

Pesquisa de Conjuntura Econômica do Setor de Alimentação Fora do Lar

Período analisado: Abril/Maio/Junho de 2017

Introdução

A pesquisa apontou que os efeitos da crise econômica no setor de alimentação fora do lar estão deixando para trás o seu lado mais perverso, pois os principais indicadores continuaram melhorando pelo terceiro trimestre consecutivo. O dado que aponta o número de empresas fazendo prejuízo aparece em queda pela quarta vez consecutiva, reduzindo de 31% para 28%. A série histórica reforça a previsão da Abrasel de que o setor feche o ano com este número próximo de 20%. A avaliação da melhoria da rentabilidade das empresas pesquisadas aumentou 6 pontos percentuais.

Nas previsões do setor, foi percebido um evidente reflexo das incertezas políticas provocadas pelas denúncias em torno da Presidência da República. Os empresários, que antes haviam indicado uma expectativa de terminarem o ano com aumento de 2,37% no faturamento, reajustaram a previsão e nesta edição da pesquisa sinalizaram que esperam um aumento médio em torno de 0,47%. A expectativa de contratação também foi afetada com a previsão de redução anual no quadro de pessoal saltando de 0,55% para 1,03% e as avaliações negativas do ambiente de negócios do setor tiveram um aumento considerável, subindo de 21% para 33%.

Uma novidade que marcou o período pesquisado foi a vigência da lei que regulamentou as gorjetas permitindo que parte do valor arrecadado fosse usada para pagar encargos trabalhistas, previdenciários e sociais. A consequência esperada ligada aos consumidores é que um conjunto de empresas, especialmente as que trabalham com mão de obra mais qualificada, venha sugerir aos consumidores uma taxa de serviço superior aos tradicionais 10%. Com menos de dois meses de vigência da lei, 2% das empresas já sugerem mais de 10% - número que a Abrasel acredita que crescerá lentamente ao longo dos próximos anos, à medida em que o mercado de trabalho se aquecer e a retenção de mão de obra qualificada demandar uma remuneração maior. No entanto, ainda é baixo o número de empresas que usufruí dos benefícios da lei. Pouco mais da metade (51%) delas está retendo percentuais para pagamento dos encargos; na avaliação da Abrasel, reflexo da ausência de convenções e acordos coletivos de trabalho ou da falta de informação.

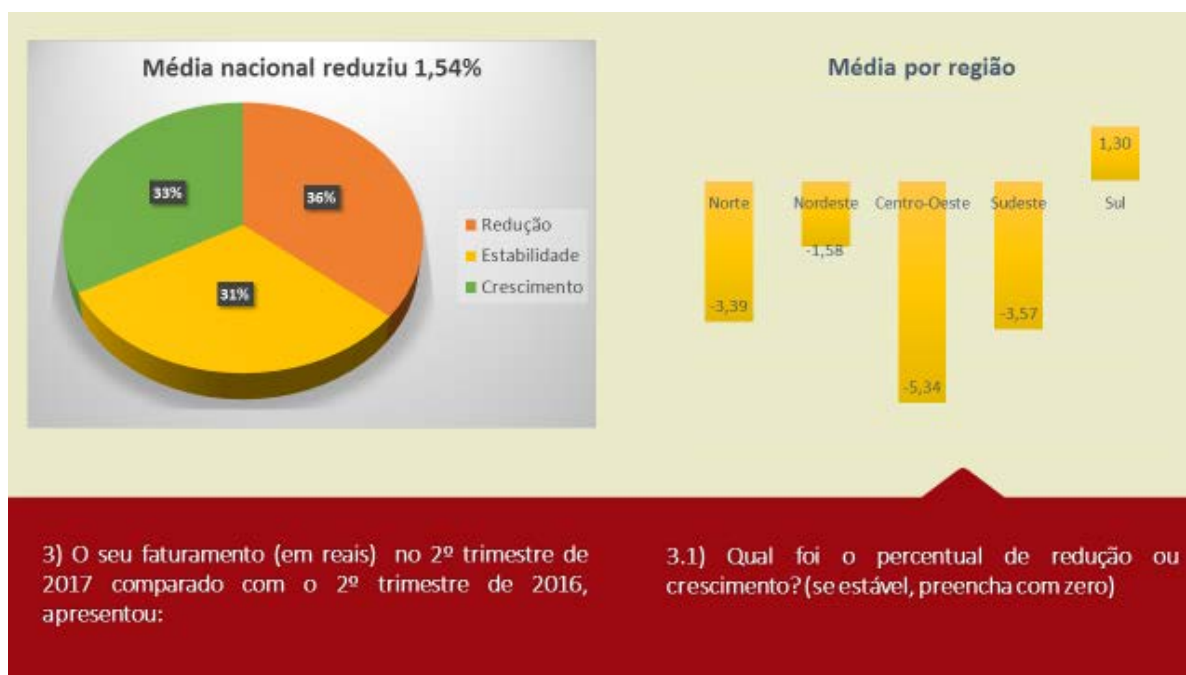
O setor vive um conjunto de mudanças que impactará a vida do consumidor, como por exemplo, uma lei que passou a vigorar, em junho, permitindo a diferenciação de preços de bens e serviços oferecidos ao público em função do meio de pagamento utilizado.

Dentre o grupo de empresas que pensa em diferenciar seus preços, 65% adotará descontos de até 5%, refletindo os custos com taxas e antecipações. Outro grupo, com 31%, que pretende conceder de 6% a 10% de desconto, retrata um interesse de desincentivar o uso de cartões de débito e crédito.

Outra novidade revelada pela pesquisa foi que a utilização do delivery como estratégia de aumento das vendas tem ganhado grande importância: 46% das empresas já trabalha com o serviço e chama atenção o número (44%) dos que o fazem há menos de 2 anos. Apenas 29% dos estabelecimentos trabalham com pedidos feitos exclusivamente por meio do telefone, demonstrando uma ampla disseminação das ferramentas digitais de delivery, seja e-commerce próprio ou plataformas coletivas.

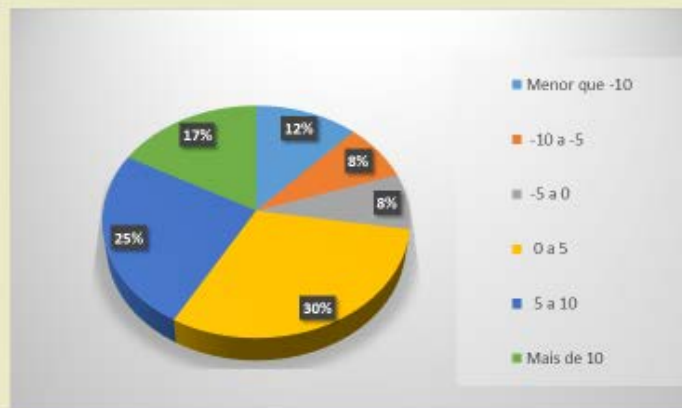
Faturamento

Nas últimas quatro rodadas da pesquisa, o índice médio de faturamento teve uma suavização na queda, o que reflete sinais de recuperação do setor. Enquanto em abril/maio/junho de 2016, a média nacional de faturamento mostrava queda de 5,44%, no trimestre seguinte esta queda chegou a 3,93%, fechou o primeiro trimestre deste ano em 1,84% e atingiu agora 1,54%. A estabilidade cresceu, tendo aumentado dois pontos percentuais do primeiro trimestre de 2017 para o período pesquisado.



Rentabilidade no 2º Trimestre

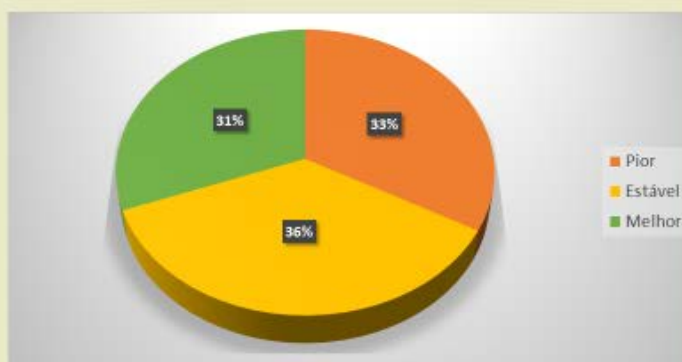
Uma leve redução no número de empresas operando em prejuízo integra uma série histórica positiva para o setor. 39% no terceiro trimestre de 2016; 33% no quarto trimestre de 2016; 31% no primeiro trimestre de 2017 e 28% no segundo trimestre, analisado nesta edição da pesquisa. Em contrapartida, o número de empresas com rentabilidade acima dos 5% aumentou de 51% para 55%.



4) Qual foi a sua rentabilidade média no 2º trimestre de 2017?

Rentabilidade Comparada

Passada a influência da sazonalidade, foi confirmada a melhoria da rentabilidade em comparação com o trimestre anterior. Um aumento considerável na avaliação de melhora da rentabilidade, de 25% no trimestre anterior para 31% neste e concomitante diminuição na análise de piora na rentabilidade, saindo de 44% para 33%.

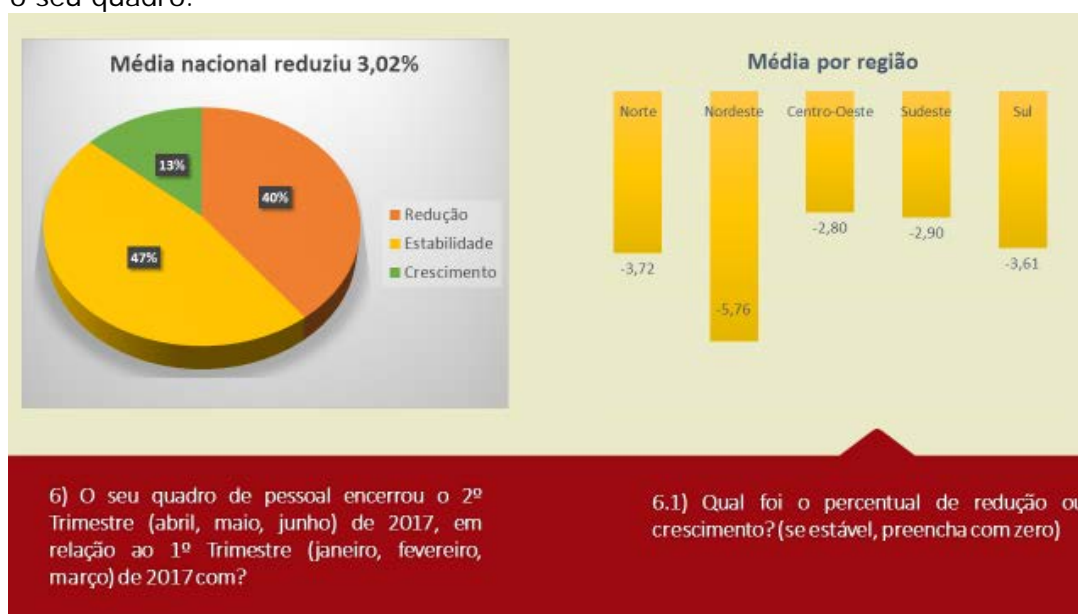


5) A rentabilidade de sua empresa no 2º Trimestre (abril, maio, junho) de 2017, comparada com o 1º Trimestre (janeiro, fevereiro, março) de 2017 foi:

Quadro de pessoal

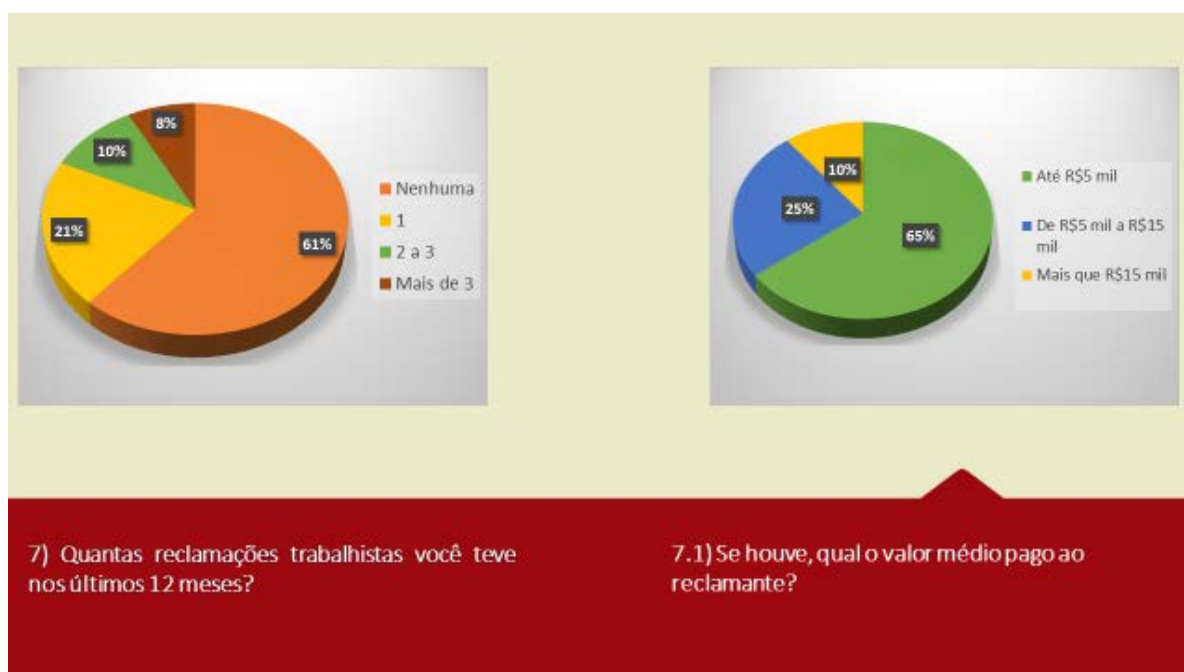
Após um período de significativa atenuação da queda do quadro de pessoal (com a média nacional saindo de 5,30% de redução no último trimestre de 2016 para 2,98% no primeiro trimestre de 2017), os resultados se mantiveram muito próximos dos do

período anterior, com 3,02% de redução. Quase a metade das empresas (47%) manteve o seu quadro de funcionários demonstrando que o setor ainda está demitindo mais do que contratando, se esforçando para produzir mais com menos e para manter o seu quadro.



Reclamações trabalhistas

A estabilidade do quadro de pessoal foi refletida no número de reclamações trabalhistas, que também se manteve próximo aos do primeiro trimestre deste ano. No período de abril a junho, 39% das empresas tiveram pelo menos uma reclamação trabalhista, número que na pesquisa anterior era de 38%. Os valores médios pagos aos reclamantes também se mantiveram estáveis, com a maior parte das ações até R\$5mil (65%). A pesquisa de conjuntura econômica constrói uma série histórica e as novidades trazidas pela regulamentação da gorjeta e pela reforma trabalhista poderão ser percebidas no médio prazo.



Continuidade de negócios

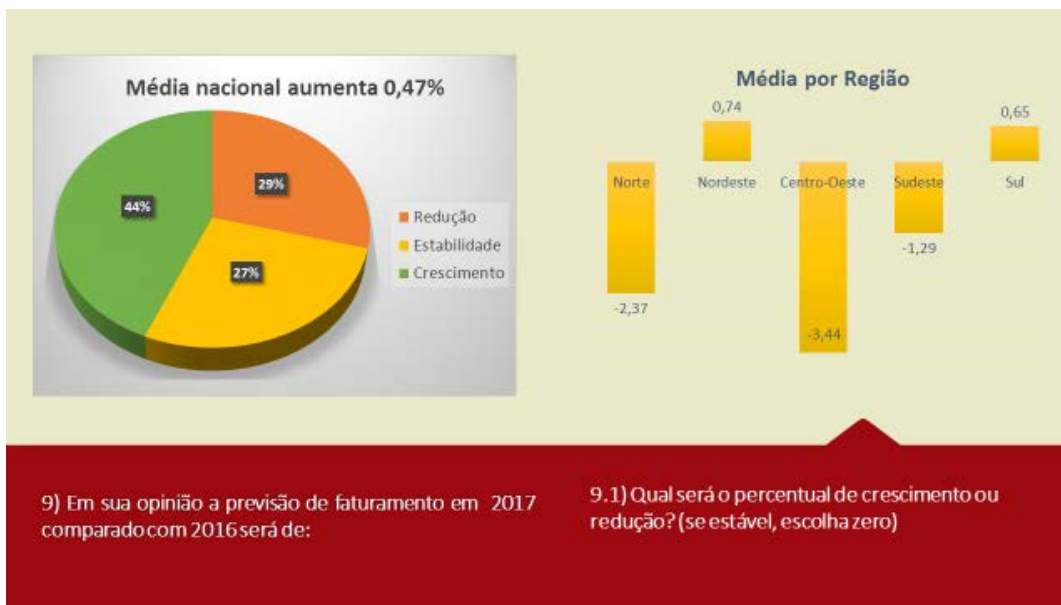
Depois de um ligeiro aumento no número de empresários que se via obrigado a fechar seus negócios nos próximos 12 meses, o dado volta a se alinhar com os resultados do menor índice de da série histórica, com apenas 10% dos respondentes apontando a descontinuidade.



Previsões

Faturamento

O pessimismo das previsões do setor causado principalmente pelo reflexo das incertezas políticas ficou evidente na queda da média nacional do faturamento esperado para o ano, que passou de 2,37% de aumento para 0,47%. Enquanto no primeiro trimestre de 2017, 49% dos respondentes previam aumento no faturamento e 21% esperava redução, no trimestre pesquisado, os números foram 44% e 29%, respectivamente.



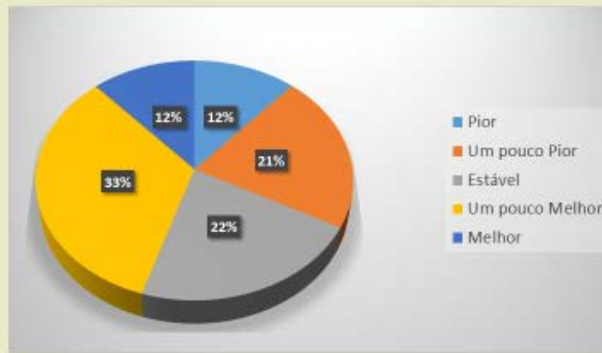
Quadro de Pessoal

Acompanhando o reajuste da previsão de faturamento, a expectativa média de contratação saiu de 0,55% de redução para 1,03%. A maioria das empresas prevê estabilidade em seus quadros, mas a expectativa de redução nas equipes aumentou cinco pontos percentuais do último para este trimestre.



Ambiente de Negócios para o Setor

Também afetada pelas incertezas políticas, a avaliação do ambiente de negócios do setor arrefeceu, com 33% das empresas prevendo piora, contra 21% no trimestre anterior. Contudo, a expectativa ainda continua melhor que a avaliação feita em 2016, quando apenas 10% dos empresários acreditava que 2016 seria melhor que 2015.



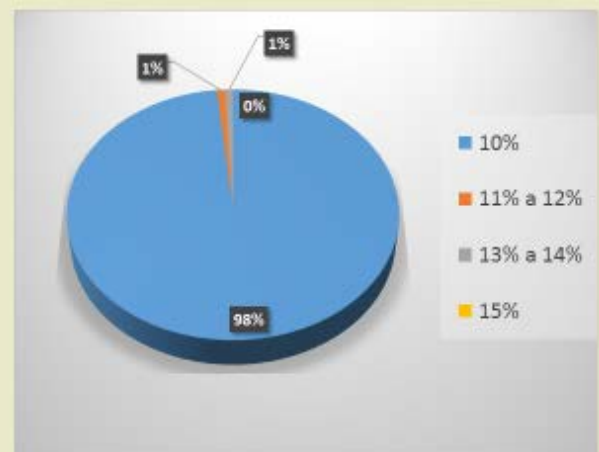
12) Na sua opinião, o ambiente de negócios do setor comparado com 2016 será?

Gorjeta

A maior parcela (40%) das empresas que sugere a taxa de serviço o faz impresso na conta. A tendência prevista pela Abrasel começa a ser observada e, com apenas dois meses de vigência da lei, 2% das empresas que cobra gorjeta já sugere mais que os tradicionais 10%. Acreditamos que este número crescerá lentamente ao longo dos próximos anos, na medida em que o mercado de trabalho se aquecer e a retenção de mão de obra qualificada demandar uma remuneração maior.



14) Seu estabelecimento sugere taxa de serviço (gorjeta) aos clientes?



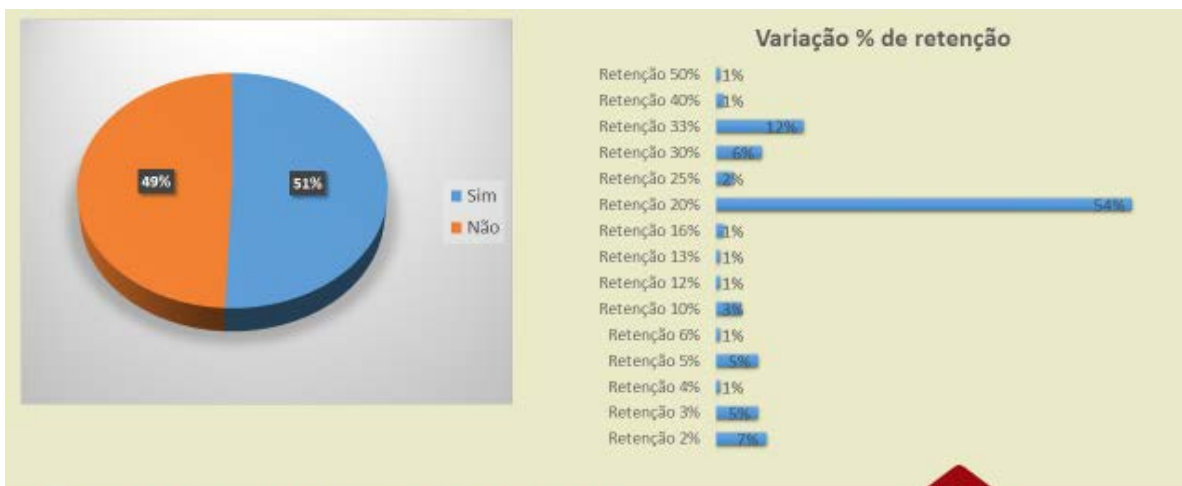
14.1) Se sim, qual é o percentual da gorjeta?

Retenção para pagamento dos encargos

Embora a Lei federal 13.419 vigore desde maio deste ano, a maioria das empresas (40%) afirma que os sindicatos não realizaram as convenções ou acordos coletivos de trabalho imprescindíveis para definição dos percentuais para pagamento dos encargos sociais, trabalhistas e previdenciários provenientes da taxa de serviço. A Lei faculta uma retenção de até 20% para empresas optantes pelo Simples e até 33% para as que estão fora do regime, mas condiciona a definição deste percentual à previsão nos acordos normativos sindicais. Outra parcela significativa, com 27% das respostas, não sabe dizer se as convenções foram realizadas ou não. O conjunto de respostas demonstra que a maior parte dos empregadores ainda padece da falta de informação e definições que impedem a completa aplicabilidade da regulamentação das gorjetas.



Ainda que haja ausência de acordos e possível desinformação, 51% das empresas que sugere taxa de serviço já retém algum percentual para pagamento de encargos. Número muito baixo considerando-se o benefício trazido pela lei para empregadores e empregados. Ressalta-se que algumas convenções coletivas já traziam esta possibilidade antes da publicação da Lei, com percentuais diversos. A grande maioria das empresas que já está retendo pratica o percentual máximo permitido pela legislação para as micro e pequenas empresas (20%).

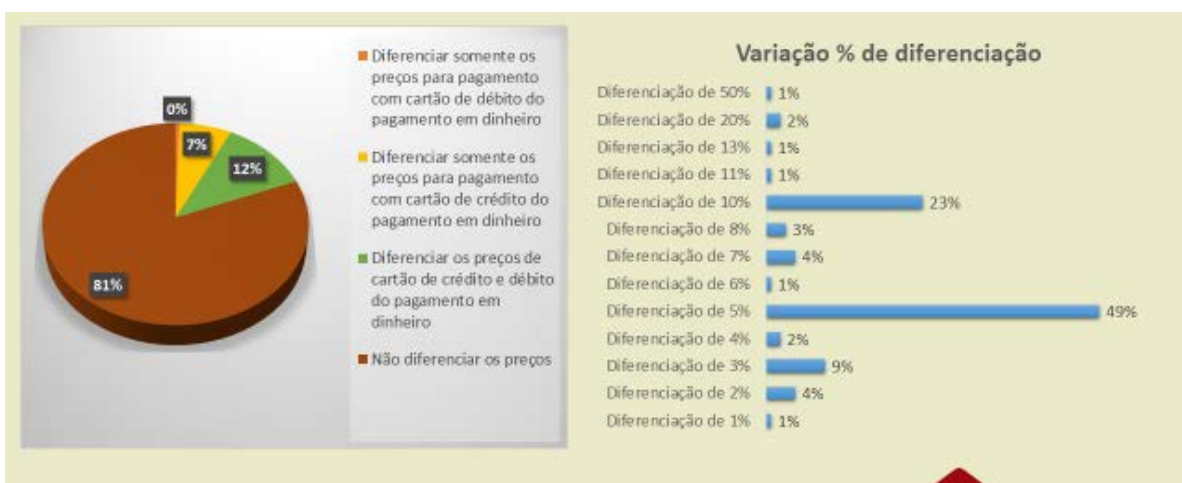


16) Sua empresa já está retendo parte da gorjeta para pagamento de encargos (empresas optantes pelo simples até 20 e demais até 33) conforme previsto na lei que regulamentou as gorjetas e entrou em vigor em maio de 2017?

16.1) Se sim, qual percentual de retenção?

Meios de pagamento e a diferenciação de preços

A lei que permitiu a diferenciação de preços em função do meio de pagamento ainda é uma novidade para o setor. 81% das empresas não considera diferenciar. A maior parcela dos que pretendem oferecer essas opções de preços para o consumidor, pensa em diferenciar os preços de pagamento com cartões de crédito e débito do realizado em dinheiro. Isso fica ainda mais evidente na variação da porcentagem de diferenciação, que demonstra que a maioria dos pesquisados concederá um desconto de até 5%, correspondendo às taxas médias de cartão. Outro grupo, com 23% de respostas, parece querer desestimular o uso de pagamentos eletrônicos concedendo descontos de 10% para pagamento em dinheiro.



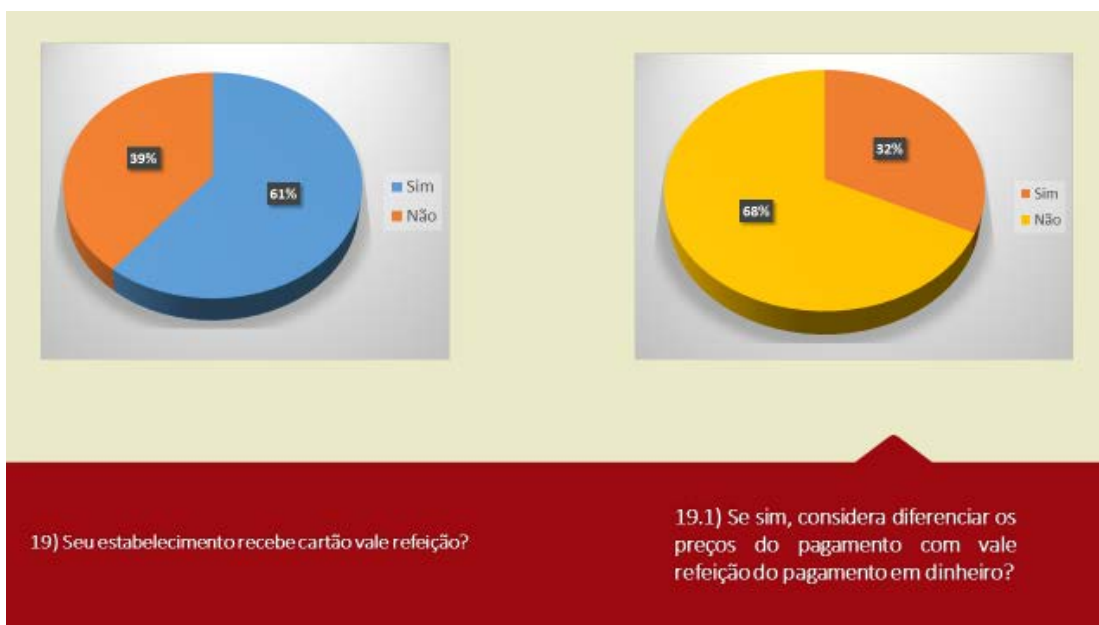
18) Em 26 de junho de 2017 foi aprovada a Lei federal 13.455 que permitiu a diferenciação de preços de bens e serviços oferecidos ao público em função do meio de pagamento utilizado. Os estabelecimentos podem cobrar preços diferenciados para quem paga com dinheiro, cheque, cartão e vale refeição. Diante deste fato novo a sua empresa considera:

18.1) Para os casos de diferenciação de preços, informe o percentual:

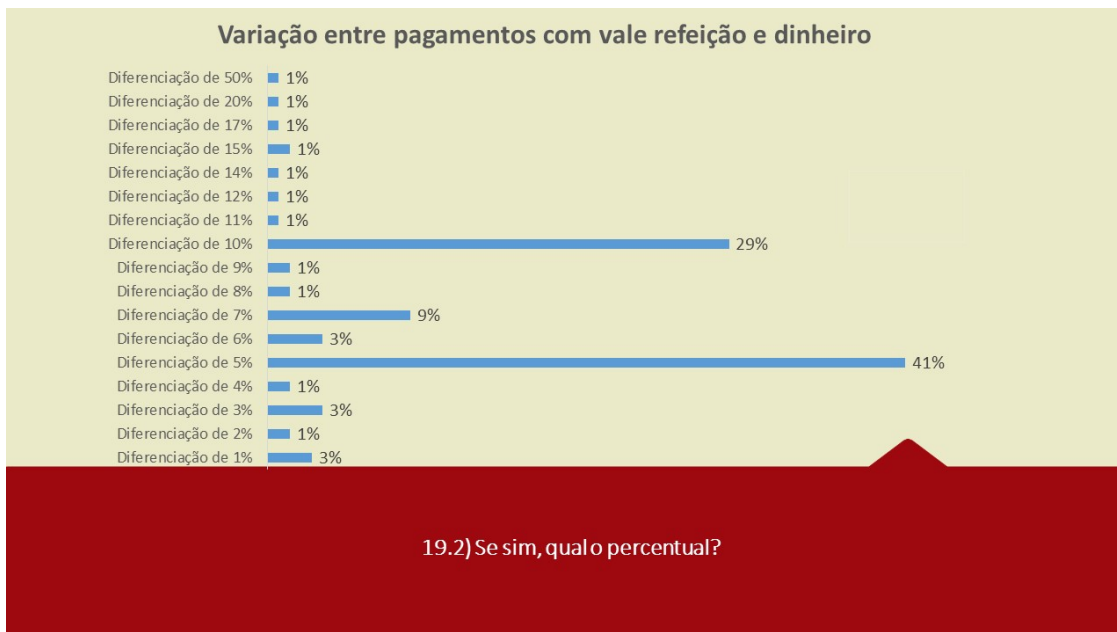
A maior parte das empresas que pensa em não diferenciar os preços, apontou motivos ligados ao consumidor, afirmando que não é uma demanda ou que temem que gere desgaste com seus clientes. Outra parcela relevante (18%) alega dificuldades para operacionalizar e controlar esta diferenciação, evidenciando uma necessidade de adaptação de processos e sistemas operacionais.



Para uma abordagem mais completa das possibilidades de diferenciação de preços em função do meio de pagamento a pesquisa verificou se as empresas recebiam vale refeição. A maior parte delas (61%) afirmou que sim e, destas, apenas 32% consideram diferenciar. Os dados nos mostram que apesar da grande utilização dos vale refeição, a maioria das empresas prefere não diferenciar os preços em função das justificativas apresentadas no gráfico anterior.

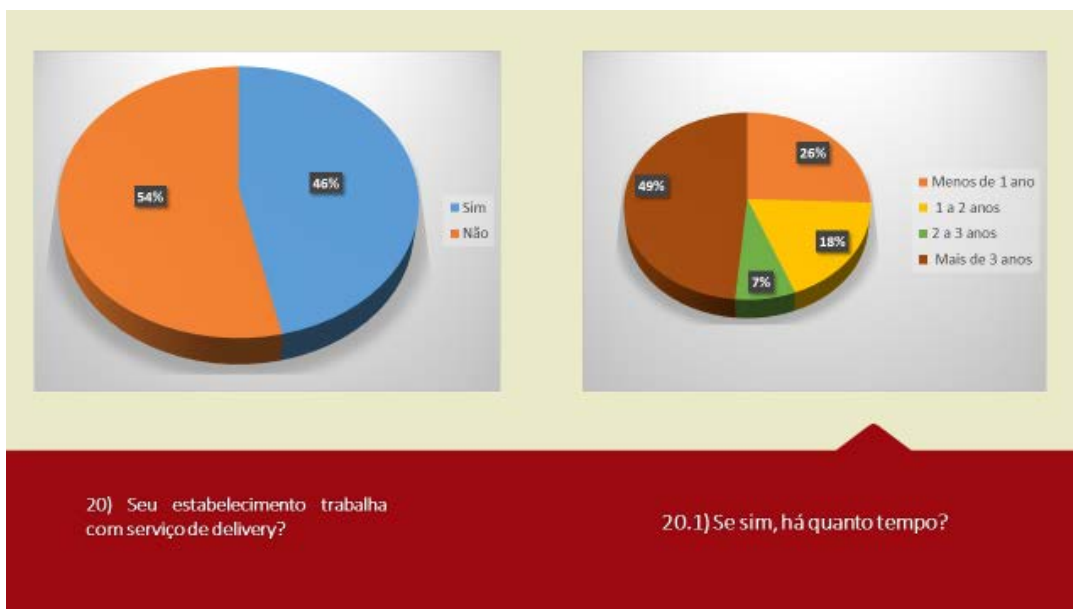


Quando questionado o percentual de diferenciação que as empresas desejam praticar, verificou-se um interesse principalmente em percentuais próximos das taxas médias de administração: 41% dos respondentes sinalizaram intenção de conceder 5% de desconto, enquanto 29% pretendem conceder 10%, demonstrando um interesse das empresas em desestimular o uso deste meio de pagamento.

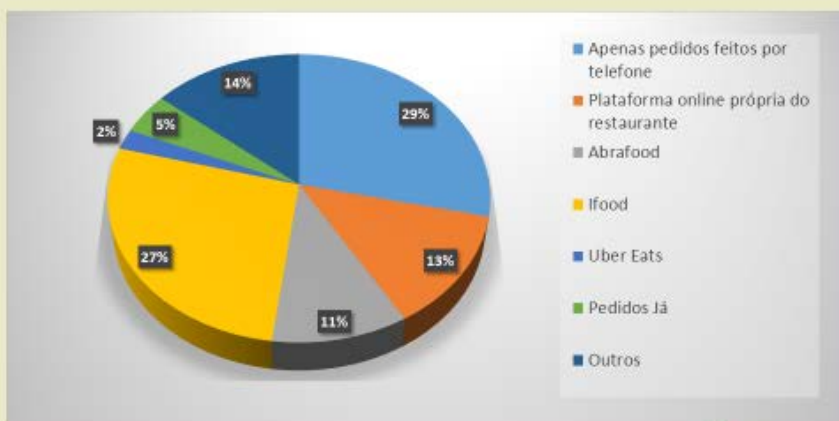


Delivery

Pela primeira vez, a pesquisa abordou o delivery. Uma parcela grande (46%) dos pesquisados já oferece o serviço como estratégia de aumento das vendas. Dentre os que já trabalham com as entregas, 49% o fazem há mais de três anos, mas se destaca o número de empresas que adotaram o delivery há menos de dois anos (44%), demonstrando um crescimento vertiginoso do interesse do empresariado em diversificar seus canais de comercialização. E soma-se a isso a disponibilidade de novas ferramentas abordadas no gráfico seguinte.



Apenas 29% dos pesquisados ainda trabalha com entregas de pedidos feitos exclusivamente por meio do telefone, enquanto observa-se o aumento célere do uso das ferramentas digitais. Mais da metade da amostra (58%) utiliza as plataformas coletivas e 13% possuem ferramenta de e-commerce própria.



20.2) Se sim, com qual ferramenta operacional de delivery?