

UFS Para você

Trouxemos toda a inteligência de Mercado que temos na **Unilever Food Solutions** sobre o Food Service para você. De forma rápida, simples e prática você fica antenado sobre o que acontece com o mercado e com seus clientes.



Unilever
Food
Solutions

Apoiar. Inspirar. Transformar.

Unilever Food Solutions

Para você

Novas características que se destacaram no Food Service durante a pandemia do Covid-19 e que vieram para ficar!

Sua operação está adaptada à essa nova realidade?

IMPORTÂNCIA DO DIGITAL, DRIVE THRU E DELIVERY

Estabelecimentos com delivery e take away foram os que menos sofreram impacto negativo na pandemia. Mudança no hábito de comer dentro e fora de casa.

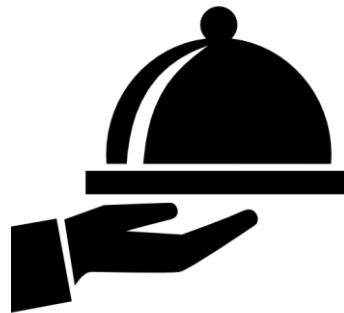


COMBOS FAMÍLIA:

Durante a pandemia, cresce o número das refeições feitas em família.



FOODSERVICE



INDULGENTE:

Aumento no número de refeições indulgentes e queda nas refeições tradicionais.



AUMENTO DE VISITAS GRUPOS

Durante a pandemia cresce o número de pessoas a compartilharem refeições.



SAUDÁVEL:

Aumento a procura por itens saudáveis nos menus. Maior preocupação e cuidados com a saúde.



PRESENÇA DE CRIANÇAS NOS GRUPOS

Não devemos esquecer que as crianças estão presentes nas refeições feitas em família.



Unilever
Food
Solutions

Apoiar. Inspirar. Transformar.

Unilever Food Solutions

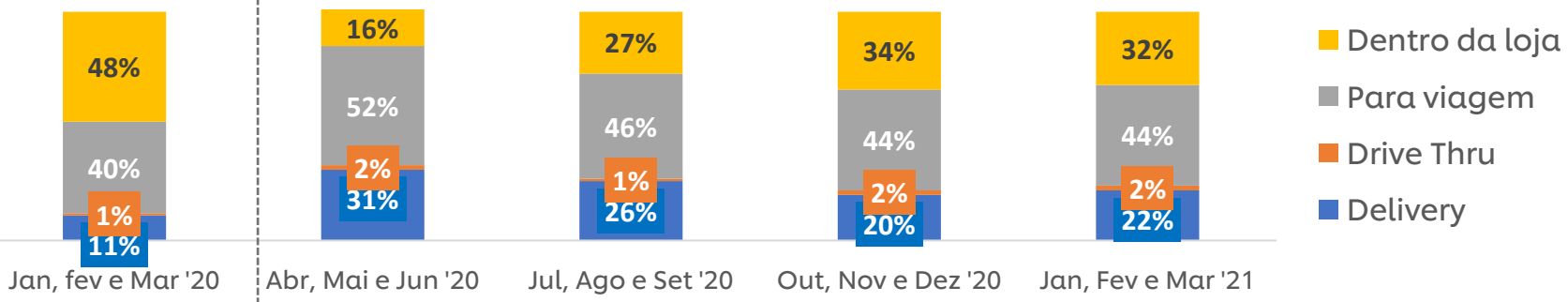
Para você



O consumo via drive thru e delivery cresceu em 2021, tanto comparado com 2020 quanto com 2019. Logo, os segmentos que mais conseguiram se adaptar a esses canais foram os que menos sofreram impacto negativo na pandemia.

	2021 vs 2020	2021 vs 2019
Delivery	+48%	+78%
Drive thru	+10%	+8%
Para viagem	-33%	-33%
Consumo na loja	-67%	-68%

Pré pandemia



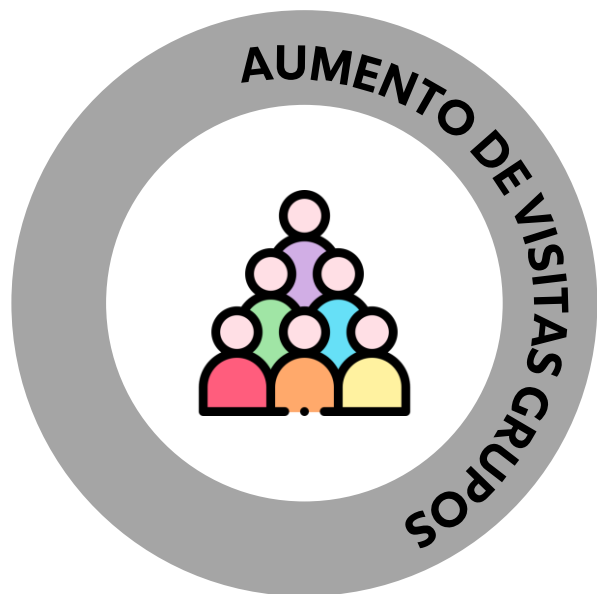
A rotina de alimentação dos brasileiros também mudou. Pré-pandemia víamos um equilíbrio entre o hábito de comer dentro e fora de casa, durante a pandemia vimos uma queda nas refeições feitas fora do lar. Mais recentemente, vemos que o consumo das refeições fora do lar vem se recuperando.



Fonte: CREST Brasil | Mosaiclab e The NPD Group – Q1'21

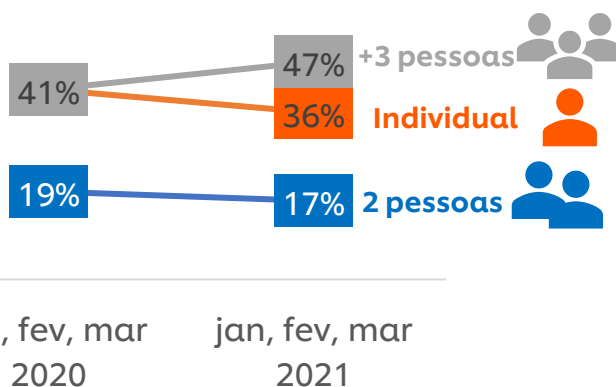
Unilever Food Solutions

Para você



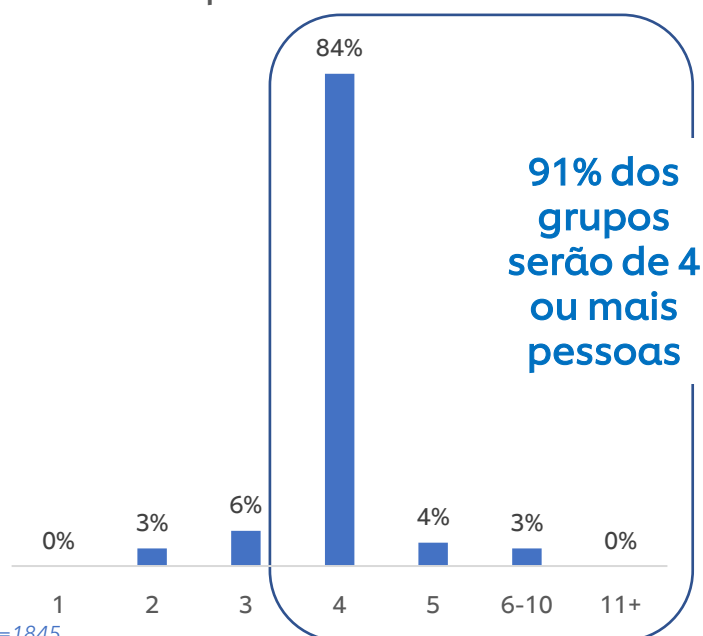
Os grupos estão mais presentes e são maiores:

Durante a pandemia cresce o número de pessoas a compartilharem refeições. De acordo com o gráfico abaixo a maior parte das refeições pedidas foram para grupos entre 3 e 5 pessoas.



Por isso ofereça pratos com boa variedade, que atendam a diferentes nichos de clientes e possam ser comprados com o objetivo de atender a mais de uma pessoa.

Número de pessoas na próxima saída



A maior parte das pessoas está pensando em refeições em grupo na retomada dos estabelecimentos. A expectativa para comer fora novamente está ligada a reencontro. Enquanto atualmente o delivery tem o papel de conveniência, a ida a restaurantes tem a ver com companhia, aproveitar o tempo com a família e amigos.

E você, já oferece essa solução aos seus clientes em seu negócio?



Apoiar. Inspirar. Transformar.

n=1845

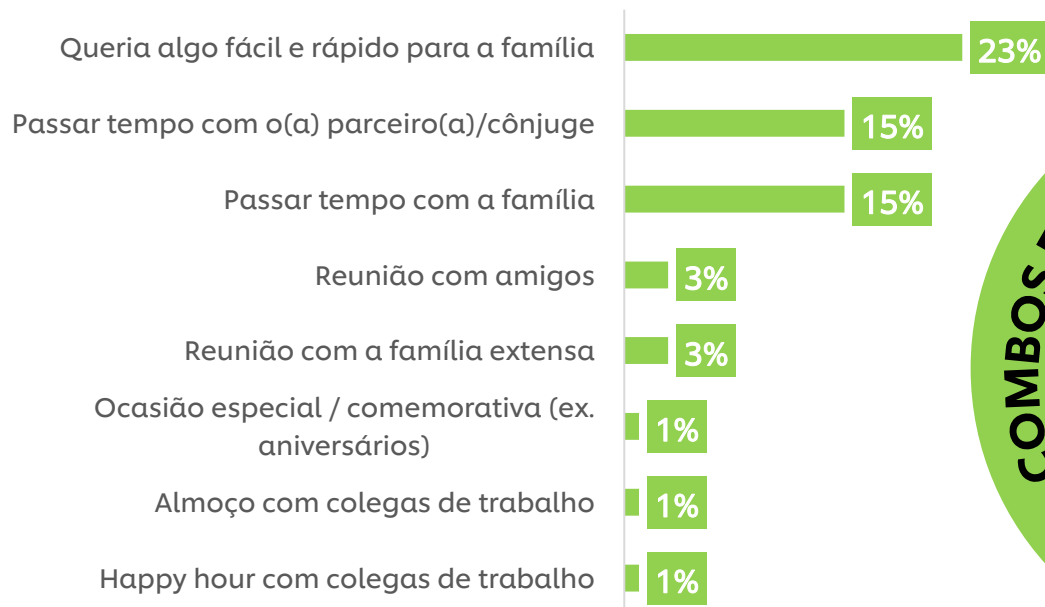
Fontes:

CREST Brasil | Mosaiclab e The NPD Group - Jun'21

Dinner tracks | Unilever e Streetbees - Set'20

O principal motivo para pedido de delivery ou takeaway é a resolução da refeição da família de maneira conveniente

Motivos para o pedido de Delivery / Takeaway



O fato das refeições serem feitas em família durante a pandemia também significa uma maior presença de crianças nos grupos.

Para restaurantes de serviço rápido especificamente, essa tendência é ainda mais forte.

19%

Dos consumidores que reportam visitarem restaurantes de fast food afirmam que o fizeram pois seus filhos pediram.



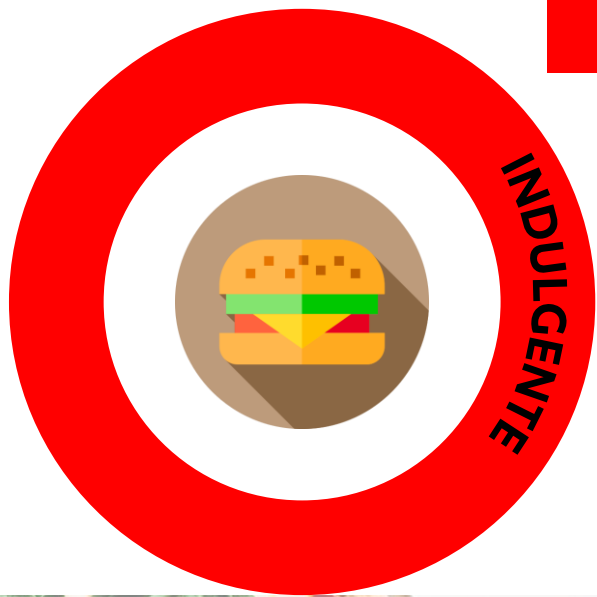
Unilever
Food
Solutions

Apoiar. Inspirar. Transformar.

Unilever Food Solutions

Para você

“Indulgência” é a razão para consumo no Food Service que mais cresceu entre março de 2020 a março de 2021.



A procura por comida Indulgente ganhou ainda mais espaço durante a pandemia. As pessoas querem se auto recompensar com coisas gostosas, pois “o mundo já está muito difícil”. Quer melhor recompensa que uma sobremesa com muita calda, porções generosas e ingredientes extras?

81%

Das **RAZÕES** para consumo de refeições fora do lar no primeiro trimestre de 2021.



+13p.p

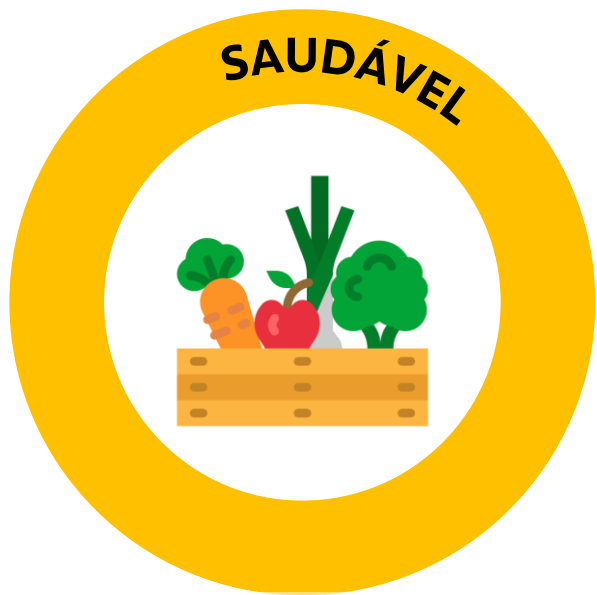
De **crescimento** vs o primeiro trimestre de 2020.

1. Se for possível implementar em sua operação, ofereça refeições indulgentes para atrair clientes nessas ocasiões e aproveite para ter pratos com boa margem em seu cardápio. Não esqueça das opções que aumentam sua margem, como bebidas e sobremesas.
2. Aproveite as compras por impulso e posicione esses produtos em primeiro em seu cardápio. As pessoas muitas vezes escolhem conveniência e, portanto, são mais abertos a pedir um menu mais completo, que vai além do prato principal.



Unilever
Food
Solutions

Apoiar. Inspirar. Transformar.



As pessoas estão preocupadas com a saúde, imunidade e controle do peso, portanto buscam comer melhor através de itens de qualidade e mais saudáveis.

Pesquisa com 1.500 consumidores sobre opções de alimentação.

Gostaria que restaurantes normais (ou seja, não especializados em comida saudável) oferecessem mais opções saudáveis (ex. pratos vegetarianos, baixo em carboidrato)

40%

Gostaria que houvesse mais restaurantes especializados em comida saudável (ex. vegano, orgânico)

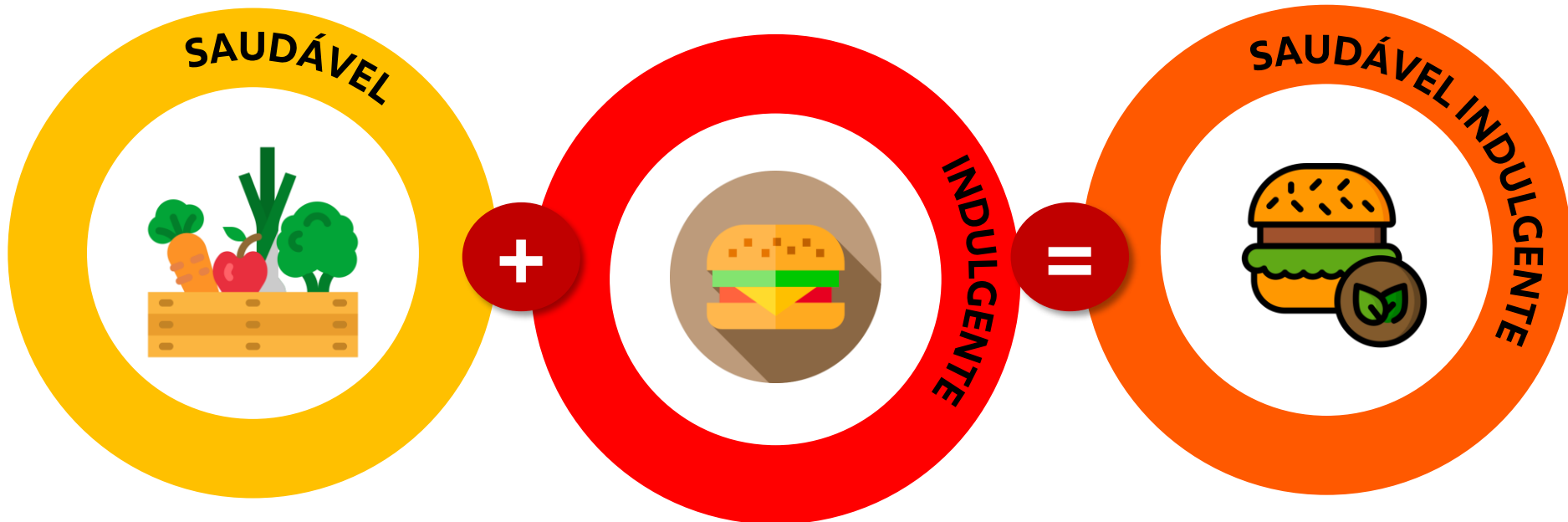
34%

Tenha no seu menu opções que atendam a todos os públicos, sejam elas saudáveis ou veganas/vegetarianas.

Comunicar a variedade do seu cardápio aos seus clientes também é muito importante!



Como conciliar essas duas tendências?



Depois de tanto tempo em quarentena os consumidores querem ser saudáveis sem perder o sabor

A solução é entregar menus mais nutritivos, com alternativas clean label (sem aditivos), com mais frutas, legumes e menos açúcar, itens processados e conservantes.



Unilever
Food
Solutions

Apoiar. Inspirar. Transformar.

Unilever Food Solutions

Para você

Principais razões dos clientes para optar comer fora de casa:

Indulgência:

- ✓ Tive vontade, desejo de algum item
- ✓ Qualidade da comida
- ✓ Variedade
- ✓ Queria um item específico do cardápio
- ✓ Ocasão especial, férias
- ✓ Queria um agrado, recompensa

79%

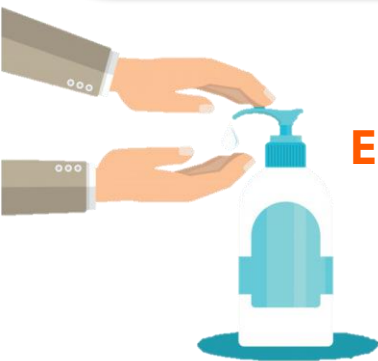
Conveniência:

- ✓ Localização conveniente
- ✓ Tem "Para viagem, drive thru, delivery"
- ✓ Não estava com tempo, estava com pressa
- ✓ Serviço rápido

81%

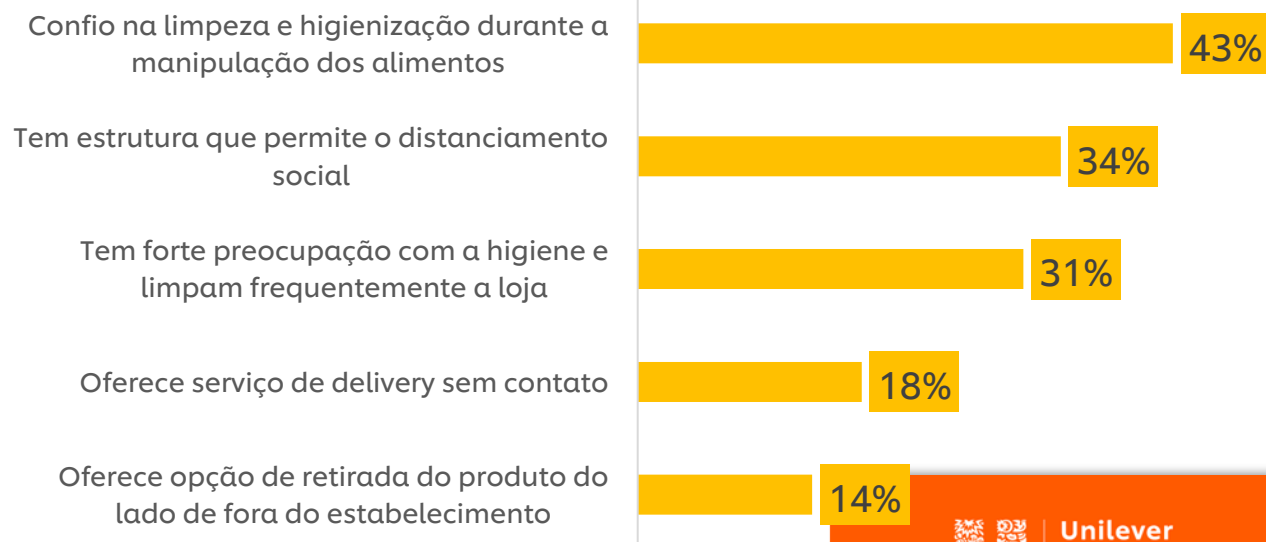
A busca pela conveniência é o DNA do setor foodservice e é seu principal território. Com a pandemia, as pessoas passam a cozinhar mais em casa e, quando vão comer fora, buscam uma refeição especial, que vá proporcionar um escape da rotina.

Os clientes ficaram mais exigentes em relação à higiene e o seguimento das medidas de segurança. Em relação à pandemia, os principais critérios de escolha são:



Top critérios do cliente para a escolha de um restaurante:

- 1. Higiene e limpeza**
- 2. Ter comida gostosa e saborosa**
- 3. Preço justo**



Unilever Food Solutions

Para você

DICAS E INFORMAÇÕES SOBRE DELIVERY

Critérios do cliente para escolha do restaurante no pedido via aplicativo



Onde estão os problemas no delivery atualmente?



Mulheres escolhem mais pelo tipo de culinária ou comida que querem comer, enquanto os homens escolhem mais pelas promoções



Promessas não cumpridas – tempo e erros no pedido – são os principais problemas enfrentados pelos consumidores.



Unilever
Food
Solutions

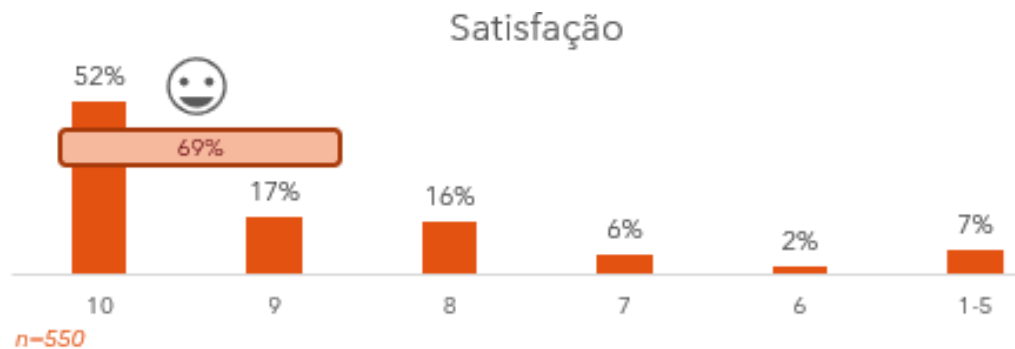
Apoiar. Inspirar. Transformar.

Unilever Food Solutions

Para você

VOCÊ SABIA?

Que o nível de satisfação do consumidor com o delivery no Brasil é alto?



A maioria se mostra **satisfeita** com a experiência das refeições consumidas via Delivery. As principais razões associadas a esta avaliação foram relacionadas à **experiência como um todo**, não só limitada à refeição.

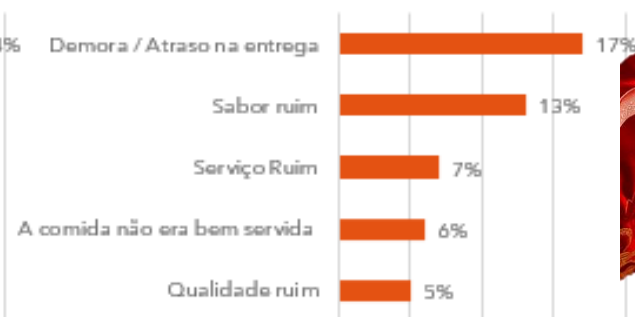
Rapidez na entrega é o segundo atributo mais importante na percepção do consumidor – maior vulnerabilidade enquanto o processo é centralizado no parceiro



Razões de Satisfação (9-10)



Razões de Insatisfação (1-5)



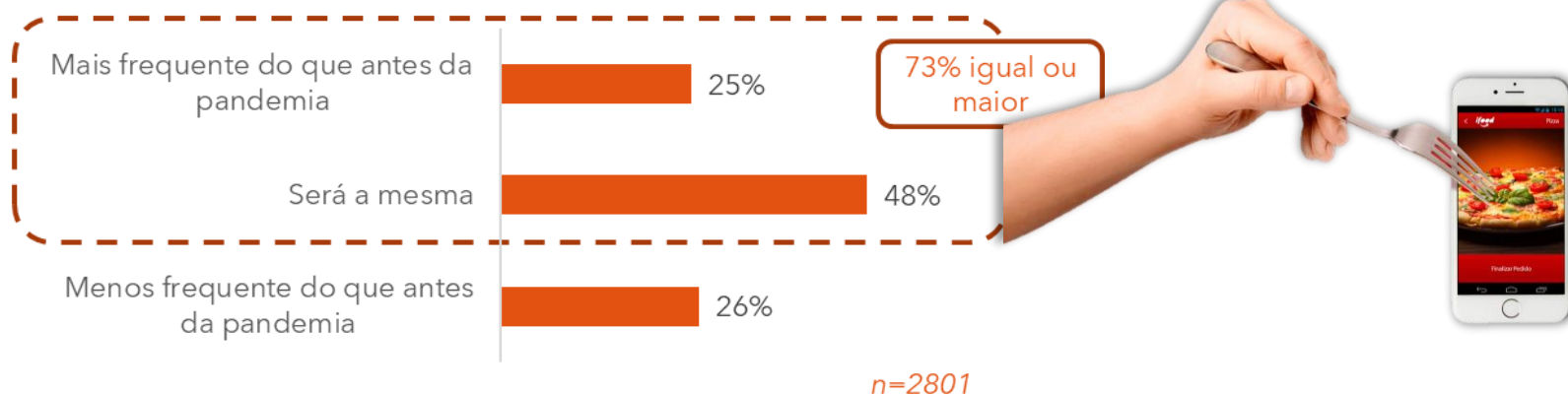
Unilever
Food
Solutions

Apoiar. Inspirar. Transformar.

VOCÊ CONHECE

As perspectivas futuras para o Delivery depois da quarentena?

Frequência de **Delivery** pós pandemia



Por que maior?

n=529

Conveniência	30%
É um bom hábito	11%
Medo / Cautela	11%
Evitar pessoas / lugares públicos	10%

Por que menor?

n=542

Economizar dinheiro	17%
Estou cozinhando mais em casa	14%
Eu prefiro comer nos locais	13%
Evitar germes / bactérias / vírus	9%
Medo / cautela	9%

A pandemia deixará um **impacto geral positivo** para a maioria da população no delivery, com 73% mantendo ou aumentando sua frequência de pedidos.



Enfim, o delivery veio para ficar! Ofereça também ao seu cliente a comodidade de receber seus pratos em casa. Use embalagens que garantam a temperatura e a integridade do prato por mais tempo. Por último, opte por fazer um maior esforço de comunicação do seu restaurante no início do mês. Quando os clientes estão mais dispostos a consumir refeições de fora do lar.



Unilever
Food
Solutions

Apoiar. Inspirar. Transformar.

**Procure um de nossos
Consultores de negócio
e saiba como oferecer
os melhores produtos e
soluções para seu
cliente.**



**Unilever
Food
Solutions**

Apoiar. Inspirar. Transformar.

www.unileverfoodsolutions.com.br