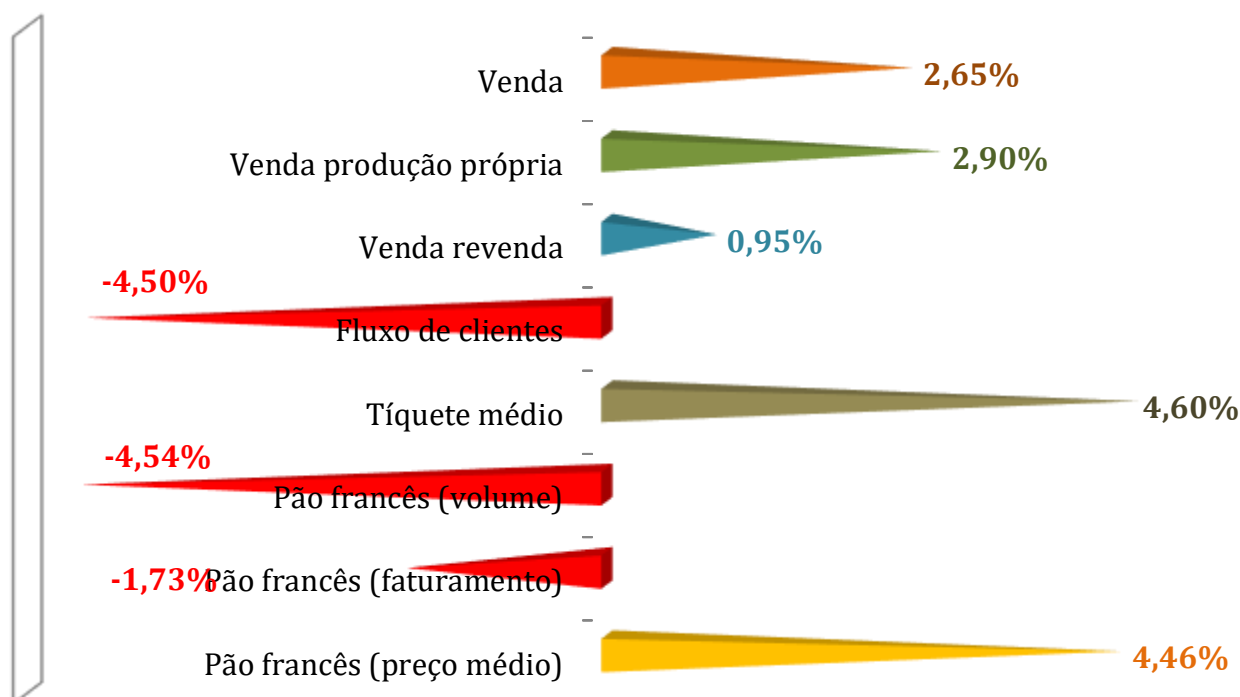


INDICADORES DA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA BRASILEIRA EM 2019

DESEMPENHO DAS PANIFICADORAS E CONFEITARIAS BRASILEIRAS EM 2019

A Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP), vem, por meio desse relatório, compartilhar indicadores de desempenho das panificadoras e confeitarias brasileiras em 2019. O amplo estudo é fruto das informações coletadas pelo Instituto Tecnológico de Panificação e Confeitaria (ITPC) que mantêm um acompanhamento de indicadores em cerca de 330 empresas de 13 estados brasileiros, de diferentes portes e modelos de atuação. A apuração de dados nesse universo permitiu inferir um crescimento do segmento da ordem de 2,65% em 2019 (sem descontar a inflação), o que equivaleria a um faturamento de R\$ 95,08 bilhões.

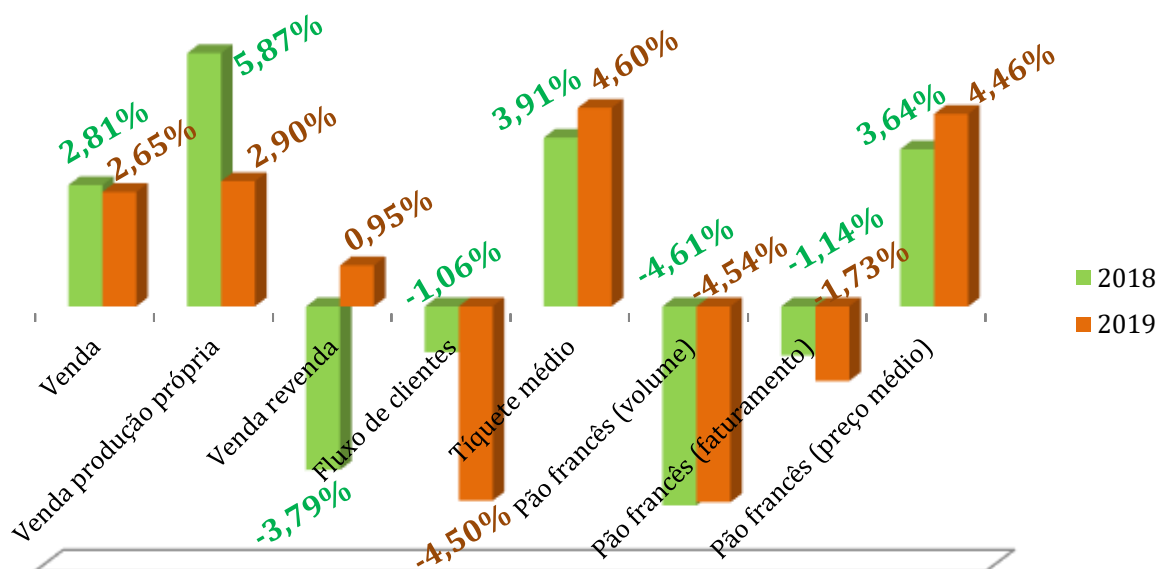
A apuração mostra que o faturamento com a produção própria ainda é o fator que puxa o crescimento do setor. O gráfico a seguir apresenta os principais indicadores identificados pelo levantamento nas empresas.



Fonte: ITPC 2020

Indicadores da Panificação e Confeitaria Brasileira

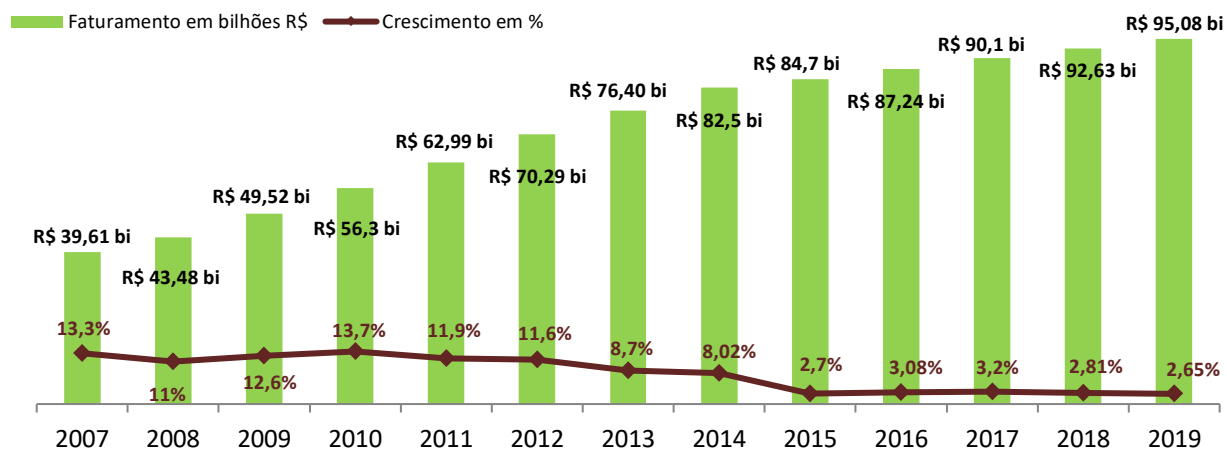
O gráfico a seguir mostra a comparação direta dos índices registrados em 2019 e 2018:



Fonte: ITPC 2020

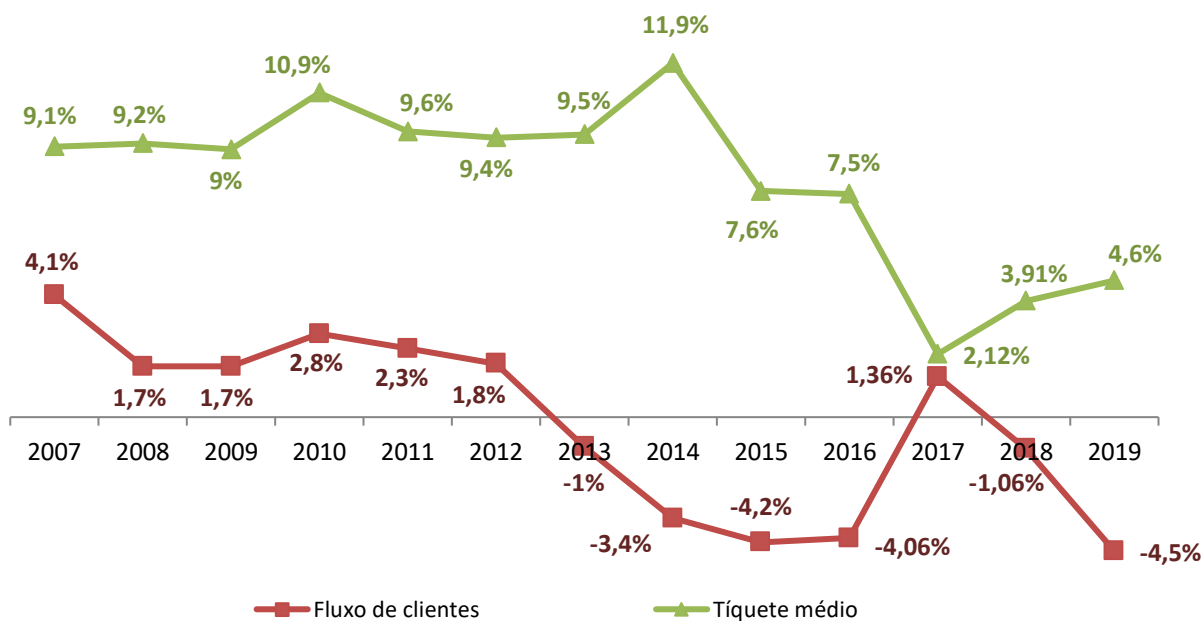
Comparativo 2007 - 2019

A partir de 2007, quando o ITPC passou a realizar esta apuração, as padarias e confeitarias registraram um momento de expansão até 2010, quando se nota o início do menor crescimento. Entre os anos de 2015 e 2019 o aumento no faturamento se mantém próximo dos 3%.



Tíquete médio e fluxo de clientes

Em 2019, as empresas pesquisadas registraram uma queda no fluxo de clientes equivalente a -4,5%. Já o tíquete médio teve um acréscimo de 4,6% no período, crescendo um pouco mais em relação a 2018.



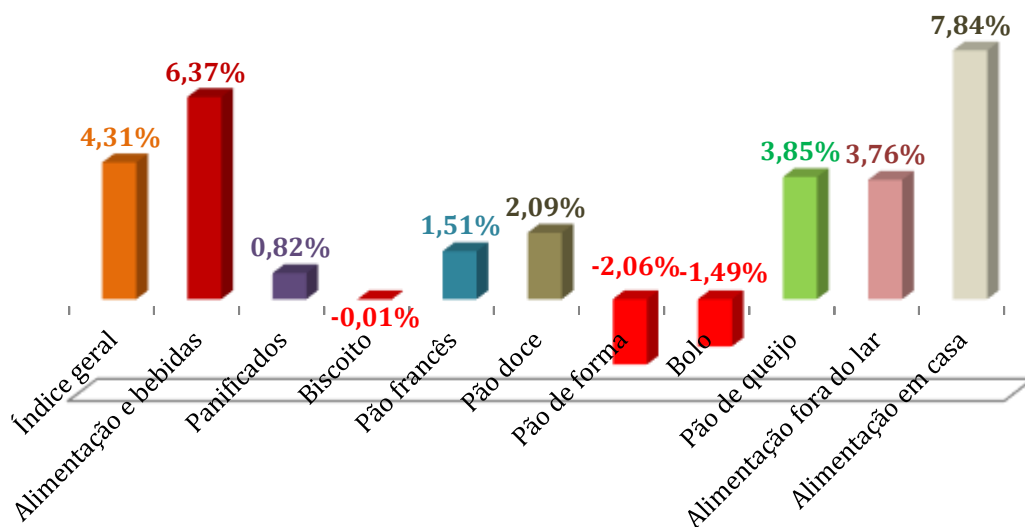
Fonte: ITPC 2020

Inflação em panificados

A inflação geral no país foi de 4,31%, medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA/IBGE). Já para os produtos panificados em geral a inflação foi de 0,82%. Especificamente para o pão francês o índice foi de 1,51%. Para o grupo de alimentação e bebidas a inflação foi de 6,37%, sendo que para a alimentação fora do lar, o índice foi de 3,76% e para a alimentação consumida em casa a alta foi de 7,84% (IBGE, 2020).

Indicadores da Panificação e Confeitaria Brasileira

IPCA - variação acumulada no ano (Brasil, 2019)



Fonte: IBGE 2020

Panificação x supermercados

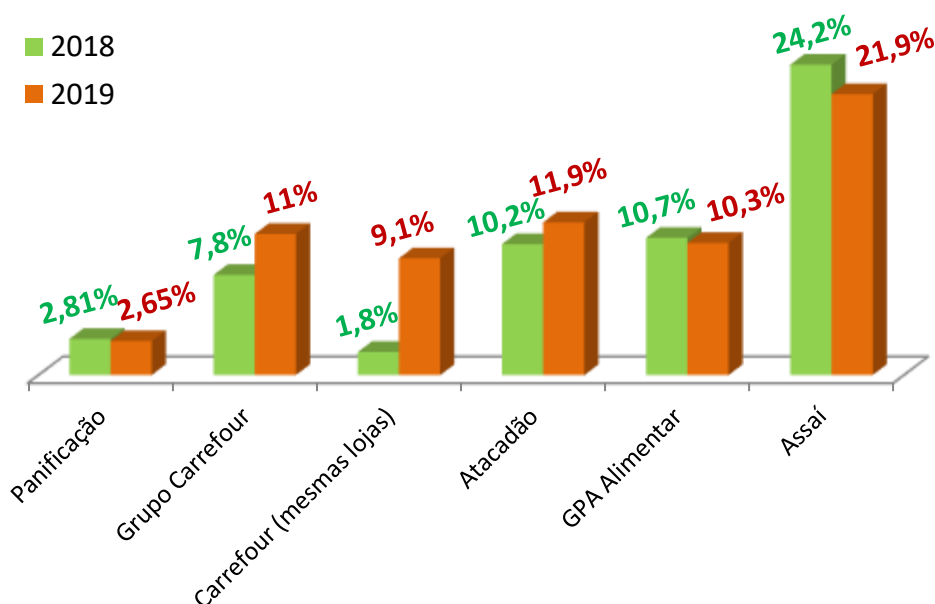
Em comparação com os hipermercados e supermercados, os números de faturamento da panificação mostram como tem sido acirrada essa concorrência.

O Grupo Carrefour apresentou um crescimento geral de 11%, nas vendas brutas. Por segmento, houve ainda uma evolução de 9,1% para as lojas Carrefour (no conceito de mesmas lojas, excluindo gasolina) e um aumento de 11,9% nas vendas do Atacadão (no conceito de mesmas lojas o crescimento foi de 5,4%), somando R\$ 42 bilhões.

No Grupo Pão de Açúcar, o segmento GPA Alimentar registrou aumento de 10,3%, equivalendo a um faturamento de R\$ 59,13 bilhões. Apenas o seu setor de atacarejo (Assaí) cresceu 21,9%, com faturamento bruto de R\$ 30,37 bilhões em 2019.

No gráfico a seguir descreve-se o movimento percentual identificado na panificação em comparação com as grandes redes citadas, em 2018 e 2019.

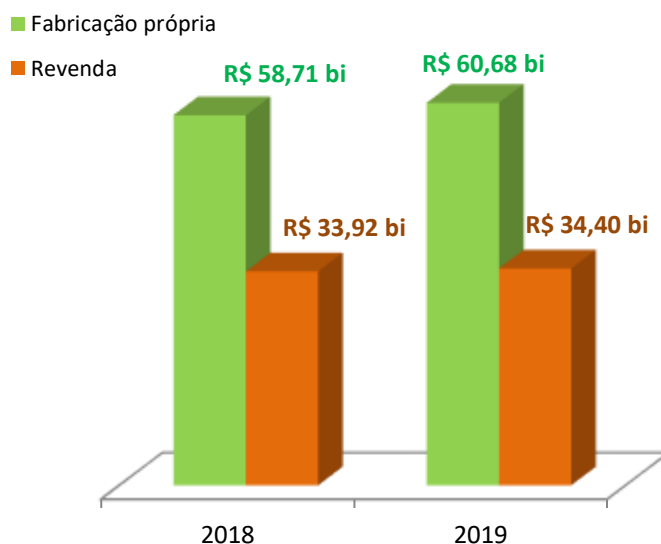
Indicadores da Panificação e Confeitaria Brasileira



Fontes: ITPC, GPA, Carrefour (2020)

Volume de faturamento por departamento

Dentro das empresas pesquisadas, as vendas de produção própria representaram 63,82% do volume de faturamento, ou R\$ 60,68 bilhões, enquanto os itens de revenda foram responsáveis por 36,18% do faturamento (equivalentes a R\$ 34,40 bilhões).



Fonte: ITPC 2020

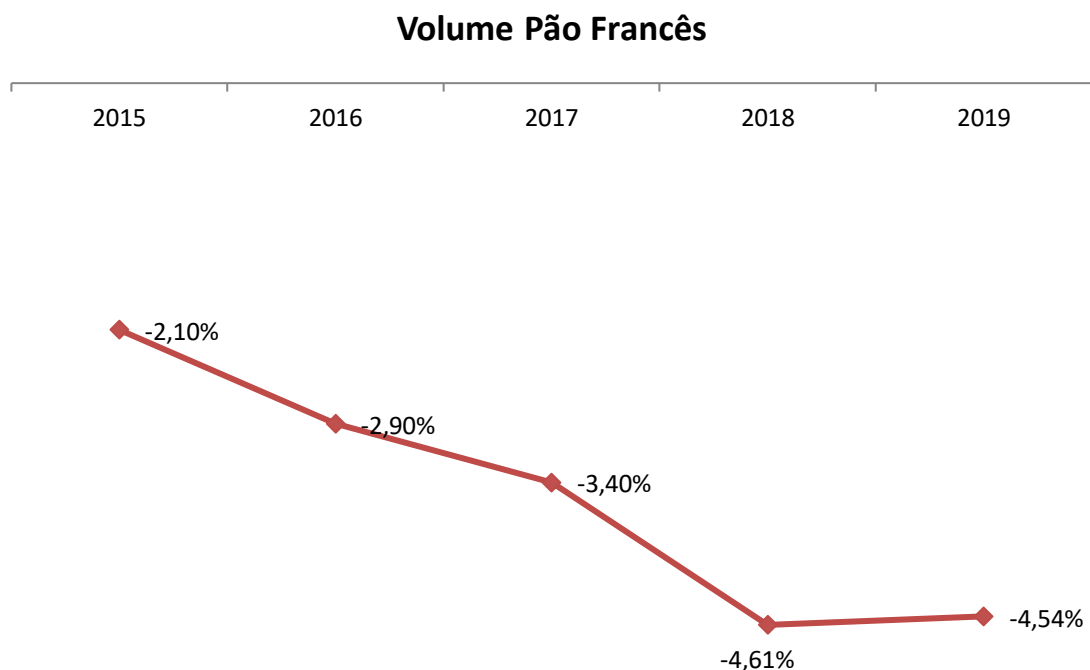
Indicadores da Panificação e Confeitaria Brasileira

Percebe-se assim uma recuperação das compras de conveniência dentro das padarias e confeitarias, com pode ser visto pelo gráfico a seguir, que mostra o maior percentual obtido pelo maior faturamento dos produtos de revenda em 2019.

Volume de pão francês

O pão francês é o principal produto das padarias, a despeito de todas as inovações e diversificações do mix de produtos e serviços. Contudo, é possível perceber uma queda no volume de pão francês consumido pelos clientes das padarias tradicionais. Em 2019, essa diminuição foi de -4,5%.

No gráfico a seguir podemos ver como os clientes estão buscando menos pão nas padarias. Se verificarmos que o volume de farinha destinada para a fabricação de pão tem aumentado nos últimos anos (descrevemos isso no tópico “Cosumo de farinha de trigo”) podemos deduzir que os consumidores passaram a buscar o pão em outros canais de venda que não apenas as padarias – refletindo a concorrência acirrada dentro do segmento.



Fonte: ITPC 2020

Indicadores da Panificação e Confeitaria Brasileira

Os números negativos foram puxados por aquelas empresas tradicionais que ainda não se atentaram para a necessidade de modernização de seus modelos. Mas as empresas que buscam se atualizar, incorporar novos serviços, qualidade, frescor e diferenciação em seus produtos conseguiram se permanecer no mercado.

Consumo de farinha de trigo

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria do Trigo (Abitrigo) o consumo de trigo no Brasil se manteve dentro dos 12 milhões de toneladas em 2019.

CONSUMO MUNDIAL DE TRIGO					
Países	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
	Milhões (t)	Milhões (t)	Milhões (t)	Milhões (t)	Milhões (t)
Algeria	10,250	10,350	10,450	10,750	10,850
Brazil	11,100	12,200	12,000	12,100	12,200
Canada	7,987	10,666	9,280	8,862	9,350
China	117,500	119,000	121,000	125,000	128,000
Egypt	19,200	19,400	19,800	20,100	20,400
European Union	129,850	128,000	130,400	123,200	127,500
India	88,548	97,234	95,677	95,629	98,000
Indonesia	9,100	10,000	10,600	10,600	10,700
Iran	16,100	16,250	15,900	16,100	16,400
Morocco	9,800	10,200	10,500	10,700	10,800
Pakistan	24,400	24,500	25,000	25,300	25,400
Russia	37,000	40,000	43,000	40,500	39,500
Turkey	18,000	17,400	18,000	18,100	18,100
Ukraine	12,200	10,300	9,800	8,800	9,400
Uzbekistan	9,350	9,300	9,700	9,600	9,600
Others	160,563	167,897	169,729	167,935	173,867
Subtotal	684,112	706,568	713,273	706,536	722,299
United States	31,943	31,865	29,250	30,024	31,462
World Total	716,055	738,433	742,523	736,560	753,761

Fonte: Foreign Agricultural Service - United States Department of Agriculture

02/01/2020

Fonte: Abitrigo 2020

Indicadores da Panificação e Confeitaria Brasileira

Entre janeiro e dezembro de 2019, a variação no consumo de farinha para pão francês foi de 0,57%, como pode ser visto na tabela a seguir.

PESQUISA - PÃO FRANCÊS/FARINHA 2019				
	FGV - PÃO		FARINHA	
Itens	Pão Francês		Farinha	
Data	Índice	Var %	R\$/T	Var %
Médias 2013	471,860	14,48%	1622,70	39,71%
Médias 2014	525,890	4,87%	1509,84	-21,30%
Médias 2015	570,429	14,95%	1592,37	6,39%
Médias 2016	623,153	2,95%	1686,07	-4,60%
Médias 2017	634,180	-0,04%	1487,86	-0,57%
Médias 2018	658,798	0,85%	1723,58	2,12%
jan-19	704,255	0,41%	1.841	-0,47%
fev-19	700,536	-0,53%	1.854	0,71%
mar-19	699,416	-0,16%	1.846	-0,43%
abr-19	701,589	0,31%	1.862	0,85%
mai-19	701,394	-0,03%	1.846	-0,85%
jun-19	697,343	-0,58%	1.828	-1,00%
jul-19	699,703	0,34%	1.824	-0,20%
ago-19	708,996	1,33%	1.770	-2,94%
set-19	708,240	-0,11%	1.743	-1,56%
out-19	708,236	0,00%	1.794	2,92%
nov-19	712,292	0,57%	1.763	-1,71%
dez-19	714,684	0,34%	1.929	9,39%
Variação JAN-DEZ 2019	0,57%		-5,33%	

Fonte: CEPEA / FGV

02/01/2020

Fonte: Abitrigo 2020

Ainda de acordo com a Abitrigo, em 2012, a relação R\$/T era de R\$ 1.104,41. Entendendo-se a média de 2019 como sendo R\$ 1.825,00, entre 2012 e 2019, houve um aumento de 65,24% no consumo de farinha.

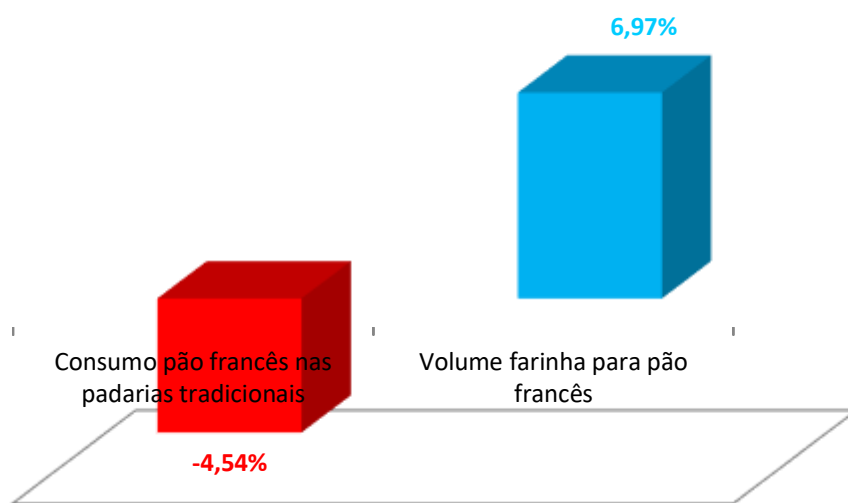
O consumo médio/mês de pão francês passou de 658,79 toneladas em 2018 para 704,72 toneladas em 2019, um aumento de 6,97%.

Paralelamente, nas padarias tradicionais o consumo de pão francês pelos clientes ficou em -4,54%. Ou seja, enquanto o desmanche de farinha para pão francês aumenta, as padarias tradicionais enfrentam uma queda no

Indicadores da Panificação e Confeitaria Brasileira

volume de pão comercializado. Ratifica-se assim o entendimento de que existe uma migração de consumo para outros canais/modelos de negócios que também tem panificados no mix – ou seja, os clientes estão comprando pão também em outros locais, não mais apenas nas padarias.

Comparação no consumo de pão francês nas padarias tradicionais x Volume de farinha para pão francês consumido no país



Fonte: ITPC / Abitrigo 2020

Indicadores de Produtividade

Segundo o Instituto de Desenvolvimento das Empresas de Alimentação (IDEAL), os indicadores de produtividade das padarias brasileiras têm média de:

INDICADORES	MÉDIA
Participação de produção própria (padaria)	66,90%
Participação de produção própria (supermercados)	Entre 3 e 15%
produtividade por funcionário geral (padaria)	R\$ 9.760,00
Produtividade por funcionário geral (Supermercados)	R\$ 22.940,00
produtividade por funcionário produção	R\$ 19.120,00
produtividade setor de pães	R\$ 23.240,00
produtividade setor confeitaria	R\$ 20.830,00
produtividade setor de salgados	R\$ 16.810,00
Produtividade por m²	R\$ 2.770,00

Custo Operacional

Segundo o Instituto de Desenvolvimento das Empresas de Alimentação (IDEAL), os custos operacionais das padarias brasileiras têm média de:

INDICADORES	MÉDIA
Embalagem	2,70%
Energia elétrica	3,21%
Folha pagamento	11,90%
Remuneração média	R\$ 1.370,00
Aluguel	2,60%
Vale transporte	1,70%
Produção própria	66,90%

Conclusão:

Todos os setores tiveram em 2019 uma grande expectativa em relação a recuperação do mercado. Na panificação não foi diferente. Contudo, tivemos alguns alertas e indicadores positivos do desempenho do setor no ano passado.

Mantendo o histórico de dados, tivemos um crescimento em venda de 2,65% (sem descontar a inflação) e atingimos um faturamento de R\$ 95.080 (noventa e cinco bilhões e oitenta milhões de reais), houve uma pequena queda no crescimento em relação a 2018 de 0,16%, mas por outro lado o tíquete médio cresceu de uma forma surpreendente atingimos 7,13% em relação a 2018. Houve queda no fluxo de clientes, o que obrigará o setor de panificação a fazer uma reflexão e rever suas estratégias. A venda de produção própria continua em crescimento, em 2018 tivemos um significativo aumento e em 2019 menor percentual, contudo em crescimento. É estratégico que a venda de produção própria permaneça crescendo tendo em vista que o segmento de panificação é indústria e sai de sua indústria o melhor resultado financeiro. A revenda, em 2018, tivemos uma grande queda, já em 2019 uma recuperação positiva.

A ABIP, junto com suas entidades filiadas, fez no final do ano, de outubro a dezembro, uma campanha para que as padarias dessem mais foco no pão francês. Dia 16 de outubro é o Dia Mundial do Pão e este ano, em função também desta campanha no final de 2019, propusemos as padarias trabalharem de forma muito diferenciada a exposição e festival do pão francês todo dia 16 do mês. O mote da campanha foi “Todo mundo tem um jeito de comer pão francês: qual é o seu?” e assim mostramos que o pão francês combina com manteiga, mas também com doce de leite, pastel, molho e carne. Muitas outras possibilidades poderão ser criadas para ampliar a venda do pão francês e em especial uma carta de sanduíches diferenciados. Contudo, tivemos dois anos seguidos de queda no faturamento e volume do pão francês e este ponto ensinará muito as padarias de todo país.

O pão francês é responsável por 45% de todos os pães vendidos na padaria e não adiantará que as padarias aumentem os preços do quilo buscando recuperar a perda, pois essa ação só irá piorar os resultados. Atacarejos, lojas de vizinhança, supermercados, lojas de conveniência – entre outros formatos que passaram a comercializar pão francês – compõem esse cenário atual da venda de panificados. Se por um lado amplia a venda do pão francês, fora da padaria, reforça o hábito de consumo. As padarias precisam trabalhar com congelamento do seu pão francês e ampliar a venda para outros canais, como lojas de vizinhança, atacarejos, escolas, hotéis e hospitais.

O momento agora requer das padarias mais ousadia e revisão das estratégias para trazer mais clientes para a loja, sejam essas estratégias de renovação do mix, ampliação dos serviços e outras mais a serem pensadas. Já a ampliação de vendas de produtos congelados também para o mercado concorrente, em especial do pão francês, precisa ser vista como possibilidade, se existe concorrências que sejam as padarias fornecedoras dessas!

Reforçando o óbvio: as padarias precisam rever produtividade, layout, receitas, qualidade de sua matéria-prima e processos. O momento é de adequar com novas tecnologias, inovações, muita qualidade, criatividade, marketing e em

Indicadores da Panificação e Confeitaria Brasileira

especial através de rede sociais. Inovação e renovação é uma boa dica para as padarias.

FONTE: Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP) com apuração Instituto Tecnológico da Alimentação, Panificação e Confeitaria (ITPC) e Instituto de Desenvolvimento das Empresas de Alimentação (IDEAL)

Fevereiro de 2020



abip.org.br



[/abipanificacao](https://www.facebook.com/abipanificacao)



[@abipanificacao](https://www.instagram.com/abipanificacao)



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE
PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA