



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

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

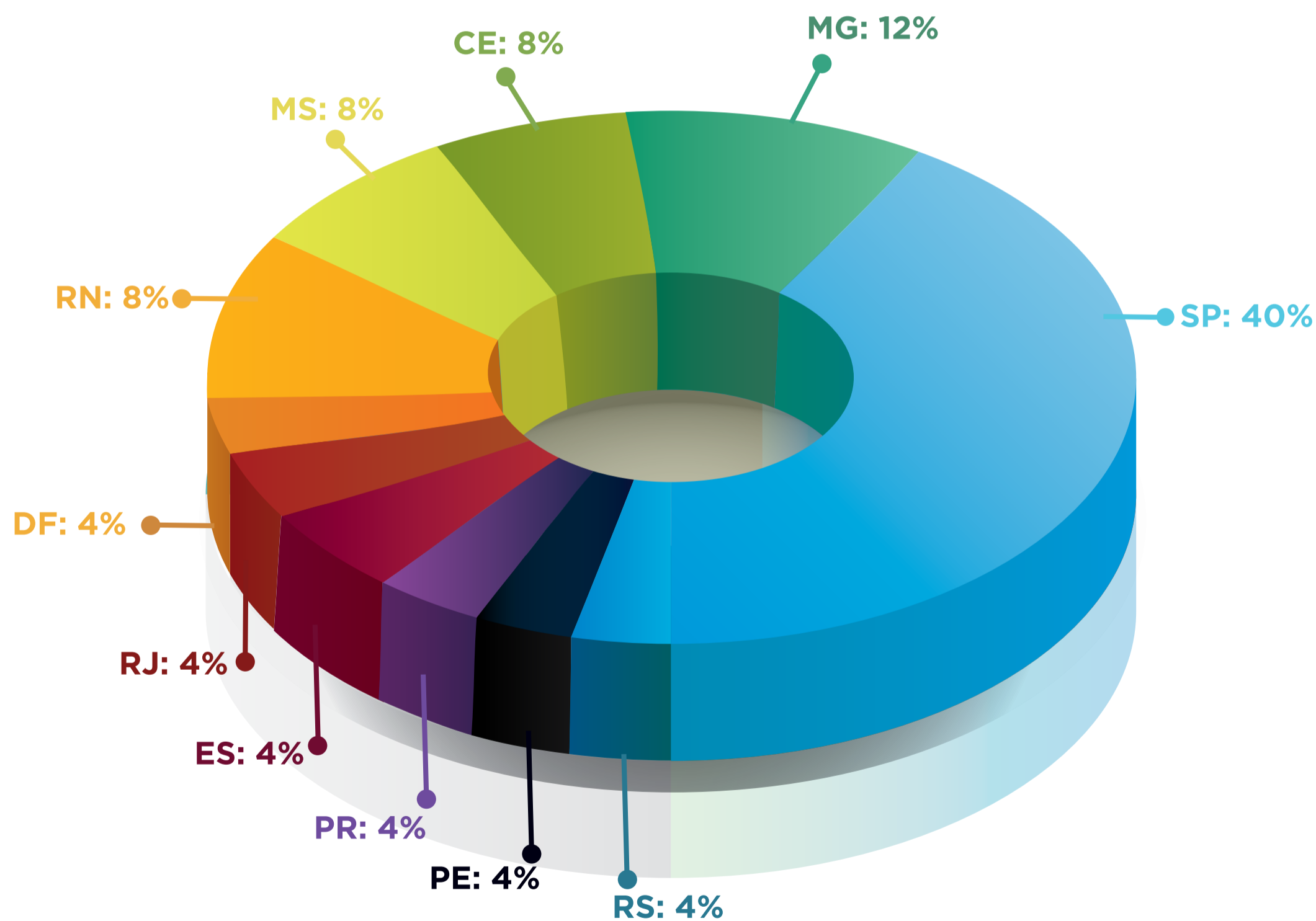
Projeto Gráfico: Elisangela Santos

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

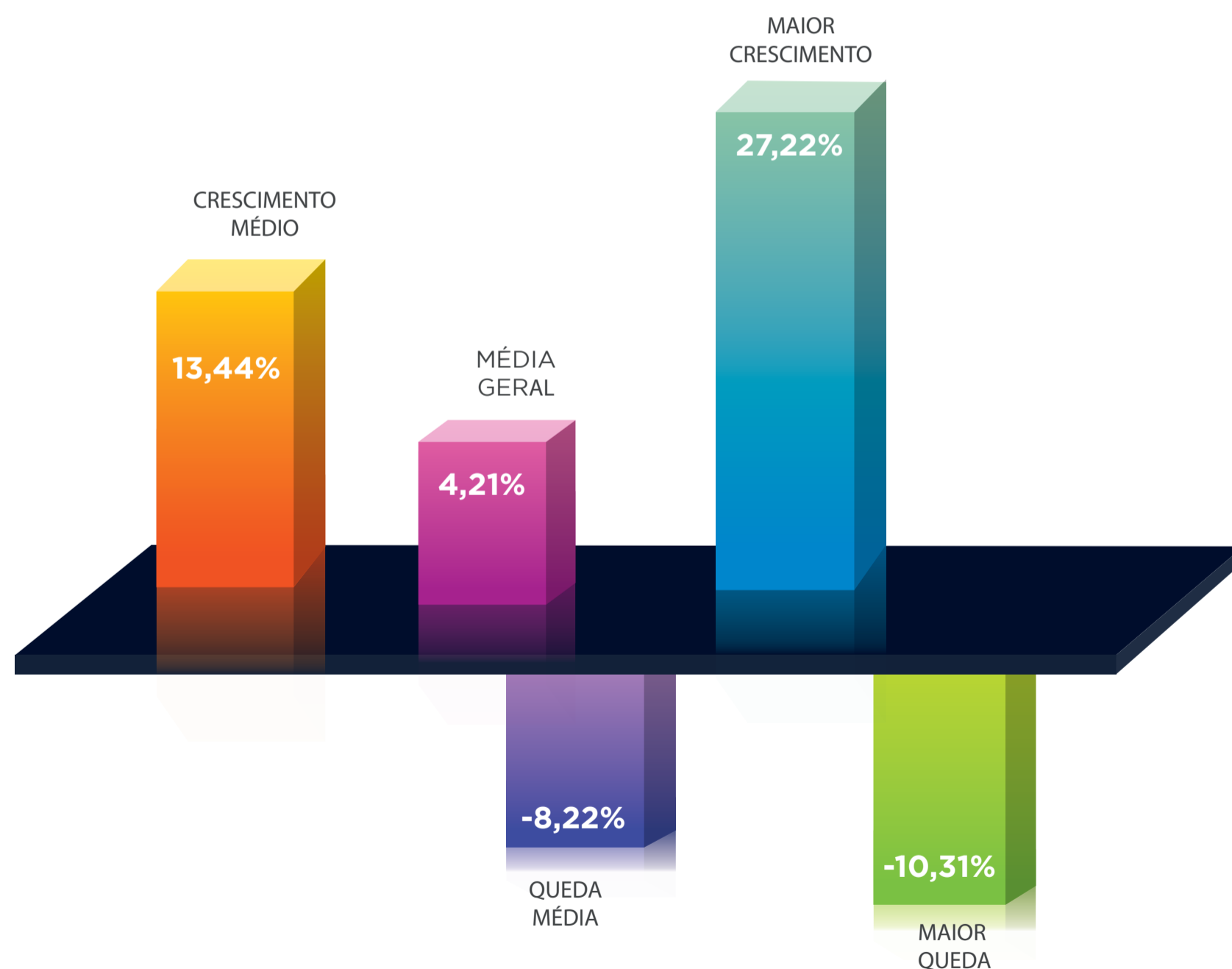
2019: 28.629,98
2018: 29.005,22 **-1,29%**

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.



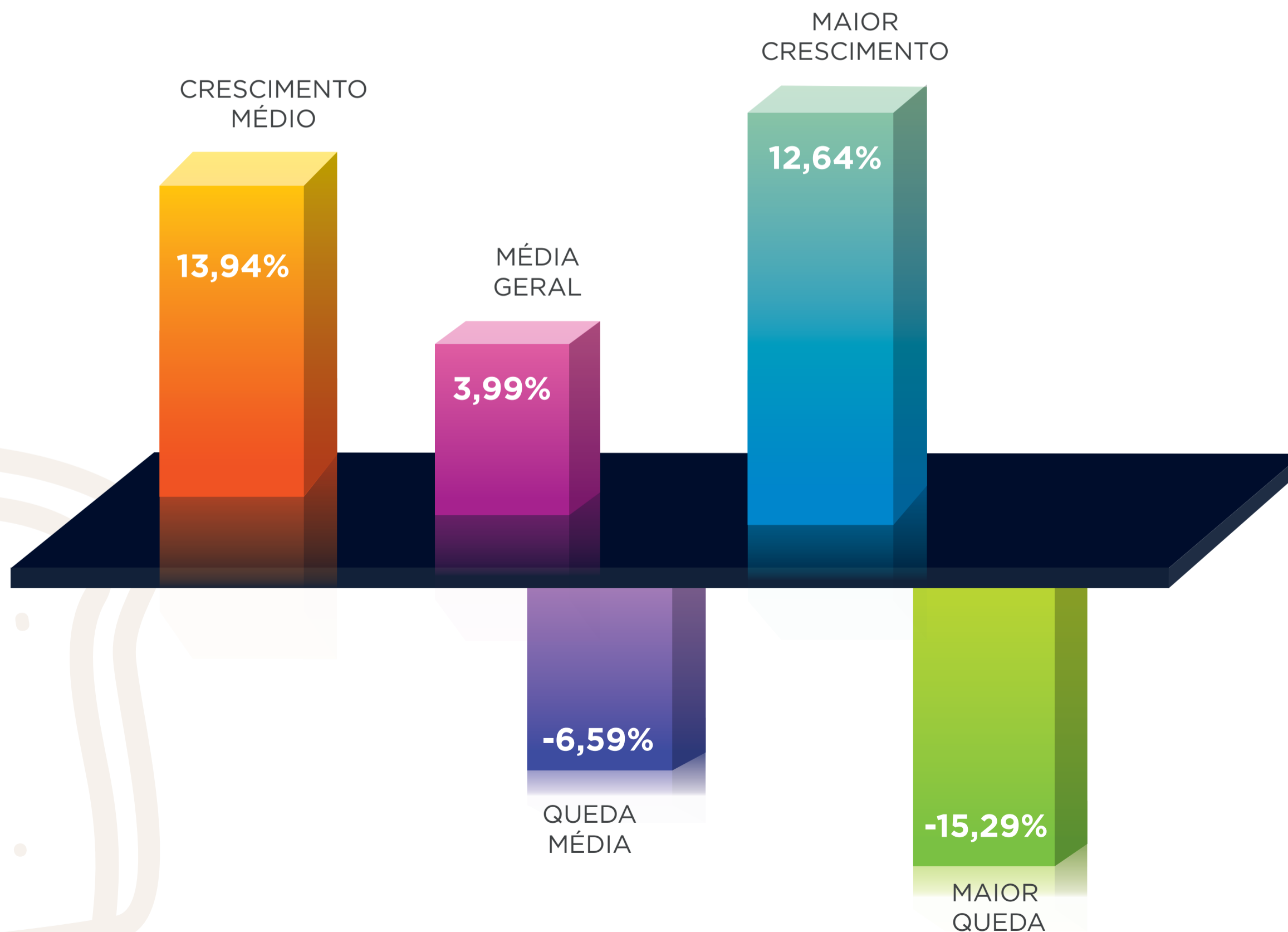
Importante salientar que o crescimento geral foi acima da inflação. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), considerada a inflação oficial do país, ficou em 1,51% no período de janeiro a março de 2019; no mesmo período de 2018,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

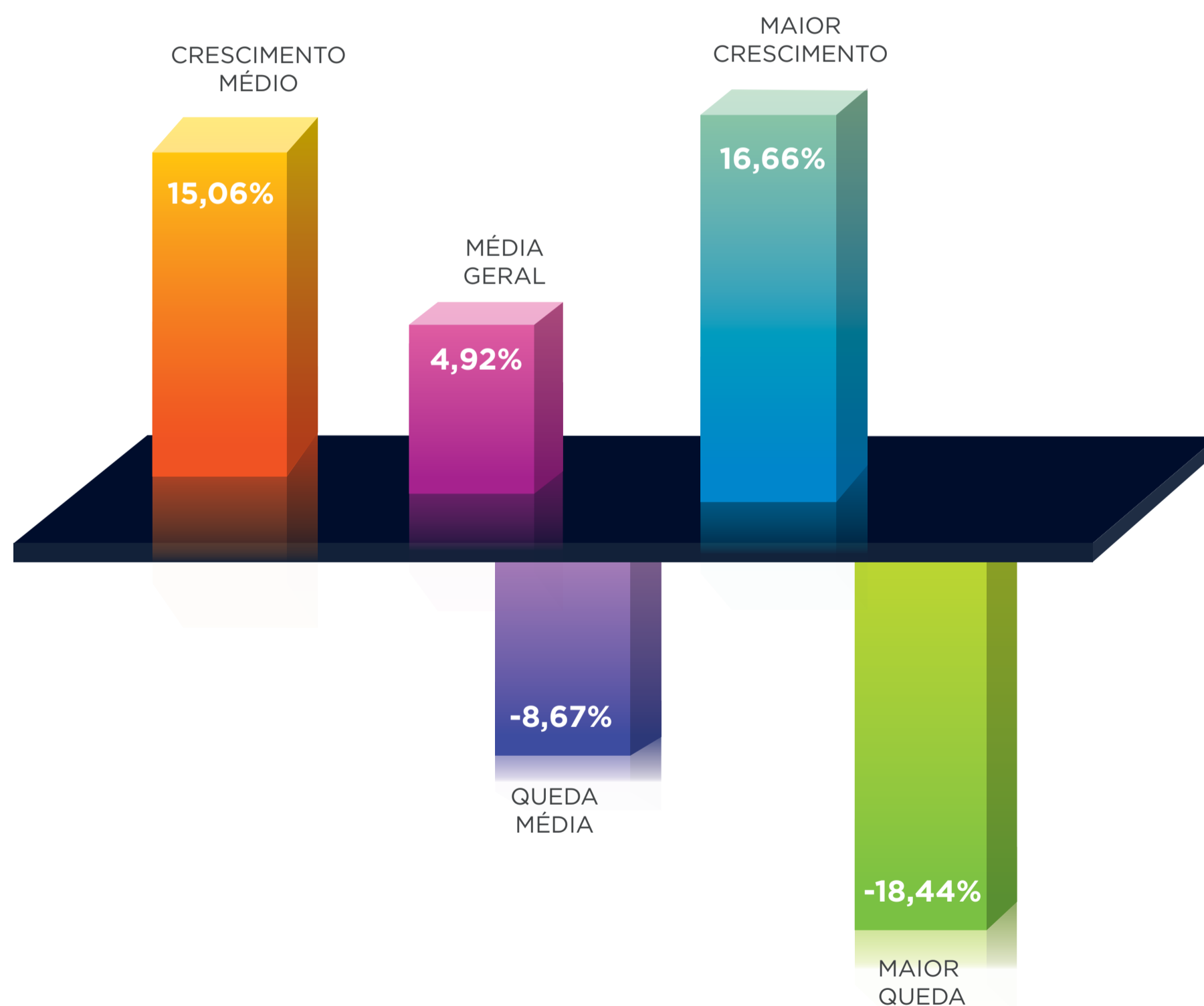
Em relação à venda de produtos fabricados nas próprias padarias, registrou-se também aumento, de 3,99%, reforçando a importância da produção própria para as empresas de panificação e confeitaria. Quase 60% das empresas mostraram crescimento nas vendas de produtos fabricados por elas.

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.



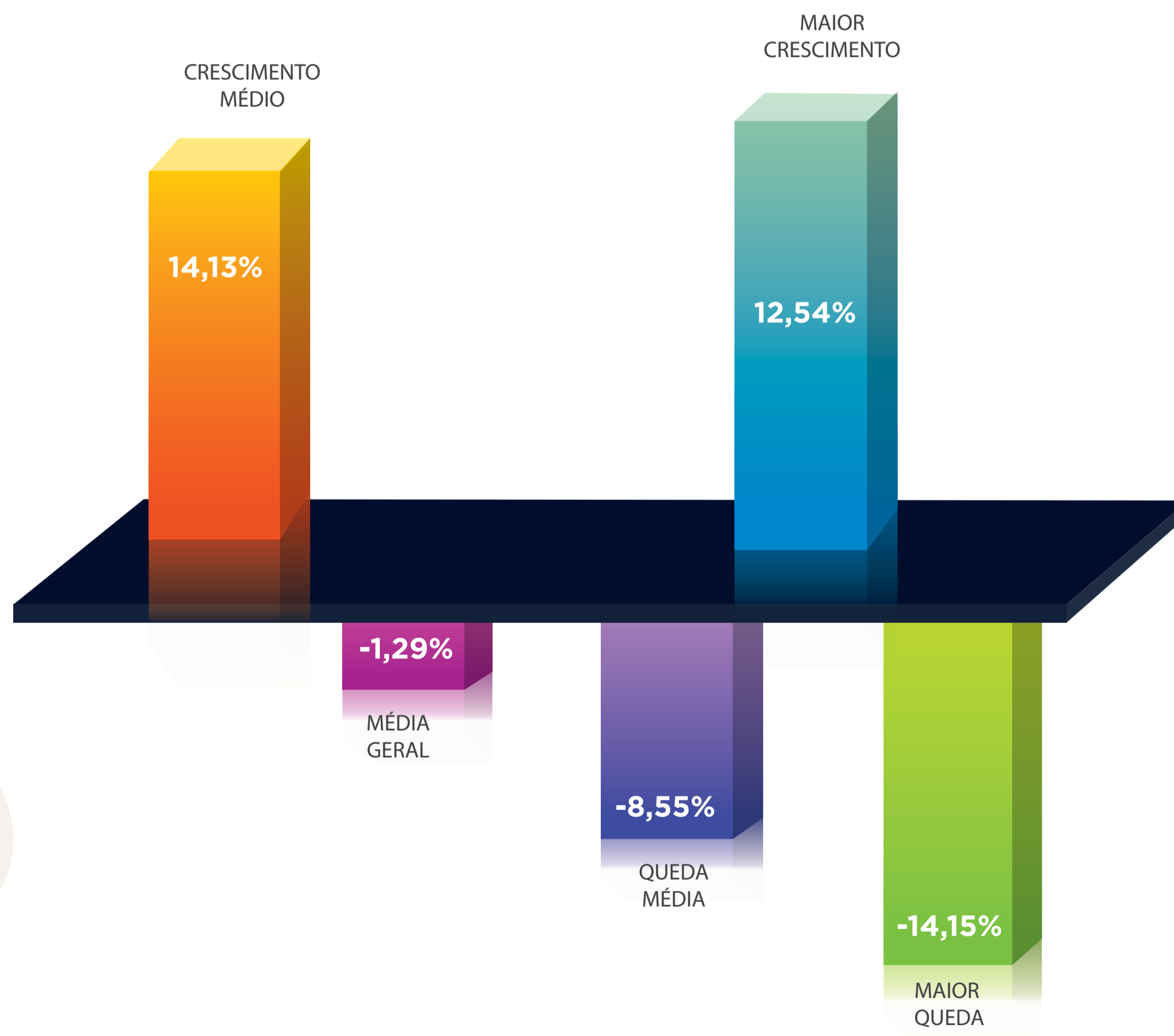
Entre aquelas empresas pesquisadas, ainda a maioria está num momento de queda, 58% delas tiveram redução na venda dos itens de revenda, enquanto 48% registraram crescimento e acabaram influenciando na média final positiva.

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

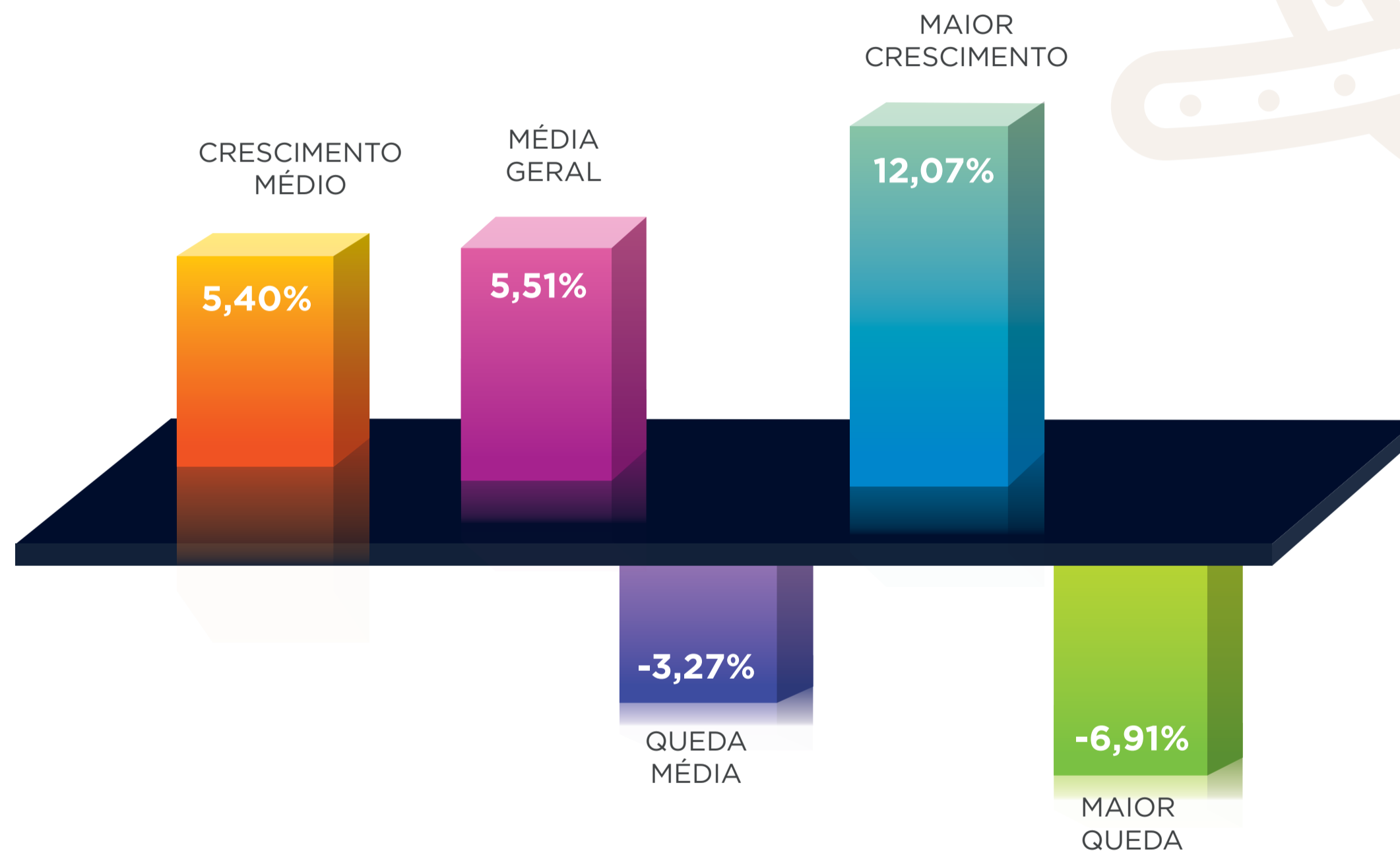
Em relação ao número de clientes que frequentam as empresas de panificação e confeitaria, somadas, percebeu-se uma queda de -1,29%. Embora seja um percentual ainda negativo, mostra uma perda menor, já que ao longo de 2018 se conviveu com reduções no número de clientes acima de 2%.

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

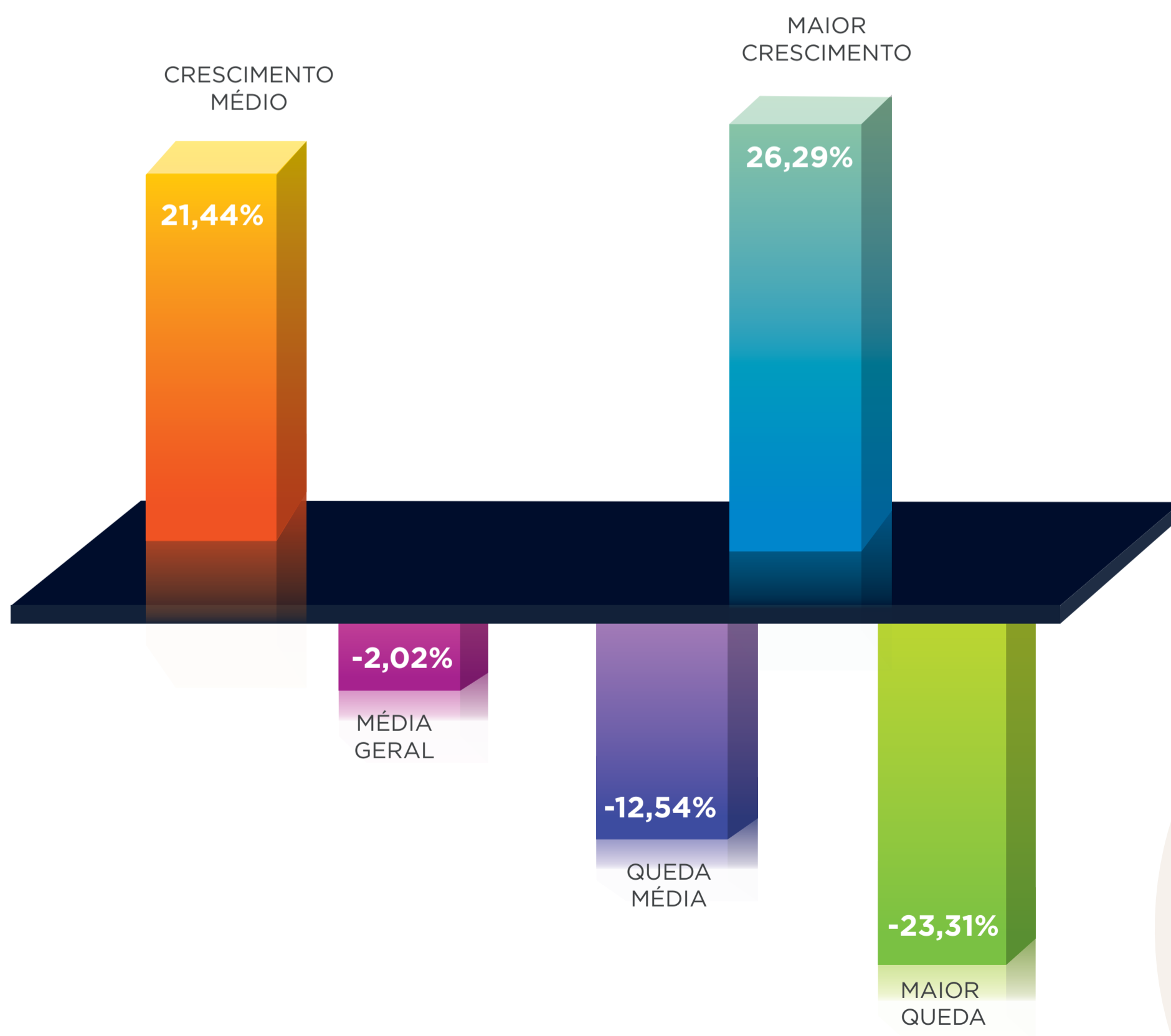
O tíquete médio nas empresas teve um crescimento de 5,51%, considerando a média de todas as pesquisadas, sendo R\$ 20,22 no primeiro trimestre de 2019, comparando-se com um valor de R\$ 19,15 no mesmo período de 2018.



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.

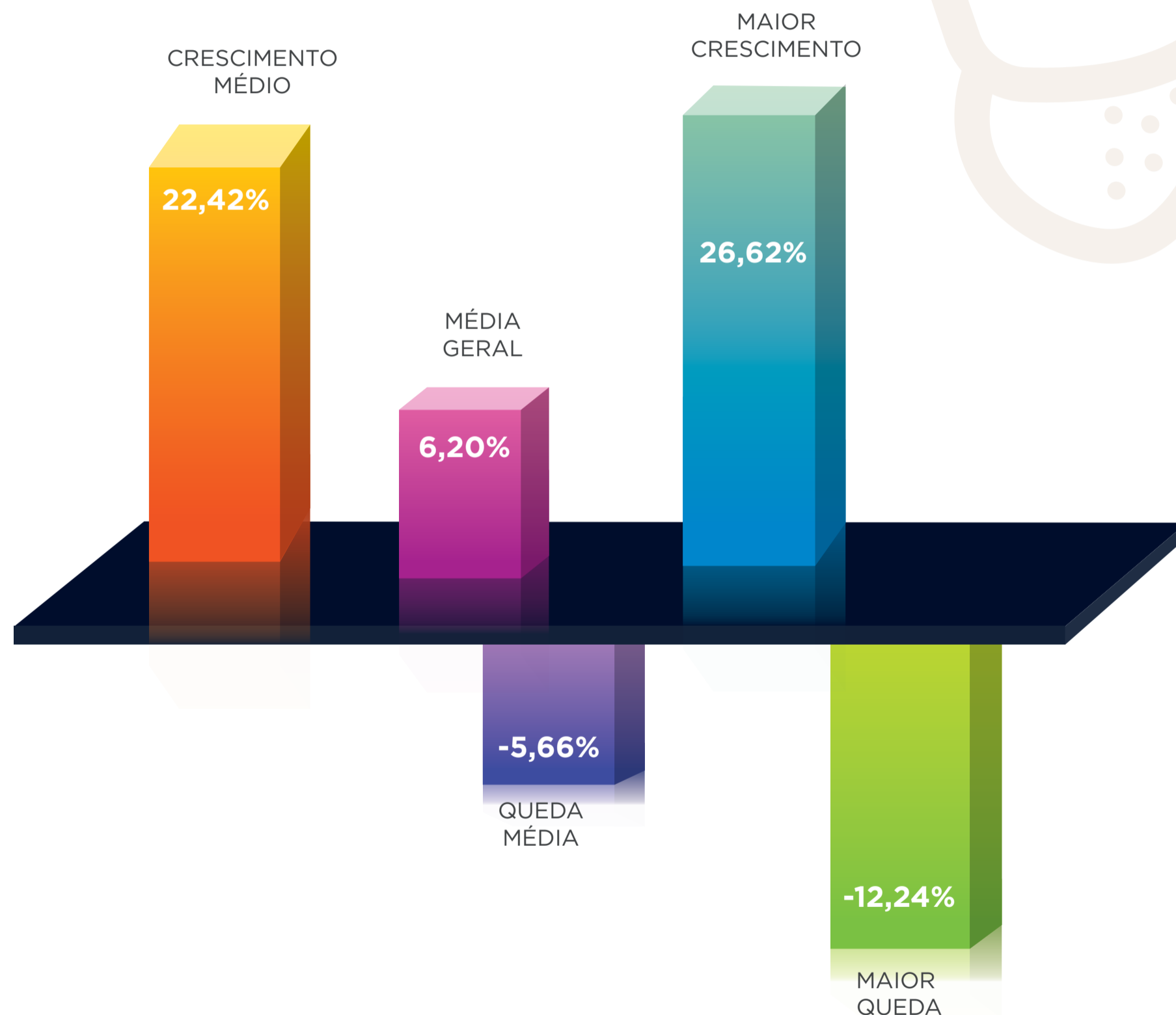
Entre as padarias que registraram crescimento no volume de produção do pão francês, a média de aumento foi de 21,44% (sendo 26,29% a maior elevação indicada), enquanto a média dentre aquelas que reduziram a fabricação, a média foi de -12,54% (com -23,31% sendo a maior queda).



Faturamento Pão Francês

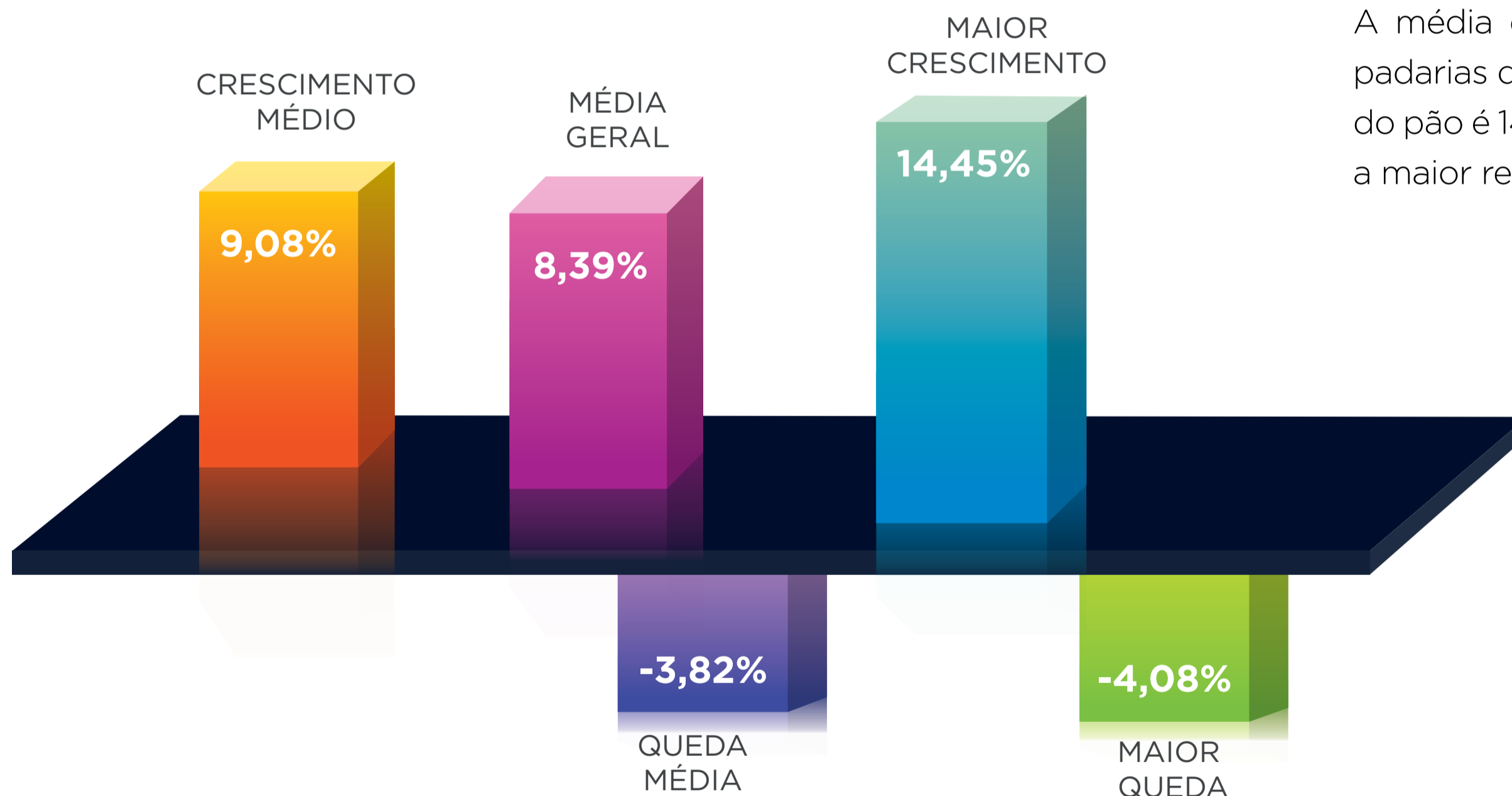
Já em relação ao faturamento com o pão francês, a média final entre as empresas pesquisadas mostrou um crescimento de 6,20%. A média final foi de crescimento, com a média puxada para cima por aquelas empresas que mostraram bom retorno a partir dos investimentos em melhoria de processos e de qualidade,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



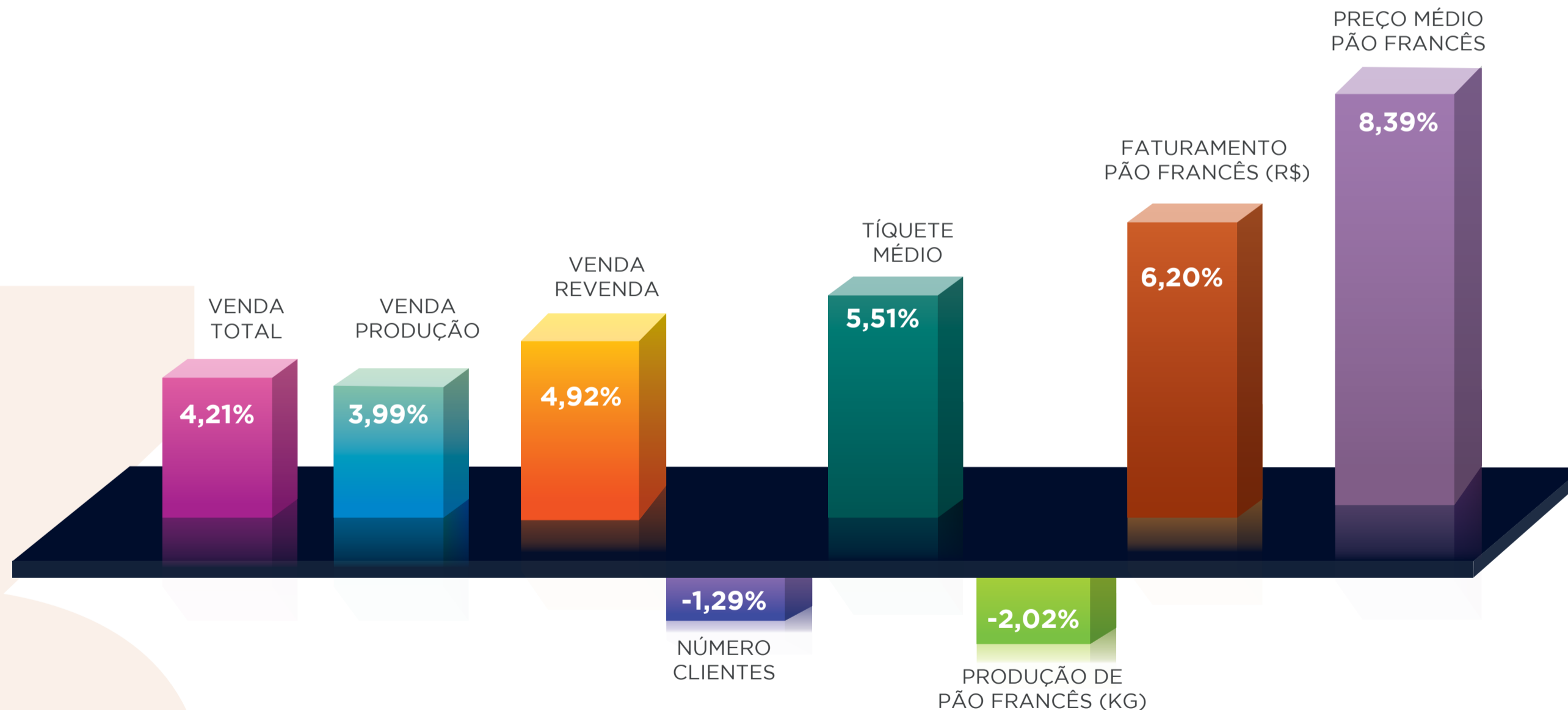
A média de reajuste entre as padarias que elevaram o preço do pão é 14,45%, enquanto que a maior redução foi de -4,08%.



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

