

Indicadores de mercado

PERFORMANCE

da panificação 2024



ideal



ENCARTE
GRATUITO



O tão aguardado estudo de mercado da Ideal Consultoria acaba de chegar. Com orgulho, compartilho indicadores inéditos e exclusivos, apurados em pesquisa setorial que contou com análise de aproximadamente R\$ 1 bilhão em faturamento das empresas participantes. Isso significa 0,6% do setor fornecendo dados confiáveis e que refletem o momento atual.

Te convido a ler, tomar nota sobre os pontos que mais te chamam a atenção e comparar os números com a realidade do seu negócio. Esse ano, trago boas notícias: crescimento de vendas em dois dígitos e retomada do fluxo de clientes.

Na oportunidade, reiteramos o agradecimento à parceira Tecnoweb.

Um panorama sobre crescimento de vendas e cenário macroeconômico

O crescimento do PIB do Brasil, em 2024, foi de 3,4%, superior tanto à média global quanto ao da Zona do Euro e dos Estados Unidos. Já a inflação no Brasil foi de 4,83%, ligeiramente abaixo da média global, mas superior ao da Zona do Euro, EUA e da China. Esse cenário, associado com outras conjunturas internas de promoção e incentivo ao empreendedorismo, refletiu também na performance anual da panificação e confeitaria.



Performance da panificação e confeitaria

Indicador	2024 x 2023	2023 x 2022	2022 x 2021
Crescimento de vendas	10,92%	7,46%	18,30%
Fluxo de clientes	4,57%	1,19%	3,59%
Ticket médio	6,37%	6,80%	14,71%
Volume de venda pão francês (Kg)	5,17%	2,13%	-0,13%
Participação das vendas de pão francês sobre o faturamento total	8,93%	9,0%	8,80%



No ebook completo você acessa também:

- Volume de venda pão francês (Kg)
- Volume de venda pão francês (R\$)
- Variação do preço do pão francês
- Preço médio do pão francês

COMPRE AGORA



Em 2024*, o setor de panificação faturou **R\$ 153,36 bi** - na performance isso representa R\$ 14,82 bi a mais do que em 2023.

Faturamento total em 2023*: R\$ 138,54 bi
Faturamento total em 2022*: R\$ 128,92 bi
Faturamento total em 2021: R\$ 105,85 bi

**Considerou-se empresas MEI no cálculo total.*

Fonte: Instituto de Desenvolvimento das Empresas de Alimentação

COMPRE AGORA

**o ebook
completo e
acesse também:**

Faturamento por porte

Crescimento de faturamento por semestre

IPCA acumulado

- Alimentação e bebidas
- Alimentação no domicílio
- Panificados
- Pão francês
- Farinha de trigo
- Alimentação fora do domicílio

Performance 2024

- Panificação
- Varejo
- Food service

Participação da produção própria sob o faturamento total

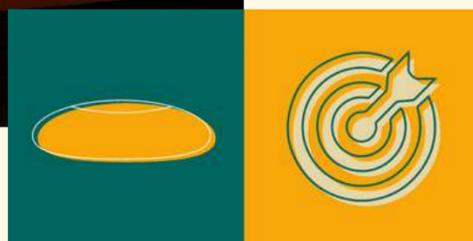
2020	70,66%
2021	69,85%
2022	68,70%
2023	68,80%
2024	69,20%





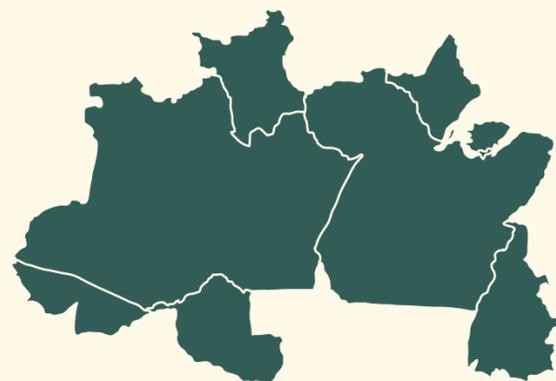
Participação da revenda sob o faturamento total

2020	29,34%
2021	30,15%
2022	31,30%
2023	31,20%
2024	30,80%



Performance do faturamento por região

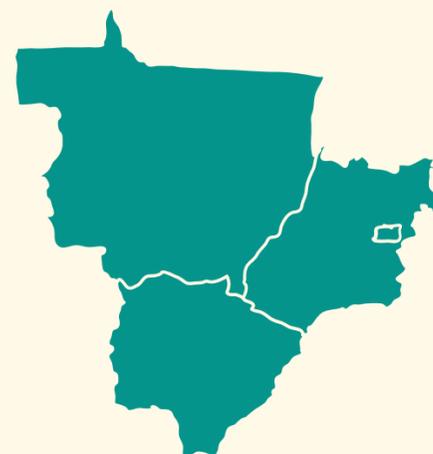
NORTE



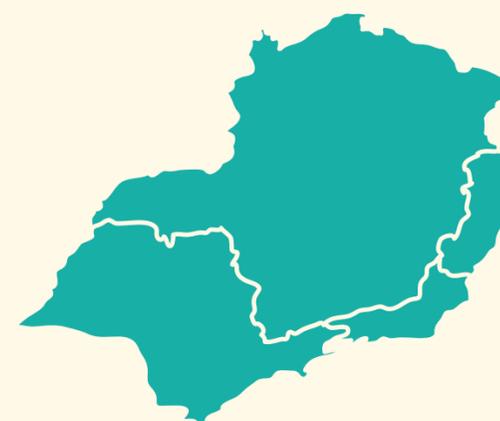
NORDESTE



CENTRO-OESTE



SUDESTE



SUL



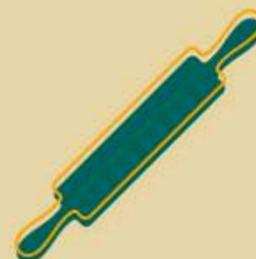
**No ebook completo você
acessa essa informação!**

COMPRE AGORA

Crescimento de faturamento por semestre

Período	2024	2023	2022
1º semestre	9,84%	10,78%	21,46%
2º semestre	11,91%	4,15%	17,64%
Média/ano	10,92%	7,46%	18,3%

Fonte: Instituto de Desenvolvimento das Empresas de Alimentação





Indicadores de produtividade



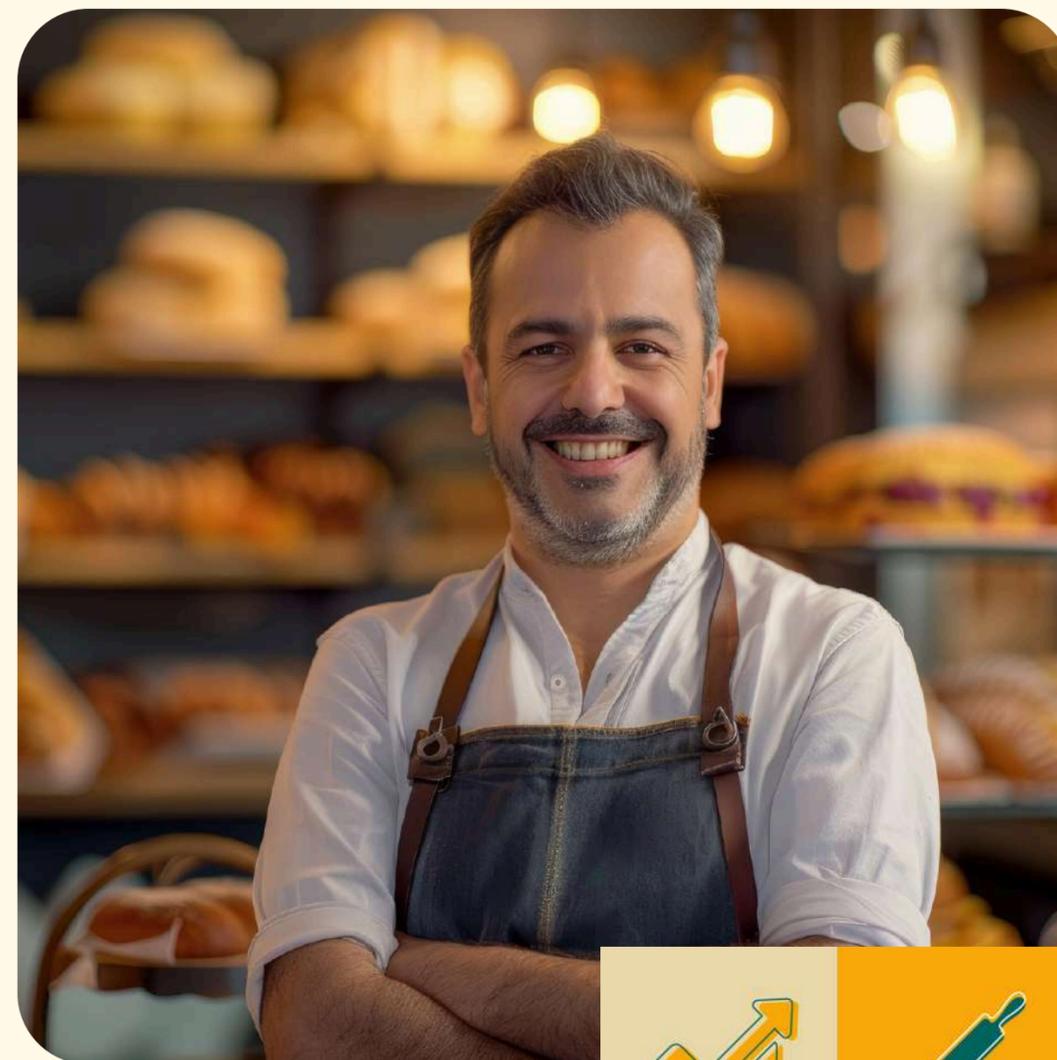
**No ebook completo você
acessa essa informação!**

COMPRE AGORA

Empregos diretos e indiretos

Período	Diretos	Indiretos	Total
2024	1,08 milhão	1,93 milhão	3,01 milhões
2023	926 mil	1,67 milhão	2,56 milhões
2022	831 mil	1,5 milhão	2,3 milhões

O déficit de mão de obra: mantém-se em 20%.





Dados atualizados de número de empresas de panificação e confeitaria

considerando as empresas pertencentes aos CNAEs **1091-1/02 - Fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria**; **1091-1/01 - Fabricação de produtos de panificação Industrial**; **4721-1/02 - Padaria e confeitaria com predominância de revenda**; e **4637-1/04 - Comércio atacadista de pães, bolos, biscoitos e similares**, segundo levantamento do SEBRAE.

Número de empresas de panificação e confeitaria

nos portes MEI, ME, EPP e Demais.



**No ebook completo você
acessa essa informação!**

COMPRE AGORA



**No ebook completo você
acessa essas informações:**

COMPRE AGORA

Comparativo do número de
empresas por porte 2024 x 2023

Número de empresas por CNAE

Comparativo do número de
empresas por região 2024 x 2023

Número de empresas por região em 2024

SUDESTE



NORDESTE



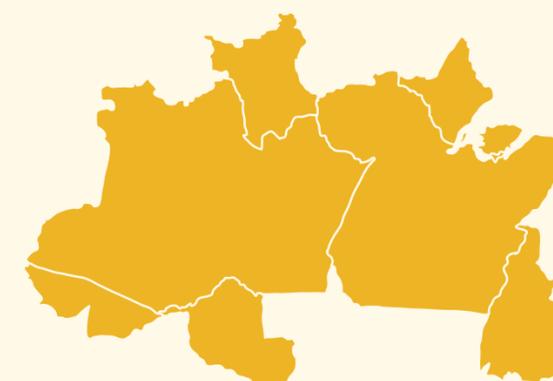
SUL



CENTRO-OESTE

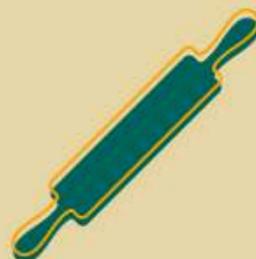


NORTE



No ebook completo você
acessa essa informação!

[COMPRE AGORA](#)



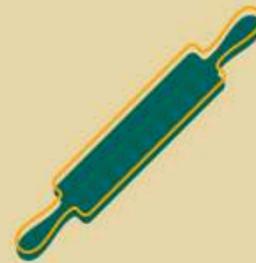
Ranking por estados - presença da panificação e confeitaria no Brasil em 2024

Ranking por capital - presença da panificação e confeitaria no Brasil em 2024



**No ebook completo você
acessa essa informação!**

COMPRE AGORA



Na distribuição de padarias pelo Brasil, observamos que **53,17% das padarias do país** (nos portes ME, EPP e Demais) **estão em 4 estados:** São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Paraná. 48,66% das padarias (também nos portes ME, EPP e Demais) estão na região Sudeste.

Outro percentual relevante é o de padarias (nos portes ME, EPP e Demais) nas capitais: 27,28%. Quando analisamos de forma ainda mais profunda, verificamos que **21,07% de todas as padarias** (nos portes ME, EPP e Demais) **estão em 10 capitais:** São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília, Salvador, Curitiba, Fortaleza, Goiânia, Porto Alegre e Manaus.

Vale ressaltar que **há cidades dentro do próprio estado que possuem um número maior de padarias que a sua capital e há cidades em outros estados que possuem um número maior de padarias que capitais.** Ou seja, cada estado possui suas particularidades e é preciso um olhar atento para entender as demandas locais.

Número de empresas por atividade

Empresas ativas | matriz + filial



Indústria



Comércio



**No ebook completo você
acessa essa informação!**

COMPRE AGORA

Número de pessoas que visitam as empresas de panificação e confeitaria todos os dias

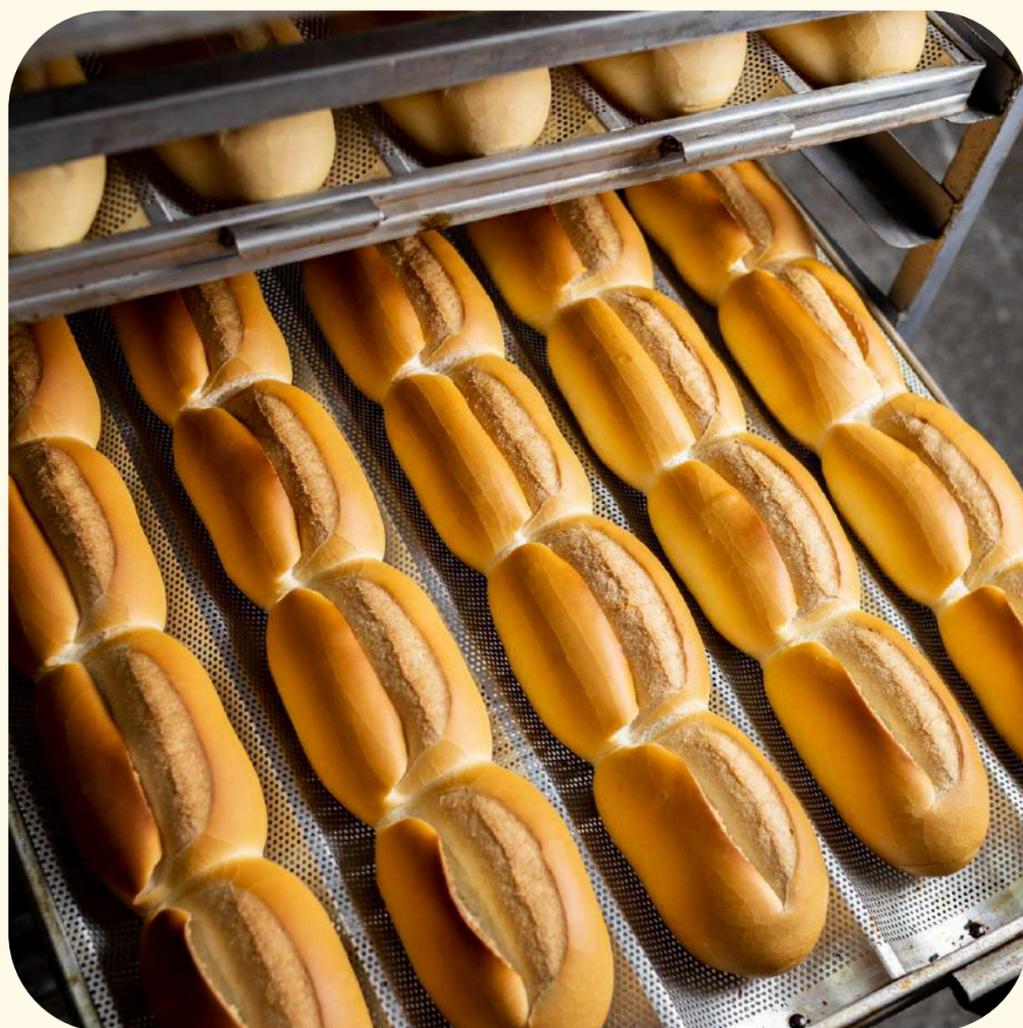
Projeta-se que de **47,5 milhões de pessoas visitem as padarias brasileiras todos os dias**, representando que 22,1% da população brasileira passa pelas padarias e confeitarias diariamente.

Fonte: Instituto de Desenvolvimento das Empresas de Alimentação





Em relação ao **pão francês** vale destacar que o aumento do volume de pães em Kg foi muito bom, mas **continuamos em atenção à manutenção da qualidade** do pão francês que vem sofrendo muito por substituição em seu consumo. Essa substituição muitas das vezes é feita por perda de qualidade, rupturas e por uma imagem de que não remete à saudabilidade.



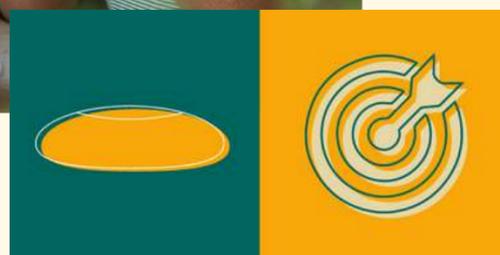
Indicadores de pão francês

- Volume de venda pão francês (Kg).
- Volume de venda pão francês (R\$).
- Variação do preço do pão francês.
- Preço médio do pão francês.
- Volume de venda (kg) por região.
- Preço médio do kg por região.
- Preço médio da farinha de trigo 50 kg por região.



**No ebook completo você
acessa essa informação!**

COMPRE AGORA



A média de **fluxo de clientes** também aumentou em 2024 em 4,57%, **cifra expressiva frente ao crescimento tímido do ano anterior**. Avalio que alcançamos um crescimento fantástico, pois foi **quase quatro vezes maior que a performance do ano passado e reforça o quanto a padaria retomou seu posicionamento como uma loja de conveniência e serviços** (lanches, refeições, pizzas e outros). A padaria voltou a ser o ponto de encontro diário, local para reuniões de trabalho, refeições práticas e rápidas, além de gerar praticidade, que é tão valiosa para o dia a dia.



Indicadores de fluxo de clientes

- Nível nacional e por região.

Indicadores de ticket médio

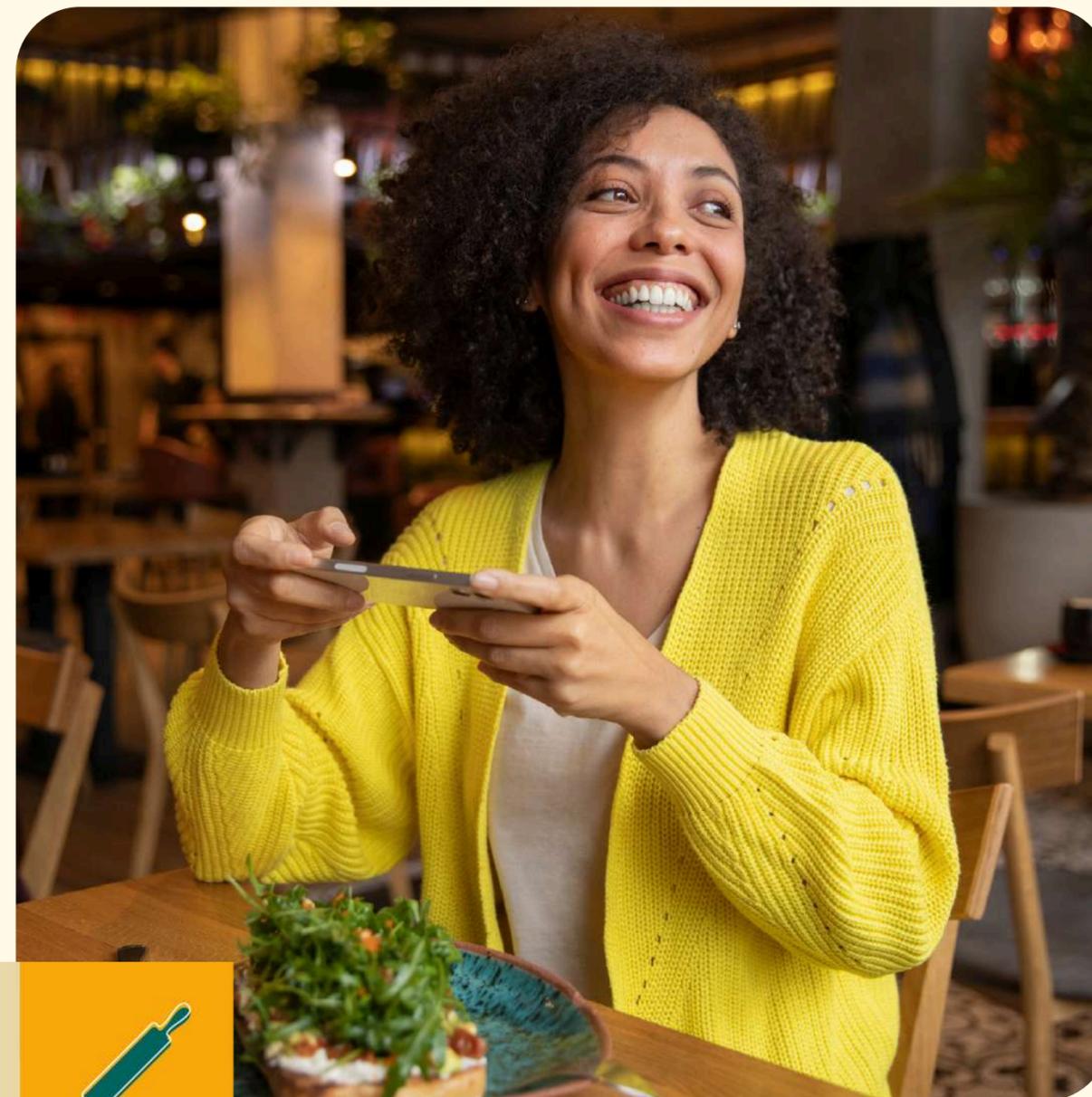
- Performance por região.
- Em R\$ por região.



**No ebook completo você
acessa essa informação!**

COMPRE AGORA

Já na análise de **ticket médio**, o **crescimento foi significativo**, mas **ainda aquém do esperado**, ficando em **6,37%**. Houve dificuldade de repasse de preços aos produtos devido à alta dos insumos. A baixa performance do ticket médio se deve à grande dificuldade de mão de obra tanto na área de atendimento ao cliente quanto na área de produção. Tal situação reforça as **falhas no atendimento e as rupturas no abastecimento** de produtos de produção própria.





Tendências que já se revelam práticas na atualidade

Ela de novo, a saudabilidade. Ano após ano falamos sobre como o consumidor deseja produtos que oferecem soluções preventivas ou específicas. **As pessoas não só esperam uma maior expectativa de vida mas uma expectativa de saúde**, ou seja, se sentir melhor por mais tempo. E essa é uma das maiores tendências.

Segundo pesquisa da Euromonitor, **52% dos consumidores esperam se sentir melhor nos próximos cinco anos**. A indústria de suplementos, que tem crescido muito, já está aliando as vitaminas às balas - ou gummies. Ou seja, é uma mistura de saudabilidade com indulgência. O efeito Ozempic está provocando a indústria de alimentos e bebidas para ofertar produtos que possam minimizar as deficiências nutricionais, por exemplo, contribuindo com a redução da queda de cabelo e que sejam ricos em proteínas.



O uso dos grãos e seus benefícios podem ser uma ótima alternativa para **atrair clientes para a padaria com o objetivo de aumento da expectativa de saúde**. Uma referência é a nomenclatura “pão da mulher” aplicado no pão de chia e a sinalização dos benefícios da semente de chia. Uma ação interessante é sinalizar nas plaquinhas dos produtos e cardápios a quantidade de proteínas disponíveis nos alimentos de fabricação própria, sendo esse um diferencial atrativo para o cliente.

Outro ponto de atenção é a oferta de produtos para aqueles que têm restrição alimentar, como ao açúcar, lactose, gordura e glúten. Ter produtos para este perfil de cliente pode tornar sua loja mais atrativa, além de inclusiva.

Fonte: Instituto de Desenvolvimento das Empresas de Alimentação



Segundo pesquisa da Euromonitor, **52% dos consumidores esperam se sentir melhor nos próximos cinco anos**. A indústria de suplementos, que tem crescido muito, já está aliando as vitaminas às balas - ou gummies. Ou seja, é uma mistura de saudabilidade com indulgência. O efeito Ozempic está provocando a indústria de alimentos e bebidas para ofertar produtos que possam minimizar as deficiências nutricionais, por exemplo, contribuindo com a redução da queda de cabelo e que sejam ricos em proteínas.

O uso dos grãos e seus benefícios podem ser uma ótima alternativa para **atrair clientes para a padaria com o objetivo de aumento da expectativa de saúde**. Uma referência é a nomenclatura “pão da mulher” aplicado no pão de chia e a sinalização dos benefícios da semente de chia. Uma ação interessante é sinalizar nas plaquinhas dos produtos e cardápios a quantidade de proteínas disponíveis nos alimentos de fabricação própria, sendo esse um diferencial atrativo para o cliente.

Outro ponto de atenção é a oferta de produtos para aqueles que têm restrição alimentar, como ao açúcar, lactose, gordura e glúten. Ter produtos para este perfil de cliente pode tornar sua loja mais atrativa, além de inclusiva.

Mas **há espaço para o “eu mereço”**. Quase metade dos consumidores planejava colocar mais dinheiro em poupança em 2024 e 72% estavam preocupados com o aumento do custo dos itens do dia a dia. No entanto, temos um grupo de mais de **60% que está disposto a gastar por experiências, ou seja, o foco na indulgência continua muito forte.**

Em outro grupo, **50% dos consumidores estavam dispostos a gastar dinheiro para economizar tempo.** Neste caso, o foco é na praticidade, produtos to go, lanches prontos e, por consequência, a oferta de serviços nas lojas continua em alta.





Temos ainda o terceiro grupo, que são aqueles que **estão dispostos a gastar, desde que sejam provocados**. Daí a importância de ações como degustação e ações de marketing que mostrem a importância em se comprar o produto. Uma das estratégias são as datas sazonais que impulsionam muito este tipo de venda.



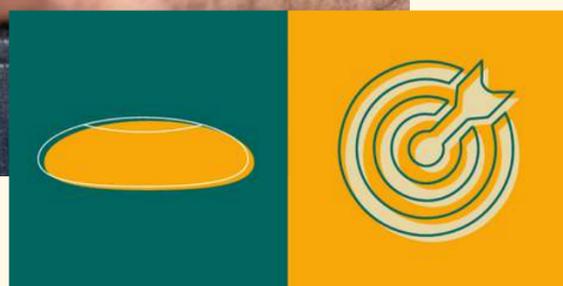
Mas essa situação não elimina o perfil de cliente que está com seu orçamento reduzido. Como costumamos dizer, o cliente não deixa de comer, mas muda o tipo de produto quer seja pelo seu preço quanto pela sua qualidade. Uma ótima estratégia é ter porções menores de maneira que o valor da porção encaixe no orçamento do cliente. Um exemplo clássico são as monoporções e as tortas bentô cake com 200g.

Inteligência artificial: indispensável, mas aprecie com moderação

A inteligência artificial não irá substituir o ser humano, mas irá contribuir em muito na velocidade e qualidade das atividades a serem desenvolvidas tanto no âmbito pessoal quanto profissional. **É preciso saber usar a IA a seu favor, mas não podemos atribuir a ela toda a responsabilidade de gestão ou desenvolvimento das atividades na empresa.**

Vários consumidores estão utilizando a IA para efetuar suas compras. Sendo assim, veja o quanto é importante manter sua imagem digital abastecida e monitorada. Na NRF 2025, que ocorreu em janeiro em Nova York, a IA foi citada com muito ênfase como significativa solução para ampliação das vendas e produtividade nos negócios.

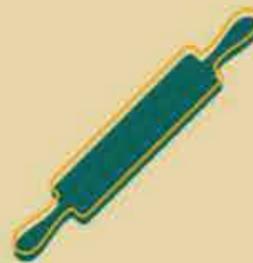




Muitos profissionais e empresários do setor de alimentação não sabem, mas há uma grande aplicabilidade no uso da IA em nossos negócios, por exemplo:

- Criação de uma mensagem de Whatsapp para convidar os clientes para o lançamento de um produto.
- Criação de uma placa de identificação de um produto para que seja chamativa.
- Automação no self-atendimento, self-checkout e no sistema de pesagem nas balanças.
- Automação nas vendas por Whatsapp.
- Automação no setor de encomendas.
- Automação em sistema de compras e cotações.

Outras aplicações, com certeza, ainda irão surgir. É importante ressaltar que **muitas dessas soluções não eliminam a presença humana, mas otimizam o atendimento humanizado, escalonando exponencialmente em volume.** Esse tipo de solução é de extrema valia, principalmente no cenário atual de carência de mão de obra.



Conteúdo elaborado pelo Instituto de Desenvolvimento das Empresas de Alimentação (IDEAL). A reprodução e compartilhamento das informações contidas nesse relatório só são permitidas mediante autorização do autor. **Não é permitido o compartilhamento deste arquivo com terceiros** sem autorização prévia e por escrito. Para falar conosco envie para contato@consultideal.com.br.

es ideal

consultideal.com.br

