



INDICADORES 2016

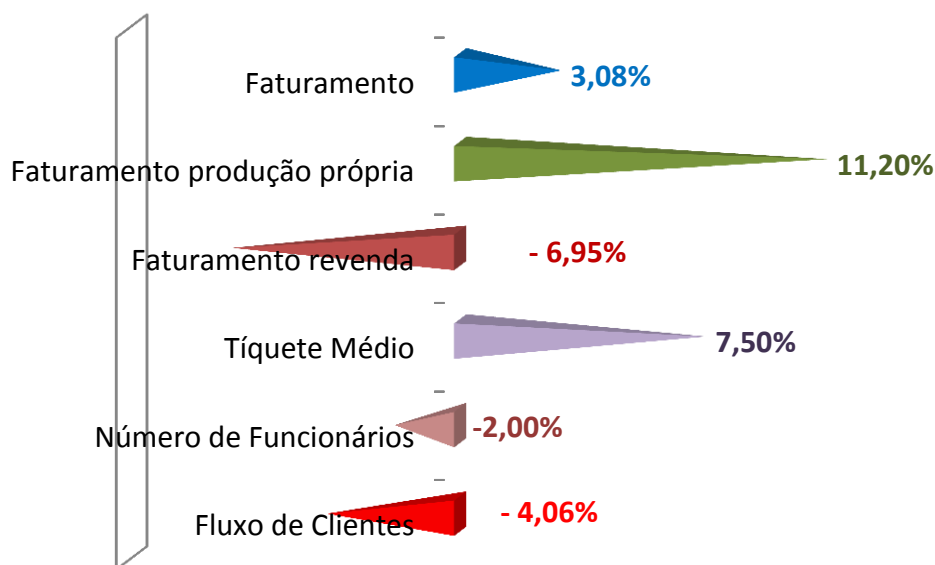
DESEMPENHO DE EMPRESAS DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA BRASILEIRAS EM 2016



FONTE:

Levantamento realizado pelo Instituto Tecnológico de Panificação e Confeitaria (ITPC) em parceria com a Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP) indica que a melhor notícia para as empresas de panificação e confeitaria pesquisadas foi a de que a venda dos produtos fabricados pelas próprias padarias cresceu 11,2%. Esse levantamento realizado em mais de 400 empresas de todo o país, abrangendo representantes de todos os portes reflete o momento atual do segmento no país.

No geral, registrou-se na pesquisa um crescimento nominal de 3,08% em 2016 (não descontada a inflação), o que equivale a um faturamento de R\$ 87,24 bilhões. O resultado é um pouco melhor do que o alcançado no ano anterior, mas ainda assim mostra o momento de desaceleração pelo qual se vem passando. É um paciente estável, cuja saúde merece acompanhamento (e precisa dele). O gráfico a seguir apresenta os principais indicadores identificados pelo levantamento nas empresas.



ABIP – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

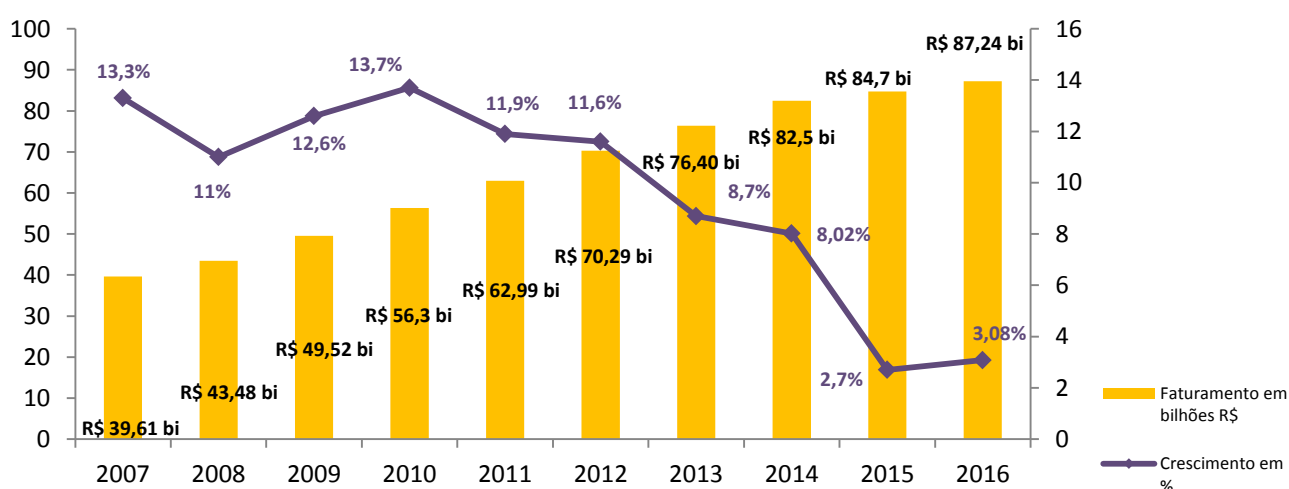
SHN Qd. 02 Bl. H nº 30 Sala 55 – Mix Metropolitan Flat Brasília / DF - Cep: 70702-905
Fone/Fax: 55 61 3327.3332



Fonte: ITPC 2017

O momento econômico do país influenciou no resultado das empresas pesquisadas, bem como as mudanças de mercado, com novos entrantes e variações no perfil de consumo (lojas de vizinhança, *food trucks* e atacarejos, entre outros, influenciaram na decisão de onde comprar). A inflação geral no país foi de 6,29%, medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA). Nas empresas pesquisadas, a inflação nos 30 principais produtos do mix (sendo 18 de produção própria e 12 de revenda), foi de 9,7%.

Desde 2007, quando este levantamento começou a ser realizado, as padarias e confeitarias passaram por um momento de expansão até 2010, quando se nota o início do menor crescimento, chegando a seu ápice em 2015, como pode ser visto no gráfico a seguir, que traz a projeção feita para o segmento a partir da pesquisa realizada com as cerca de 400 padarias.



Fonte: ITPC (2017)

Panificação x supermercados

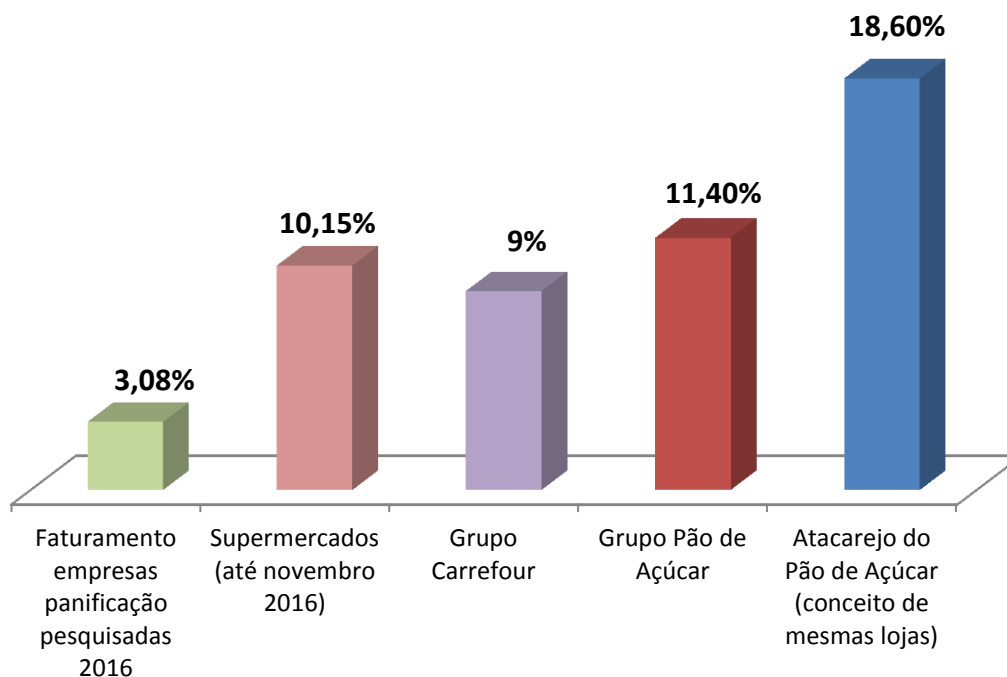
Na comparação com o setor de supermercados, as empresas de panificação e confeitaria pesquisadas indicaram um crescimento menor. De acordo com informações da Associação Brasileira de Supermercados (Agos), as vendas do setor

ABIP – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

SHN Qd. 02 Bl. H nº 30 Sala 55 – Mix Metropolitan Flat Brasília / DF - Cep: 70702-905
Fone/Fax: 55 61 3327.3332



supermercadista cresceram 10,15% no acumulado de janeiro a novembro de 2016. Dentro desse segmento, o Grupo Carrefour apresentou um crescimento de 9% e o Grupo Pão de Açúcar registrou aumento de 11,40%, sendo que apenas o setor de atacarejo do Pão de Açúcar cresceu 18,60%.



Fontes: Abras, GPA, Portal No Varejo (2017)

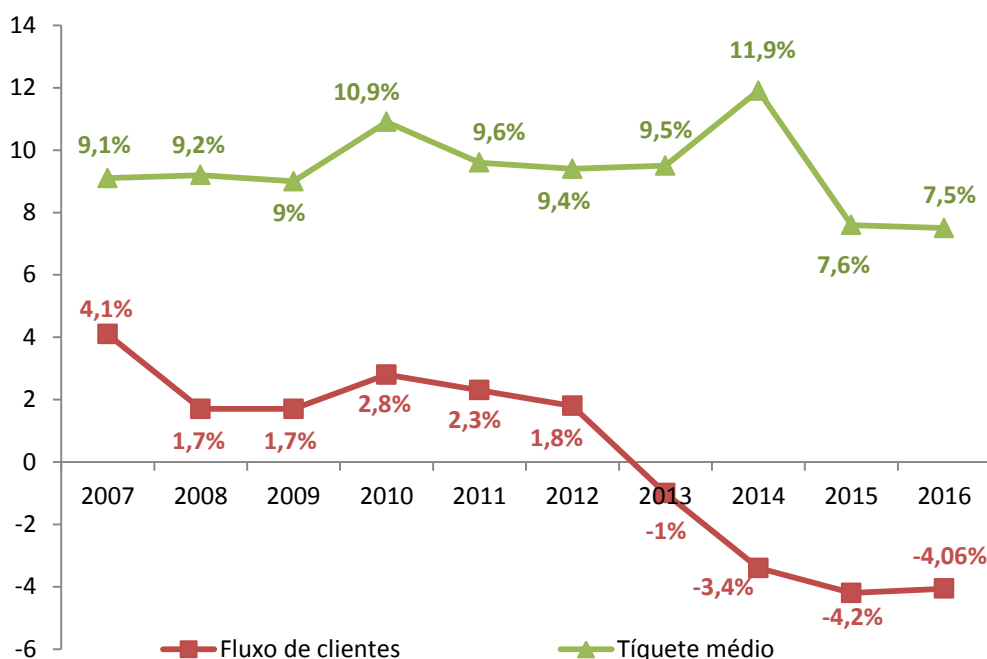
Tíquete médio e fluxo de clientes

Em 2016, as empresas pesquisadas continuaram a registrar perdas no fluxo de clientes; dessa vez, a queda verificada foi de 4,06%. Já o tíquete médio obteve uma alta de 7,5%, também próximo ao observado no último levantamento (7,6%).

Ou seja, na prática, a projeção para o segmento mostra que vem se perdendo mercado, seja devido ao momento econômico atual, seja pelo surgimento de modelos de negócio que geram conveniência – *food trucks*, atacarejos e outros modelos de loja de vizinhança – e para os quais migrou a decisão de compra de vários clientes das padarias e confeitarias. Veja o gráfico que descreve o comportamento destes indicadores nos últimos anos.

ABIP – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

SHN Qd. 02 Bl. H nº 30 Sala 55 – Mix Metropolitan Flat Brasília / DF - Cep: 70702-905
Fone/Fax: 55 61 3327.3332



Fonte: ITPC 2017

E realmente a produção própria foi quem segurou as empresas, conforme o crescimento específico de vendas indicado acima. Em comparação, o levantamento mostra que o faturamento com os produtos de revenda teve queda de 6,95%.

Foodservice

De acordo com o Instituto Foodservice Brasil (IFB), o mercado brasileiro de *foodservice* é bastante fragmentado, no qual mais de 80% dos estabelecimentos são independentes. E somando a essa conta os locais que compõem redes menores (de até cinco estabelecimentos), chega-se a 93% dos empreendimentos como familiares e de pequeno porte.

Ainda de acordo com o IFB, há a predominância de empresas com faturamento bem pequeno, no qual 64% têm faturamento mensal abaixo de R\$ 50 mil. Ao mesmo tempo, há o perfil diferente das principais redes de alimentação, as quais possuem estágios maiores de profissionalização, modelos de abastecimento e apelo ao consumidor, por exemplo.



No geral, o IFB considera que o mercado de *foodservice* brasileiro é ao mesmo tempo jovem e alvo de desenvolvimento contínuo, sendo que 11% das empresas têm menos de um ano de atividade e 41% têm quatro anos ou menos.

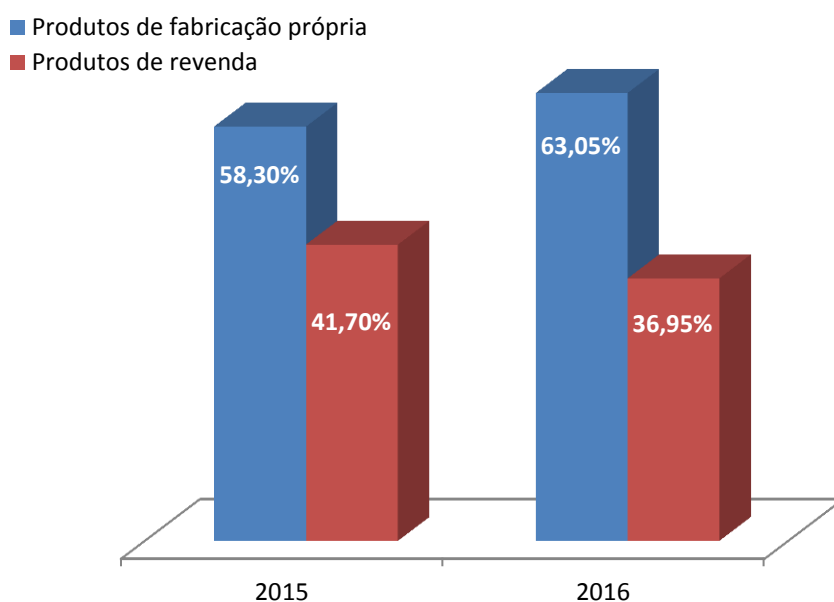
Empregos gerados

Na pesquisa, o número médio de funcionários por padaria se manteve em 11 colaboradores por empresa (11,3, exatamente), equivalente ao registrado no ano anterior. No geral, projeta-se que o segmento represente em torno de 800 mil empregos diretos e 1,8 milhão de forma indireta.

Volume de faturamento por departamento

Nas empresas pesquisadas, as vendas de produção própria representaram 63,05% do volume de faturamento, ou R\$ 55,01 bilhões, enquanto os itens de revenda foram responsáveis por 36,95% do faturamento (equivalentes a R\$ 32,23 bilhões).

O gráfico a seguir apresenta a diferença entre as vendas de produção própria e revenda em relação ao levantamento anterior, evidenciando o aumento no faturamento da produção própria e a queda nas vendas dos itens de revenda.





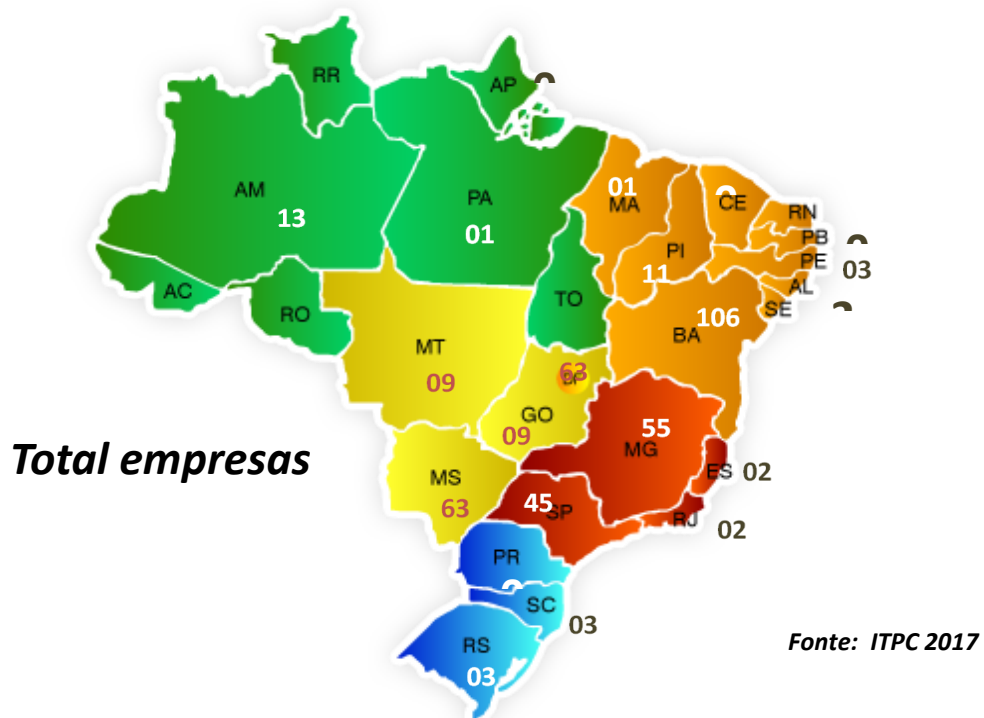
Fonte: ITPC 2017

Análise estratificada

Para um melhor entendimento do comportamento das empresas no ano, dividiu-se as padarias e confeitarias pesquisadas em três grandes grupos, observando-se os resultados de cada uma dentro dessa segmentação. Estes grupos ficaram da seguinte forma:

- ✓ Grupo 1: Empresas de maior porte, com faturamento acima de R\$ 800 mil/mês;
- ✓ Grupo 2: Empresas de médio porte, com faturamento entre R\$ 250 e R\$ 800 mil/mês;
- ✓ Grupo 3: Empresas de menor porte, com faturamento até R\$ 250 mil/mês.

As empresas pesquisadas estão distribuídas por 21 estados, de acordo com o mapa a seguir:



A distribuição das padarias pesquisadas, dentro do faturamento total e número total de empresas ficou da seguinte forma:



	% dentro do faturamento total	% dentro do nº total de empresas pesquisadas
Grupo 1	25%	8%
Grupo 2	41%	36%
Grupo 3	34%	56%

Analisando o resultado de cada grupo em separado, chegou-se ao seguinte quadro:

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
Faturamento	+1,15%	+5,53%	+5,7%
Faturamento produtos de revenda	-11,3%	-1,6%	-0,5%
Faturamento produção própria	+12,5%	+11,3%	+9%
Fluxo de clientes	-7,55%	+0,5%	-1,8%
Tíquete médio	+8,7%	+5,03%	+7,6%

Podemos destacar alguns pontos dessa análise:

- ✓ As empresas menores registraram aumento no faturamento baseado no reajuste de preço da produção, além de terem perdido clientes.
- ✓ Já as empresas de porte médio não perderam clientes e tiveram aumento no faturamento. No conjunto, foi o grupo com melhor performance.
- ✓ As grandes empresas compensaram seu resultado com o aumento no tíquete médio, mas registraram grande perda de clientes e do faturamento com produtos de terceiros, consolidando a estratégia gourmet.
- ✓ A análise em separado dos grupos reforça a tese de que os produtos fabricados nas próprias padarias foi importante para manutenção da competitividade. Em todas as faixas houve aumento no faturamento com a produção própria. Em oposição, o faturamento com os produtos de revenda caiu em todos os níveis, de forma mais acentuada nas empresas de grande porte.



Faturamento médio por funcionário/produktividade

Outro indicador observado foi o faturamento médio por funcionário, também dividido por faixa de empresas, indicando o nível de produtividade:

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
Faturamento médio por funcionário	R\$ 9.360,00	R\$ 8.200,00	R\$ 6.940,00

Já a média geral de faturamento por funcionário das empresas de panificação pesquisadas foi de R\$ 7.780,00. Houve um crescimento de 3% na produtividade por funcionário, mas que não reflete o reajuste de 6,6% no preço médio dos produtos. Veja a comparação com o levantamento anterior na tabela a seguir.

	2015	2016	2016 x 2015
Faturamento médio por funcionário	R\$ 7.551,76	R\$ 7.780,00	+3%

Mesmo com o crescimento registrado, as empresas precisam ainda melhorar 11% em termos de produtividade para atingirem o nível ideal de faturamento por funcionário, que seria de R\$ 8.635,80.

JOSÉ BATISTA DE OLIVEIRA

Presidente

Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria

Fonte: Instituto Tecnológico da Panificação, Alimentação e Confeitaria - ITPC

Janeiro 2017

ABIP – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

SHN Qd. 02 Bl. H nº 30 Sala 55 – Mix Metropolitan Flat Brasília / DF - Cep: 70702-905

Fone/Fax: 55 61 3327.3332