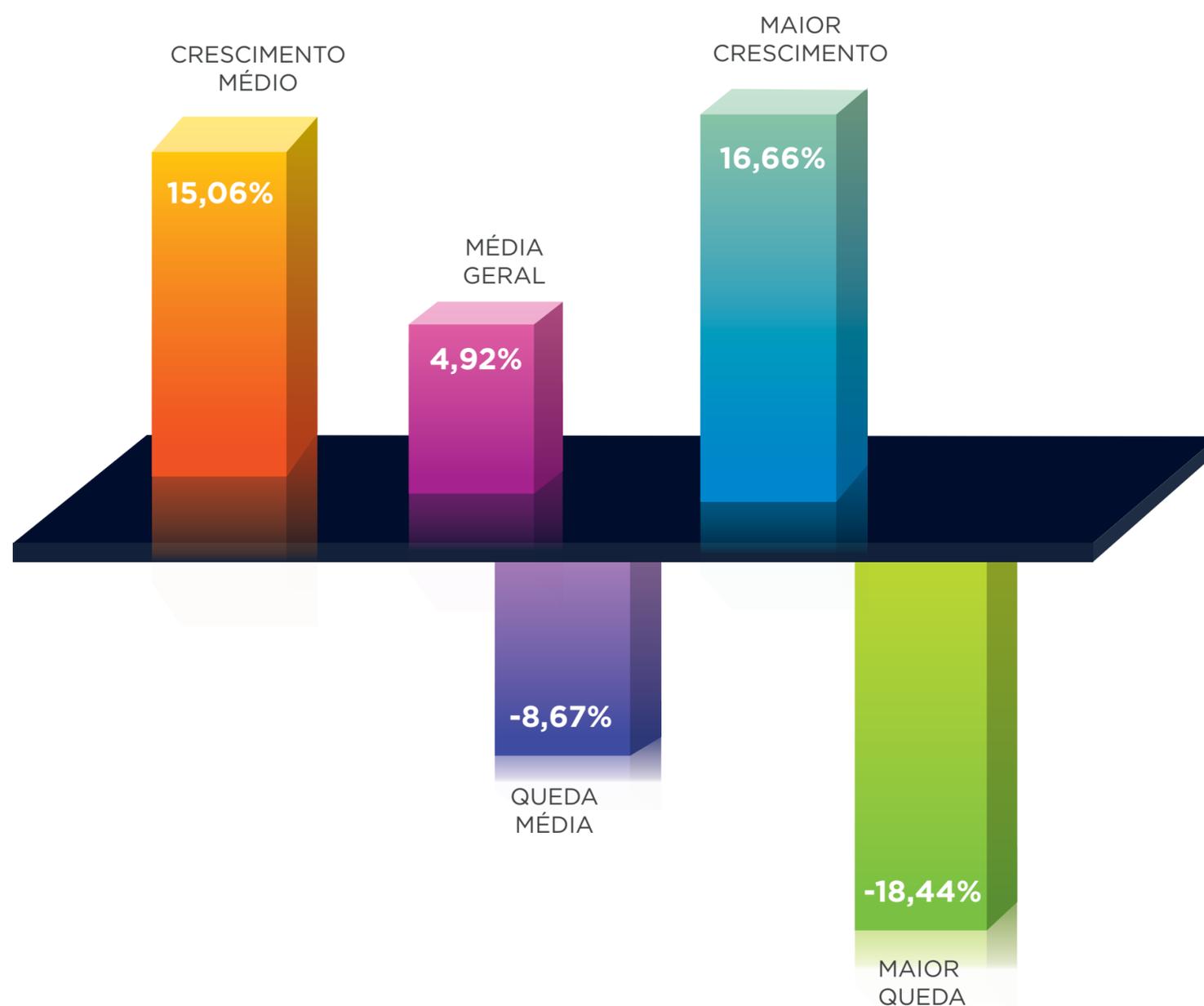
Em relação à venda de produtos fabricados nas próprias padarias, registrou-se também aumento, de 3,99%, reforçando a importância da produção própria para as empresas de panificação e confeitaria. Quase 60% das empresas mostraram crescimento nas vendas de produtos fabricados por elas.

Dentre as que registraram crescimento, a média de evolução foi de 13,94%, sendo o maior percentual de 12,64%. Já em relação às padarias que registraram perda na venda de produção própria, a queda média foi de -6,59%, com a maior redução de -15,29%.



Venda de Produtos de Revenda

Na média envolvendo todos os pesquisados, o faturamento com os produtos de revenda também registrou crescimento, de 4,92%. Conviveu-se em 2018 com uma queda nesse índice e essa recuperação é importante e mostra a relevância da adoção de estratégias como produtos ativadores de venda e adoção de preços competitivos.



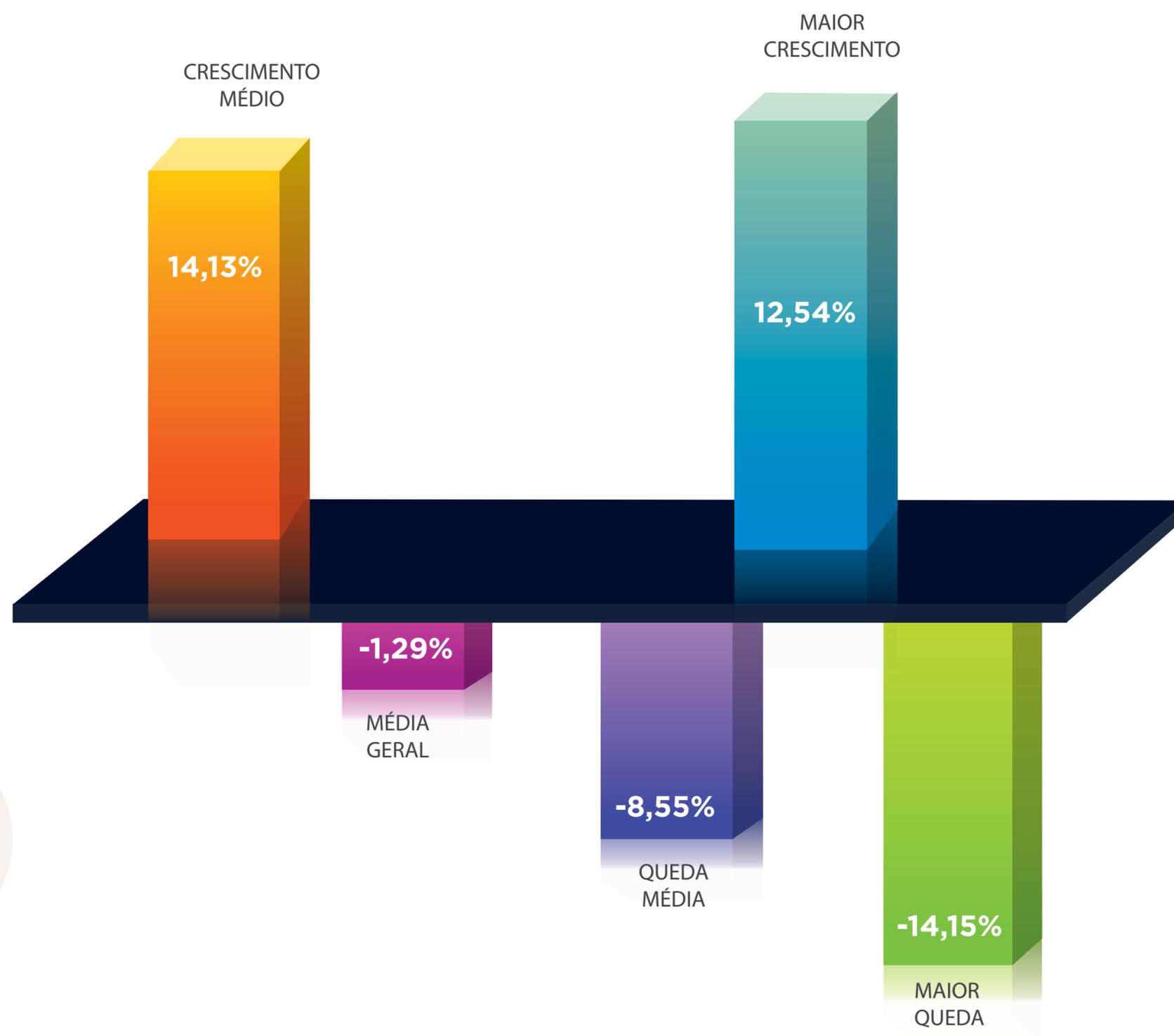
Entre aquelas empresas pesquisadas, ainda a maioria está num momento de queda, 58% delas tiveram redução na venda dos itens de revenda, enquanto 48% registraram crescimento e acabaram influenciando na média final positiva.

A apuração daquelas que elevaram a venda específica dos produtos de revenda mostrou uma média de crescimento de 15,06%, com o maior índice equivalente a 16,66%. Junto àquelas cuja venda dos revendidos caiu, a média foi de -8,67%, sendo -18,44% a maior perda registrada.

Número de clientes

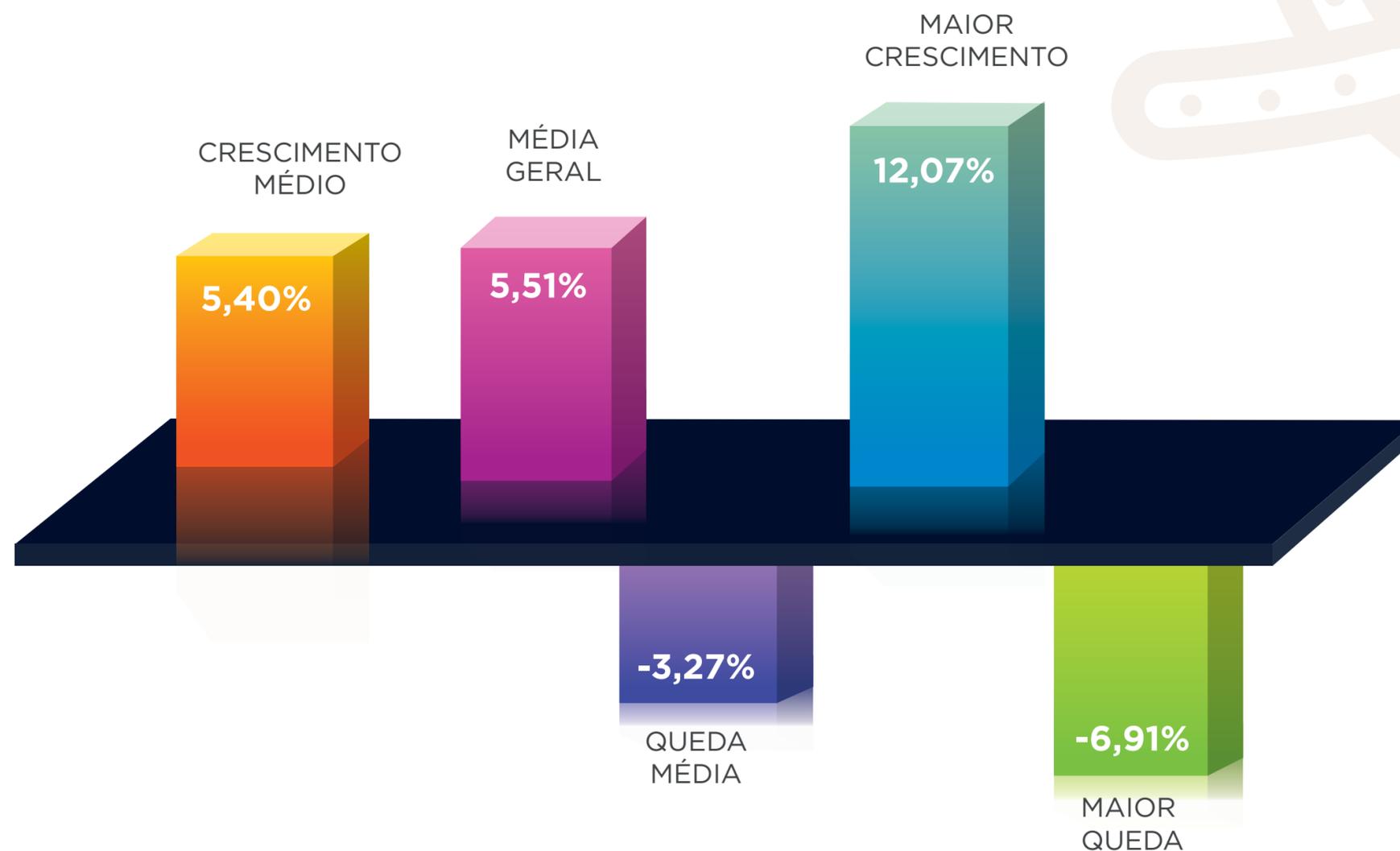
Em relação ao número de clientes que frequentam as empresas de panificação e confeitaria, somadas, percebeu-se uma queda de -1,29%. Embora seja um percentual ainda negativo, mostra uma perda menor, já que ao longo de 2018 se conviveu com reduções no número de clientes acima de 2%.

Dentre o total de pesquisados, 42% indicaram aumento nesse item. Dos que mostraram aumento, a média é 14,13%, com o maior acréscimo sendo 12,54%. Já entre aqueles que demonstraram perda do número de clientes, a queda média foi de -8,55%, com o principal percentual de perda sendo -14,45%.



Tíquete Médio

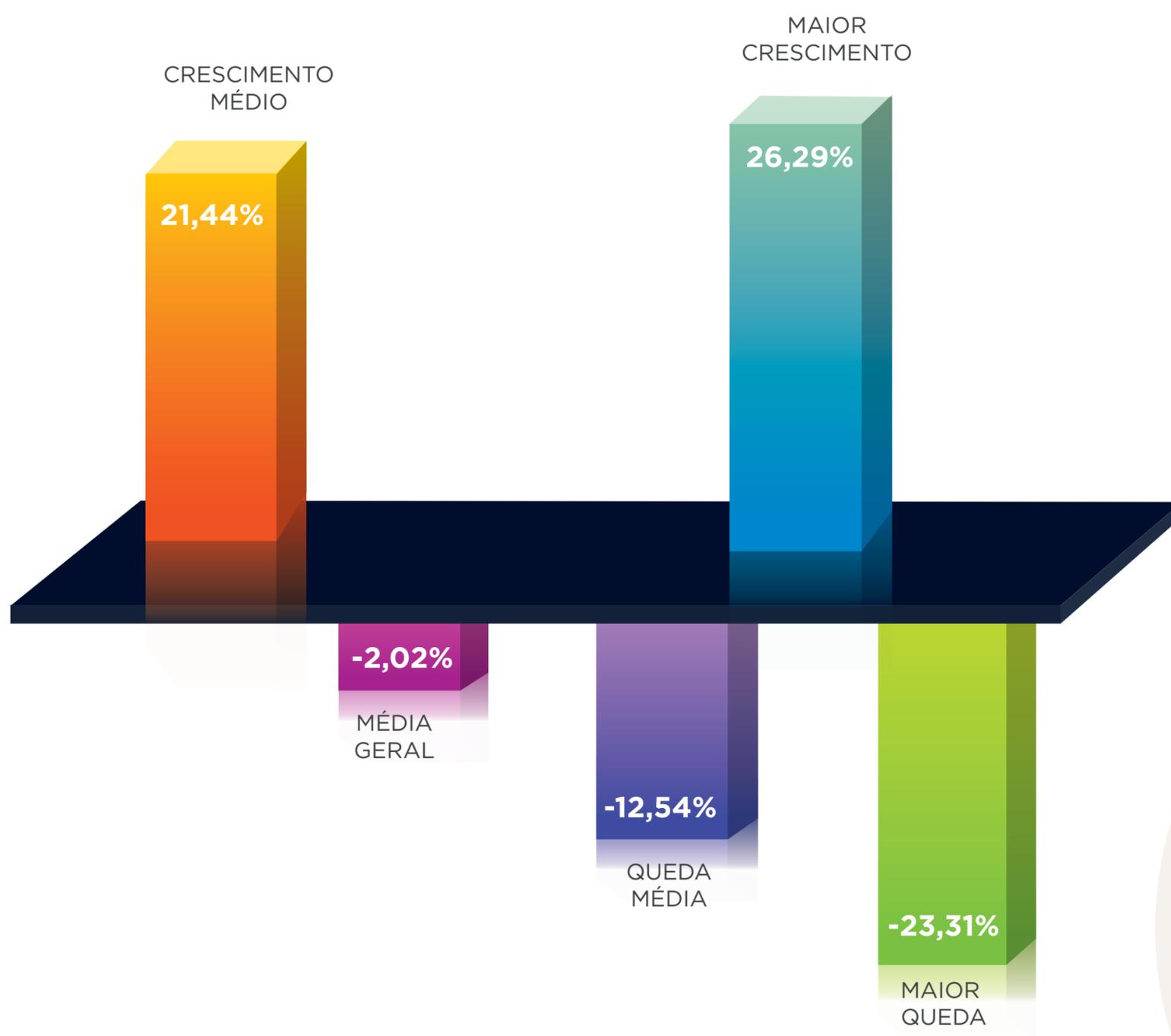
O tíquete médio nas empresas teve um crescimento de 5,51%, considerando a média de todas as pesquisadas, sendo R\$ 20,22 no primeiro trimestre de 2019, comparando-se com um valor de R\$ 19,15 no mesmo período de 2018.



Os registros de elevação indicaram uma média de 5,40%, sendo 12,07% o maior percentual de aumento no tíquete médio. Entre as padarias cujo indicador diminuiu, a média foi de -3,27%, com a maior redução sendo -6,91%.

Produção Pão Francês

Em relação à produção de pão francês, a média registrada foi uma queda de -2,02%. A preocupação com a qualidade do pão francês e seu comportamento de venda é relevante, mas podemos destacar também boas iniciativas de melhoria de processos e qualidade final que trouxeram bons resultados de venda, o que auxiliou na média final de volume fabricado.



De toda a pesquisa, 37% das padarias elevaram seu volume de produção em quilos, enquanto 63% demonstraram queda na fabricação do produto.

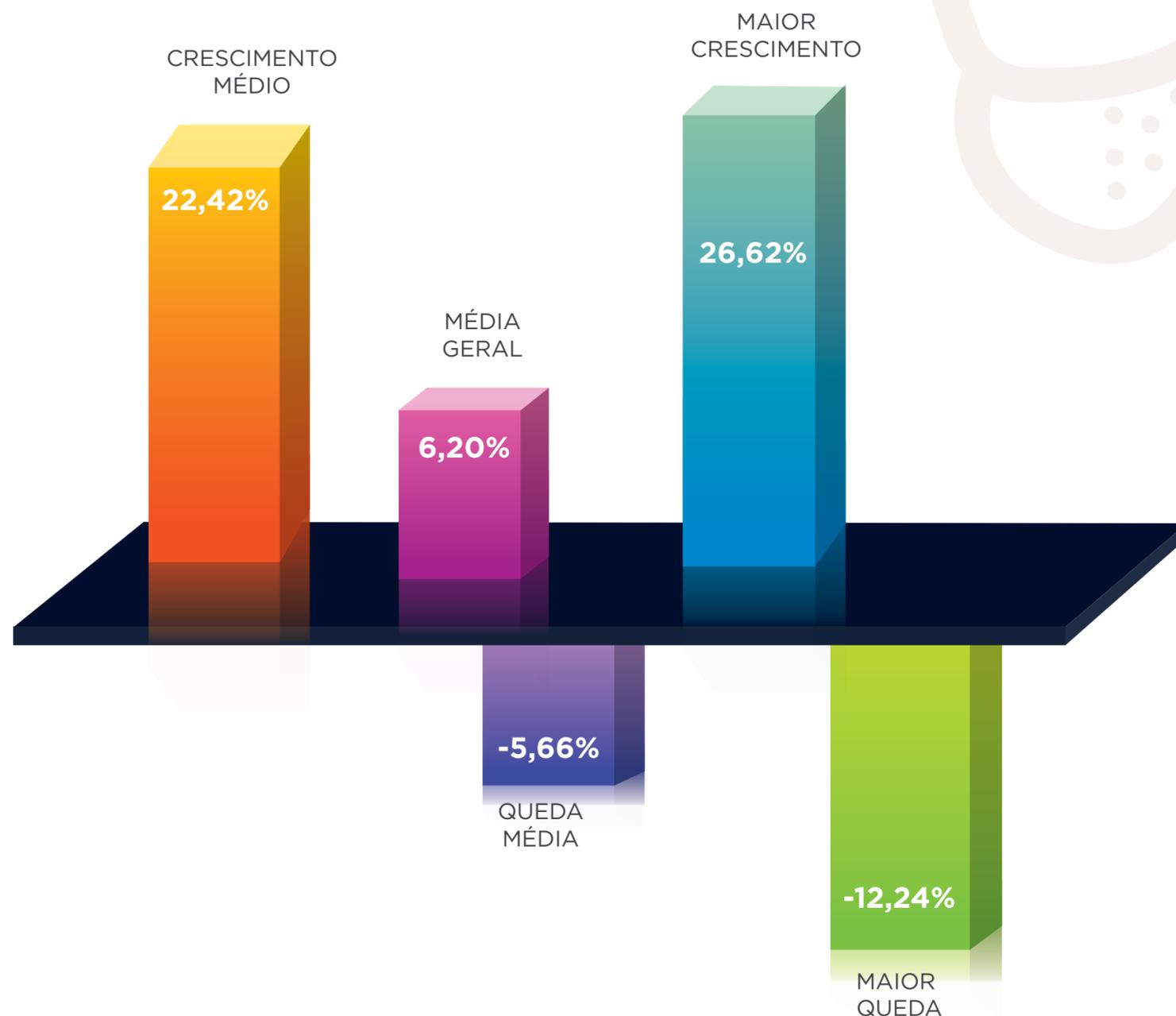
Entre as padarias que registraram crescimento no volume de produção do pão francês, a média de aumento foi de 21,44% (sendo 26,29% a maior elevação indicada), enquanto a média dentre aquelas que reduziram a fabricação, a média foi de -12,54% (com -23,31% sendo a maior queda).



Faturamento Pão Francês

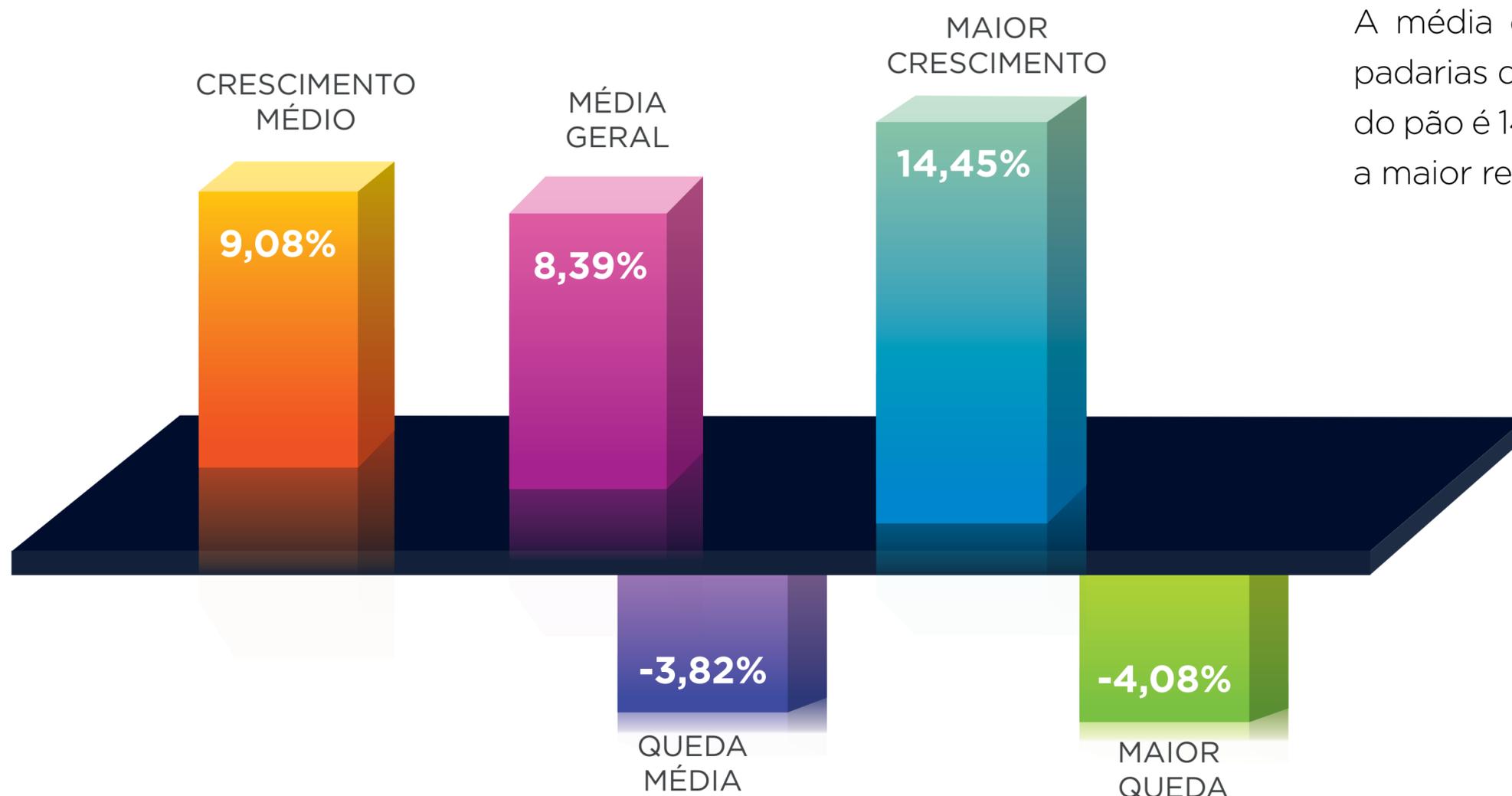
Já em relação ao faturamento com o pão francês, a média final entre as empresas pesquisadas mostrou um crescimento de 6,20%. A média final foi de crescimento, com a média puxada para cima por aquelas empresas que mostraram bom retorno a partir dos investimentos em melhoria de processos e de qualidade, embora menos da metade das empresas (46%) mostraram ganho de faturamento com o pão francês.

Do total, 54% mostraram queda nesse indicador. Entre os que melhoraram o desempenho, o percentual médio foi de 22,42%, sendo o maior crescimento equivalente a 26,62%. Em relação às quedas, a média das padarias que reduziram o faturamento com o pão francês foi de -5,66%, com a maior perda igual a -12,24%.



Preço médio do Pão Francês

O preço do pão francês na soma dos pesquisados mostrou um aumento médio de 8,39%. Temos nesse item o maior movimento conjunto das padarias pesquisadas, já que 92% delas reajustaram seus preços, o que não vinha acontecendo sistematicamente em 2018, com as padarias muitas vezes absorvendo os custos sem repassar ao consumidor.



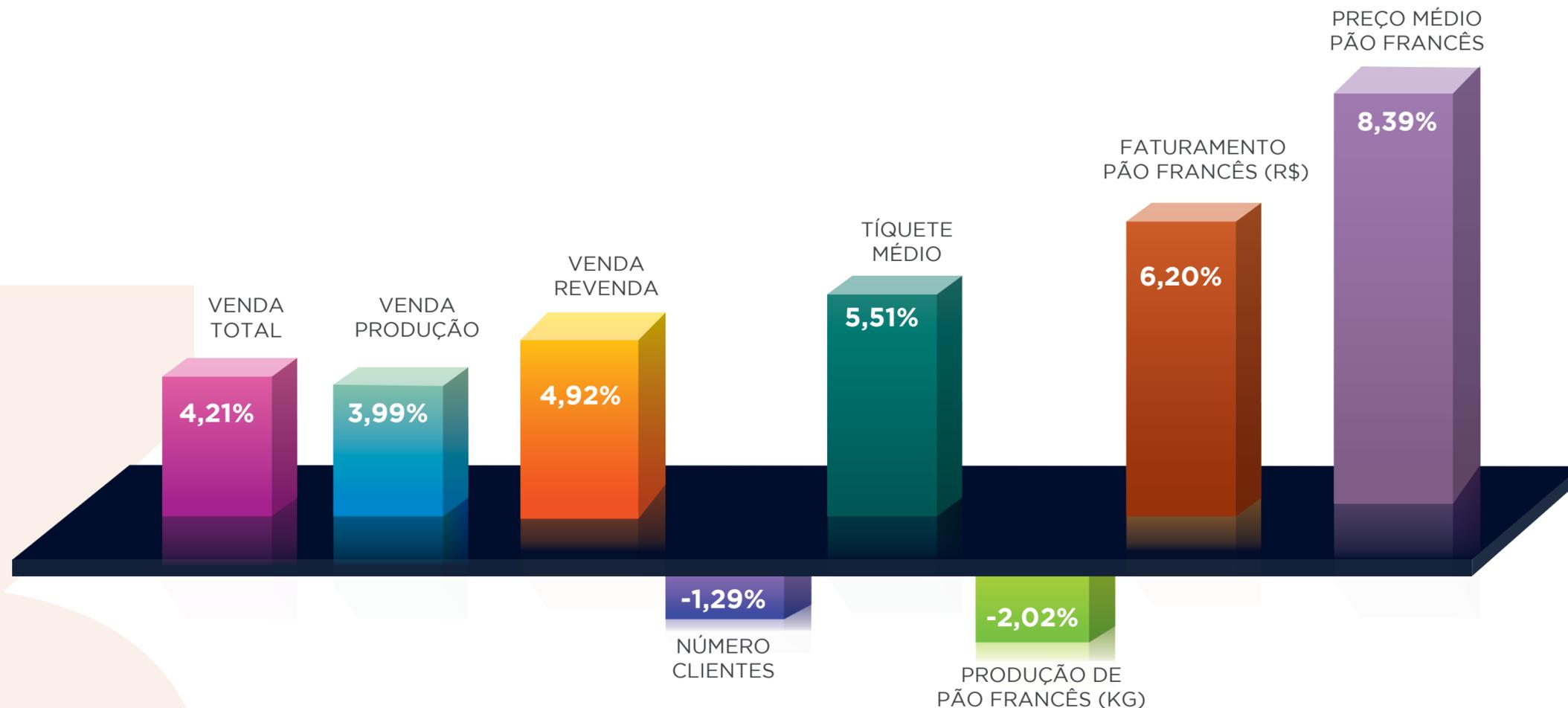
A média de reajuste entre as padarias que elevaram o preço do pão é 14,45%, enquanto que a maior redução foi de -4,08%.



Verificando os números dos dois primeiros trimestres de 2018, é possível verificar um perfil de queda nos principais indicadores dos negócios de panificação e confeitaria pesquisados. À exceção da venda de produção própria, tíquete médio e preço médio do pão francês, todos os outros quesitos apresentam redução percentual após o fechamento do segundo trimestre. E mesmo nestes três indicadores, o segundo trimestre trouxe números menores que nos primeiros três meses do ano.

A tabela e o gráfico a seguir mostram a variação encontrada nos pontos de venda avaliados.

RESUMO



Comparativo

1º TRIMESTRE 2019 X 2018

VENDA TOTAL
4,21%

VENDA PRODUÇÃO
3,99

VENDA REVENDA
4,92%

NÚMERO DE CLIENTES
-1,29%

TÍQUETE MÉDIO
5,51%

PRODUÇÃO DE PÃO FRANCÊS (KG)
-2,02%

FATURAMENTO PÃO FRANCÊS (R\$)
6,20%

PREÇO MÉDIO PÃO FRANCÊS
8,39%

CONCLUSÃO

Avaliando-se os números apresentados pelas padarias pesquisadas percebe-se um resultado melhor neste primeiro trimestre de 2019, com um crescimento acima da inflação. A produção própria mostra-se ainda muito importante para as empresas, sendo importante destacar também o crescimento novamente no faturamento específico com os produtos de revenda, cujos preços passaram a ser mais competitivos.

Esse crescimento veio pelo investimento maior em itens chamados de ativadores de venda, aqueles que o cliente compra na padaria pela conveniência de não precisar ir ao supermercado ou outro lugar para encontrá-los. Devem ser vendidos por preços coerentes com o mercado e despertam a confiança do cliente no ponto de venda.

Viu-se ainda perda no número de clientes, mas com o tíquete médio sendo maior. O volume de produção do pão francês, em termos gerais mostrou uma queda, mas com o faturamento específico e o preço médio tendo aumentado.

Ressalte-se a preocupação despertada pelo pão francês dentro das padarias, ao que os empresários devem ficar atentos e investir em estratégias de melhoria de processos e qualidade. Aqueles que fizeram isso foram os que puxaram a média final para cima e conseguiram bons resultados.

CLIQUE E CONFIRA

www.congrepanonline.com.br

