



DESAFIOS PARA 2016

Como os negócios de
alimentação fora do lar
podem superar a crise



© 2016. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae

Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

Informações e contatos

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae

Unidade de Atendimento Setorial Serviços

SGAS Quadra 605 Conjunto A - Asa Sul - CEP: 70.200-904 - Brasília/DF.

Telefone: (61) 3348-7718/3348-7474

www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Robson Braga de Andrade

Diretor-Presidente

Guilherme Afif Domingos

Diretora Técnica

Heloísa Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças

Vinicius Nobre Lages

Unidade de Atendimento Setorial Serviços

Gerente

André Silva Spínola

Gerente Adjunta

Ana Clévia Guerreiro

Coordenação da carteira de Alimentação fora do lar

Germana Barros Magalhães

Manoela Cordeiro Alexandre

Conteudista

Germana Barros Magalhães

Unidade de Comunicação

Gerente

Maria Cândida Bittencourt

Coordenação de Editoração

Larissa Meira

Cícero Henrique Alves Teago

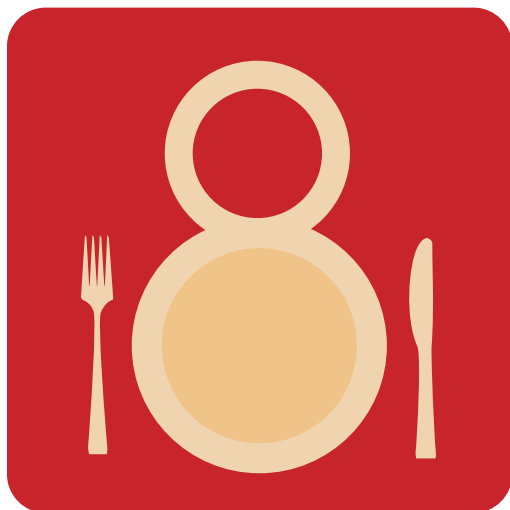
Revisão Ortográfica

Discovery - Formação Profissional Ltda - ME.

Projeto gráfico e Diagramação

IComunicação





DESAFIOS PARA 2016

Como os negócios de
alimentação fora do lar
podem superar a crise

Brasília, 2016

SUMÁRIO



6

Apresentação



8

1. Ser mais produtivo e eficiente



10

2. Buscar produtos substitutos



12

3. Fortalecer a relação com sua equipe e seus fornecedores



14

4. Observar novas oportunidades e ficar atento às mudanças



16

5. Preocupar-se com o manuseio do alimento



18

6. Contribuir para a construção da imagem da gastronomia brasileira



20

7. Associar-se a outros estabelecimentos para aumentar a competitividade



22

8. Ser mais participativo no ambiente legal



APRESENTAÇÃO

A insegurança em relação ao cenário econômico brasileiro tem provocado apreensão nos empresários na hora de tomar decisões quanto ao rumo do seu negócio. Considera-se que o segmento de alimentação fora do lar é um dos menos impactados pelas incertezas do momento.

Para 2016, ainda há previsões de crescimento de 7,7%, segundo o Instituto de Foodservice Brasil (IFB). No ano anterior, o segmento apresentou alta de vendas da ordem de 6,2%. A projeção do mercado para a inflação deste ano, medida pelo IPCA, está na casa de 7,23%. Com o objetivo de ajudar o empreendedor a atravessar esta fase, o Sebrae mapeou oito desafios para manter e melhorar o negócio de alimentação fora do lar em 2016.



**1. SER MAIS
PRODUTIVO
E EFICIENTE**

Neste momento, rever os processos da empresa, observando pontos de melhorias e analisando formas de redução de custo, pode te ajudar a melhorar as contas no final do mês. Aprimorar a forma de fazer não quer dizer diminuir a qualidade do seu serviço. É fazer o mesmo ou até melhor, de uma forma mais produtiva.



Mais informações disponíveis em: <http://goo.gl/uwvmsy>



2. BUSCAR PRODUTOS SUBSTITUTOS

Os restaurantes enfrentam hoje o desafio de manter preço e qualidade diante de um cenário de aumento de custos (matérias primas, energia, água etc.) Fazer as contas neste momento e usar a criatividade nunca foram atitudes tão necessárias.

Uma alternativa é substituir ou incluir produtos, a fim de preservar o ticket médio do seu cliente. Por exemplo: se o vinho de menor preço do seu cardápio é R\$ 60, busque um substituto que possa ser vendido por esse valor na sua empresa.

Diante do cenário, o seu cliente pode optar por escolher um vinho diferente para manter o valor habitual do seu ticket médio, e continuar indo no seu estabelecimento. Se o seu ticket médio aumentar muito, corre o risco do consumidor substituir o seu restaurante por outro. Mantenha opções no seu cardápio que possibilitem ao cliente pagar valores habituais.



3. FORTALECER A RELAÇÃO COM SUA EQUIPE E SEUS FORNECEDORES

**(FORNECEDORES PODEM SE TORNAR PARCEIROS
E FAZEREM PARTE DO NEGÓCIO)**

A relação ganha-ganha sempre favorecerá seu negócio. Nos momentos difíceis as oportunidades também surgem. Encontrar a forma de aproximação com seus fornecedores, reconstruindo a relação em um formato mais próximo ao da sua empresa, trará benefícios mútuos. Um primeiro passo pode ser elencar insumos que considera importantes para uma negociação de parceria. Por exemplo, seu fornecedor entrega uma carne em um formato que te gera um trabalho de “porcionamento” (manipulação de alimentos para obter porções).

Em uma relação de parceria, há espaço para a negociação de um formato de entrega de acordo com a sua necessidade de uso: uma pesagem embalada ou um corte específico, que possibilitem ganhar tempo e produtividade.



Mais informações disponíveis em: <http://goo.gl/cwkBYq>



4. OBSERVAR NOVAS OPORTUNIDADES E FICAR ATENTO ÀS MUDANÇAS

Novos modelos de negócios e canais de comercialização surgiram nos últimos anos: *Food Truck*, festivais gastronômicos, promoção em aplicativos e rede sociais, menus executivos, entre outros. Surfar nessa onda pode ser uma alternativa. Fazer parte de festivais gastronômicos, ter edições do seu negócio em formato de *Food Truck*, estar atento a formatos de promoções, ou até mesmo criar o seu formato para atrair clientes também são opções, lembrando de sempre fazer as contas e observar as características do seu negócio.

Outro ponto a ser considerado é a facilidade que o cliente tem de buscar informação sobre a sua empresa: o boca a boca tornou-se virtual; os comentários e as recomendações nas redes sociais e nos blogs podem ser propagandas positivas ou negativas sobre o seu serviço.



Mais informações disponíveis em: <http://goo.gl/ct4Bq1>



5. PREOCUPAR-SE COM O MANUSEIO DO ALIMENTO

Neste momento, mais do que sempre, seu negócio não pode correr risco. Estar atento à RDC nº 216/2014 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), o torna mais organizado e limpo na cozinha e no salão. O cliente observa e busca isso.



6. CONTRIBUIR PARA A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA GASTRONOMIA BRASILEIRA

A gastronomia é um dos ativos da cultura de um povo, pois faz parte do seu dia a dia. A busca por vivências e experiências é uma tendência e a comida do lugar é um dos principais atrativos do turismo no mundo. Em tempos de globalização, há uma valorização por vivências locais e únicas. A experiência gastronômica pode oferecer essas lembranças.

Os empreendimentos que visarem esse diferencial, unindo técnica de cozinha a produtos genuínos, ou seja, autênticos e brasileiros, atenderá à demanda de um público selecionado. Para trilhar esse caminho, a valorização do pequeno produtor é a porta de entrada. A parceria e a integração entre produtor e cozinheiros trarão o diferencial para o empreendimento, e cada caso terá um formato, levando-se em conta o modelo de negócio proposto.



**7. ASSOCIAR-SE
A OUTROS
ESTABELECIMENTOS
PODE TE TORNAR
MAIS COMPETITIVO**

A união faz a força. Em momentos difíceis, ter parcerias para compras, para realizar promoções, para negociar prazos de pagamento de entrega pode facilitar tanto para você, quanto para o seu fornecedor, que terá um grupo de empresas para pensar entrega e produto. **Assim, ambas as partes terão o planejamento e o funcionamento do negócio facilitados.**



8. SER MAIS PARTICIPATIVO NO AMBIENTE LEGAL

É importante identificar burocracias que podem ser simplificadas para melhorar a performance da atividade e o ambiente legal, buscando associar-se a entidades representativas, e participar das discussões.

Atualmente, no Congresso Nacional, no âmbito das Comissões de Turismo e de Cultura já acontecem discussões e projetos de lei que impactam o seu negócio.

Por exemplo: Cultura aprova inclusão de gastronomia entre os beneficiários da Lei Rouanet, Proposta regulamenta funcionamento de *Food Truck* e *Food Bike*; Comissão obriga bares e restaurantes a oferecer água potável gratuita a clientes e Parlamentares sinalizam apoio à legalização do trabalho intermitente.



0800 570 0800 / sebrae.com.br