



Um mercado de oportunidades

O aumento nos últimos anos do poder aquisitivo dos brasileiros e a crescente expectativa de vida são fatores que contribuem para a elevação dos gastos pessoais. Entre esses aumentos dos gastos, está o crescimento das refeições fora de casa. Segundo dados publicados na [Folha de São Paulo](#) nos últimos 10 anos as refeições fora de casa cresceram 140% no Brasil.



Em 2013
o setor de alimentos e bebidas cresceu
7% em relação a 2012.

FONTE: ABRASEL, 2013.

Para Paulo Solmucci, presidente da Abrasel, os resultados de 2014 não serão diferentes. O segmento, motivado pela Copa do Mundo da FIFA 2014, somado ao aumento de turistas e a expectativa de melhora econômica, tornam o megaevento em um cenário otimista para os restaurantes em 2014.

Segundo pesquisa da [Serviço de Proteção ao Crédito \(SPC\)](#), realizada durante a Copa das Confederações da FIFA 2013, 40% dos entrevistados, quando questionados sobre em que pretendiam concentrar seus gastos, responderam em bares, restaurantes e lanchonetes.

Concentração dos gastos

OS GASTOS ABAIXO INCLUEM ALIMENTAÇÃO - EM %

Bares/rest./lanch.	40	
Shopping center	21	
Lojas de rua/bairro	12	
Supermercados	6	
Shopping popular	4	
Galeria comercial	4	
Lojas de departamento	4	
Outros	9	
Não sabe	34	

FONTE: SPC BRASIL, 2013

A partir da observação de todos os dados apresentados, conclui-se que há um momento positivo para o nicho de restaurantes. Esta resposta técnica apresentará algumas dicas para que o pequeno negócio do ramo de restaurantes consiga aproveitar da melhor maneira esse momento de crescimento para ampliar suas vendas e aumentar seu faturamento durante o Mundial de futebol.

Também será abordada a importância do bom atendimento e apresentados exemplos de pratos típicos das cidades-sede que terão aumento de procura no período do megaevento e de restaurantes que são sucesso como empreendimento.

Importância do bom atendimento

Segundo pesquisa da [Serviço de Proteção ao Crédito \(SPC\)](#), realizada durante a Copa das Confederações da FIFA 2013, para avaliação dos serviços prestados no evento, 56% dos bares e restaurantes foram avaliados como bom ou ótimo.

Avaliação dos serviços prestados - em%



Atendimento ao turista

Bom/ótimo	43	<div style="width: 43%;"></div>
Regular	37	<div style="width: 37%;"></div>
Péssimo/ruim	19	<div style="width: 19%;"></div>
Não sabe	1	<div style="width: 1%;"></div>



Bares e restaurantes

Bom/ótimo	56	<div style="width: 56%;"></div>
Regular	29	<div style="width: 29%;"></div>
Péssimo/ruim	14	<div style="width: 14%;"></div>
Não sabe	1	<div style="width: 1%;"></div>



Turismo/cultura/eventos

Bom/ótimo	52	<div style="width: 52%;"></div>
Regular	31	<div style="width: 31%;"></div>
Péssimo/ruim	16	<div style="width: 16%;"></div>
Não sabe	1	<div style="width: 1%;"></div>



Hospedagem

Bom/ótimo	58	<div style="width: 58%;"></div>
Regular	33	<div style="width: 33%;"></div>
Péssimo/ruim	8	<div style="width: 8%;"></div>
Não sabe	1	<div style="width: 1%;"></div>

FONTE: SPC BRASIL, 2013.

Percebe-se então a importância em ter um estabelecimento preparado para o momento do Mundial.

Analisando outros dados coletados na mesma pesquisa, conseguimos ver a importância dada ao fator atendimento pelos visitantes. Esta percepção dos turistas pode ser decisiva no momento do empreendedor de pequeno negócio decidir onde investir para melhorar os serviços para o Mundial.

Preferência dos turistas no atendimento - em%

Agilidade	40	<div style="width: 40%;"></div>
Qualidade	25	<div style="width: 25%;"></div>
Cortesia	23	<div style="width: 23%;"></div>
Atendimento bilíngue	5	<div style="width: 5%;"></div>
Variedade de produtos e serviços	4	<div style="width: 4%;"></div>
Formas de pagamento	2	<div style="width: 2%;"></div>
Outros	1	<div style="width: 1%;"></div>

FONTE: SPC BRASIL, 2013.

Por mais que já tenha sido identificado que a maior parte dos turistas nas cidades-sede serão os brasileiros, a presença dos estrangeiros também trará um aumento significativo na demanda por restaurantes nas cidades-sede. Uma análise feita nas 3 cidades que mais receberão estrangeiros mostra que essas cidades em especial devem preparar-se para receberem os respectivos estrangeiros, possuindo também em seu cardápio opções que agradem ao paladar do visitante e preparação para o bom atendimento com cardápios na língua de tais visitantes e se possível atendimento de garçons bi ou trilingues.



Acesse a publicação do [Sebrae 2014](#) e confira 6 cartilhas que poderão ajudar sua empresa a atrair a clientela e vender mais durante o Mundial.

RIO DE JANEIRO



Jogarão na cidade

Argentina, Bósnia, Espanha, Chile, Bélgica, Rússia, Equador e França.



Estarão hospedados na cidade

Holanda e Inglaterra.

De acordo com relatório da FIFA, divulgado pelo site [Copa do Mundo da IG](#), o Rio de Janeiro foi o destino mais procurado por estrangeiros na compra de ingressos para a primeira fase dos jogos, com 94.500 bilhetes vendidos para os jogos da cidade.

Os franceses e ingleses somam 33.885 ingressos vendidos (13% do total para estrangeiros: respectivamente 11.628 e 22.257) para os jogos da Copa do Mundo da FIFA 2014. Considerando que França jogará no Rio de Janeiro e a Inglaterra se hospedará no Rio de Janeiro, e não descartando as grandes chances de essas seleções se classificarem para as fases finais do Mundial, a cidade certamente receberá muitos turistas desses países.

BRASÍLIA



Jogarão na cidade

Suíça, Equador, Colômbia, Costa do Marfim, Camarões, Brasil, Portugal e Gana.



Nenhuma seleção se hospedará na cidade

De acordo com o site [Copa do Mundo da IG](#), Brasília [foi a segunda cidade mais procurada](#) por estrangeiros na venda de ingressos para a primeira fase da Copa do Mundo FIFA 2014, totalizando 48.540 bilhetes vendidos para os jogos da cidade.

Suíça e Colômbia são as seleções que jogam na cidade e que estão entre os países com maior procura de ingressos para a primeira fase da competição, totalizando 19.408 bilhetes vendidos.

SÃO PAULO



Jogarão na cidade

Brasil, Croácia, Uruguai, Inglaterra, Holanda, Chile, Coreia do Sul e Bélgica.



Estarão hospedados na cidade

EUA e Irã.

De acordo com o site [Copa do Mundo da IG](#), São Paulo [teve a terceira maior procura](#) por ingressos entre os estrangeiros, com uma venda de 46.916 bilhetes vendidos para os jogos na cidade.



/ Pratos que poderão sofrer aumento considerável no consumo no período do Mundial

Segundo site da [FIFA](#), na última fase do Mundial, 63,4% dos ingressos foram vendidos para brasileiros, e como já é de costume, ao viajarem para diferentes regiões, os brasileiros buscam experimentar os pratos típicos. A seguir, uma síntese de cada cidade-sede, seus pratos e ingredientes típicos e curiosidades gastronômicas de cada região.

Pratos, ingredientes típicos e curiosidades de cada cidade-sede

BELO HORIZONTE



Pratos e ingredientes típicos

Feijão tropeiro, frango ao molho pardo, feijoada, pão de queijo e o doce de leite.



Curiosidades

Um dos pratos mais famosos é a ave guisada (ensopada) feita com molho à base do próprio sangue do animal. Também o frango com quiabo. A produção de cervejas artesanais por pequenos negócios estão ganhando destaque no mercado da região, assim como os queijos Canastra e do Serro.

BRASÍLIA



Pratos e ingredientes típicos

Peixes, feijoada, carnes e pizzas.



Curiosidades

Pelo fato de ser uma cidade planejada acaba misturando várias culturas.

CUIABÁ



Pratos e ingredientes típicos

Peixes de água doce pintado, o pacu, o piraputanga, amatrinxã e a carne de jacaré.



Curiosidades

Pratos de destaque são a Maria Isabel, combinação de carne seca com arroz e farofa de banana e a imperdível paçoca de pilão de origem nordestina, mas que ganhou *status* local. Destaques também para o bolo de arroz, o furrundú (doce de mamão), a rapadura e os escaldados

CURITIBA



Pratos e ingredientes típicos

Gastronomias alemã, italiana, francesa, ucraniana, polonesa e japonesa. Os pratos típicos são: o barreado (carne bovina) e o pinhão (a semente surge da espécie de Araucária).



Curiosidades

Cidade para todos os gostos e oferece bons restaurantes italianos, excelentes churrascarias e pratos típicos de colonizadores poloneses (pierogui).

FORTALEZA



Pratos e ingredientes típicos

Camarão, lagosta e caranguejos frescos.



Curiosidades

Peixes e frutos do mar são especialidades. O baião de dois com manteiga de garrafa (feijão, carne seca cozida, linguiça calabresa, coentro) e o queijo de coalho são bastante difundidos na região.



MANAUS



Pratos e ingredientes típicos

Peixes encontrados apenas na região e frutos da floresta.



Curiosidades

Peixes de água doce temperados com plantas e caldos de ingredientes extraídos da floresta amazônica.

RECIFE



Pratos e ingredientes típicos

Cultura regada de frutos do mar.



Curiosidades

As receitas e ingredientes vêm do mar, do além-mar e do sertão.

RIO DE JANEIRO



Pratos e ingredientes típicos

Feijoada, moqueca e carnes, especialmente a picanha.



Curiosidades

Restaurantes japoneses e italianos são numerosos, ao passo que a paixão dos cariocas por pizza se reverte em curiosos formatos e sabores. Ao mesmo tempo, os restaurantes por quilo são muitos e utilizados para refeições rápidas.

SALVADOR



Pratos e ingredientes típicos

Moquecas de peixe e camarão, caldos de feijão e sururu, pastéis recheadíssimos com camarão, polvo e caranguejo.



Curiosidades

Frutos do mar fresquíssimos preparados à moda africana são o carro-chefe da gastronomia baiana.

NATAL



Pratos e ingredientes típicos

Receitas preparadas à base de camarões, carne de sol e carne de bode e tapioca.



Curiosidades

Restaurantes, bistrôs e cafés também estão no roteiro e oferecem o que há de melhor na mais alta culinária francesa, italiana e oriental.

PORTO ALEGRE



Pratos e ingredientes típicos

Churrasco



Curiosidades

Os moradores possuem o hábito de sentar em cafeterias, que conta com cada vez mais opções, muitas pelas descoladas e charmosas. A capital gaúcha tem ainda boas casas tradicionais alemãs e italianas, culinárias populares no sul do país.

SÃO PAULO



Pratos e ingredientes típicos

Churrascarias de alto nível, muitas em sistema de rodízio e pizzarias.



Curiosidades

Mais eclética culinária do continente. Sem um prato típico regional acaba concentrando culturas de vários países (desde culinária oriental até nordestina).

FONTE: TABELA FORMADA PELA FONTE PRINCIPAL SITE DA IG E INFORMAÇÕES DE DIVERSAS FONTES E DO AUTOR.



Empreendedor, procure ao menos incluir um desses pratos ou ingredientes típicos da sua região no cardápio. Assim garantirá que o turista que busca experimentar a cultura da região seja atendido pela sua oferta de produtos. Além disso, procure também descrever os ingredientes do prato típico no cardápio para ter a certeza que o turista que vai consumi-lo possa identificar caso haja algum ingrediente do qual seja alérgico ou não goste.

Exemplos de restaurantes que diversificam nesse segmento

Em todas as cidades do país podemos encontrar exemplos de restaurantes que levam em sua marca a característica por oferecer o prato típico da região e também o bom atendimento.

BELO HORIZONTE



O **Restaurant Xapuri**, de gastronomia típica mineira que traz todos os ingredientes e modo de preparo da região. Por fim, quem saborear poderá também conferir uma enorme variedade de compotas e doces mineiros feitos no capricho. O atendimento é feito com muita atenção, e é marca registrada da proprietária Dona Nelsa.

CUIABÁ



Com a cultura pantaneira da região não é de se impressionar em saber que os pratos típicos em Cuiabá são a base de peixes de água doce como pacu, pintado, além do tradicional arroz com pequi (fruto vindo da árvore de mesmo nome de onde é extraído um óleo para o tempero, além de ser consumido cozido ou puro). Um dos restaurantes com maior fama é o **Regionalíssimo**, pois fica na construção do antigo mercado público de Cuiabá, hoje dentro do Museu do Rio e ao lado do Aquário Municipal.

BRASÍLIA



Na capital do país os pratos típicos não são propriamente criação de seu povo, mas sim preferências por gostos específicos. Na cidade, consome-se muito lanches, pizzas, salgados, pastéis. Em restaurantes é possível encontrar churrasarias, massas, culinária oriental. Gastronomia internacional de uma forma geral. Um dos restaurantes que concentra as preferências dos brasilienses é o **Bangalô Galeteria**, pois oferece um cardápio de carne e frango além de petiscos e salgados. Muito interessante também é a preocupação em preparar um espaço para diversão das crianças e tranquilidade de seus pais. Buscando assim um atendimento diferenciado.

MARIA ISABEL E FAROFA DE BANANA. FONTE: SOBRE VINHOS E AFINS. DISPONÍVEL EM: [HTTP://BIT.LY/1ITPCKD](http://bit.ly/1ITPCKD). ACESSO EM: 28/04/2014.



Oportunidades nos negócios relacionados à Copa do Mundo da FIFA 2014 no Brasil para esse nicho gastronômico

Entender e identificar oportunidades de negócios são os primeiros passos para saber tomar as ações necessárias e aproveitar o potencial de clientes que os restaurantes terão à sua disposição. Os empreendedores devem atentar às dicas a seguir:



Apresentar opções de pratos para atender ao gosto dos visitantes, de forma que o cliente possa solicitar um prato que ele já saiba que vai agradar ao seu paladar.



Seja qual for o tipo de restaurante (lanchonete, restaurantes simples ou refinados) é imprescindível dar opções de pratos típicos para que o cliente possa vivenciar a experiência e ter acesso à cultura da região.



Oferecer cardápios em mais de uma língua, se possível na língua do visitante estrangeiro também é um diferencial.



Em destinos turísticos, vários restaurantes oferecem serviços de transporte para seus clientes. Basta entrar em contato com o estabelecimento pelo telefone e dizer em qual hotel se encontra e o restaurante vai buscar o cliente. No fim de sua refeição o restaurante também faz o transporte do cliente ao hotel ou outro local de escolha.



As parcerias para o sucesso também são essenciais. Oferecer os serviços do restaurante em hotéis, junto a agências de receptivo e passeios.



Para mais informações e dicas no nicho de restaurantes é interessante que o pequeno negócio se mantenha constantemente na busca de novas informações, uma boa dica é acessar os portais <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/brasilecopa/cultura/gastronomia> e <http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/index.action#>.



Sua opinião faz a diferença!

Por isso o Projeto de Inteligência Competitiva do Programa Sebrae 2014 quer saber mais sobre suas expectativas e satisfação. Responda a breve pesquisa que elaboramos especialmente para você e seu negócio!

PARTICIPAR

SEBRAE

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: Roberto Simões
Diretor-Presidente: Luiz Barretto | Diretor-Técnico: Carlos Alberto dos Santos
Diretor de Administração e Finanças: José Claudio dos Santos | Fotos: banco de imagens

UAMSF – Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros
UACS – Unidade de Atendimento Coletivo - Serviços
Conteúdo: Henrique D. Camargo Rolim e Maiana M. Rolim

WWW.SEBRAE2014.COM.BR

FACEBOOK.COM/SEBRAE2014

TWITTER.COM/SEBRAE_2014

