



CREST

Brazil Study

3Q16

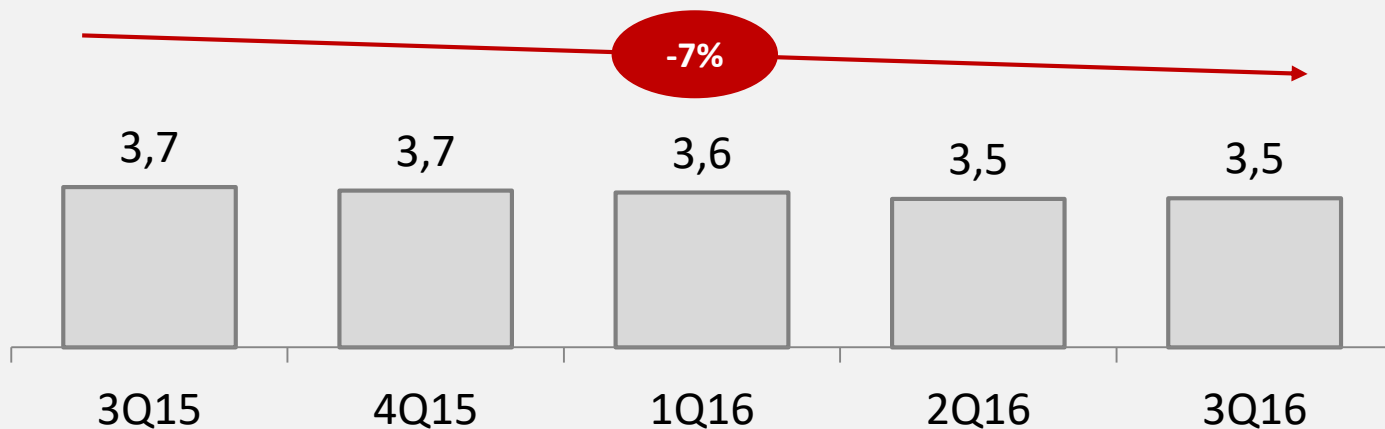
IFB

Tráfego tem queda de 7% em relação ao mesmo tri de 2015 – gasto cresce devido ao aumento no Ticket Médio

YE SET/16

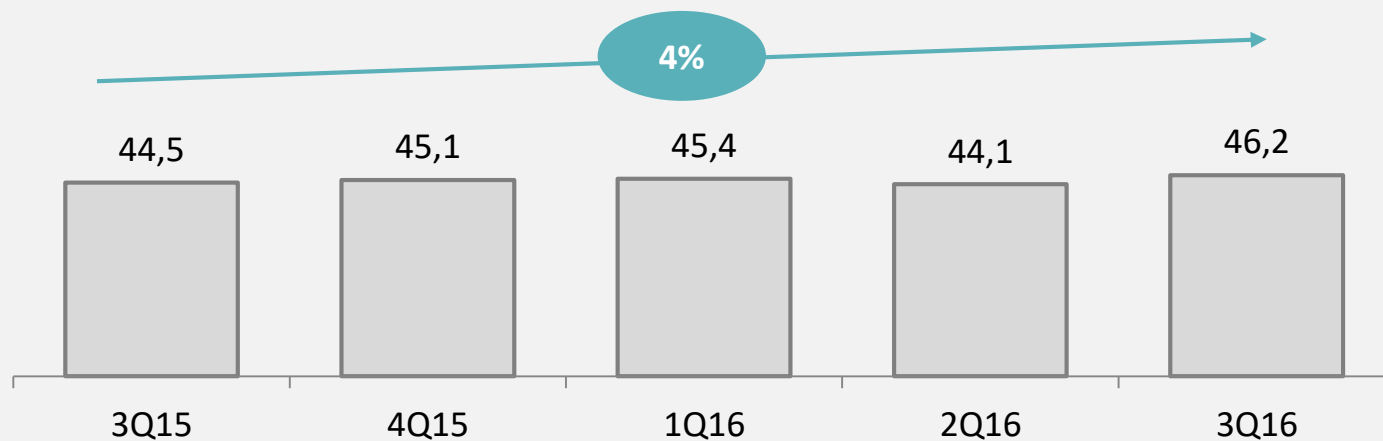
TRÁFEGO

Bilhões
3Q15 a 3Q16



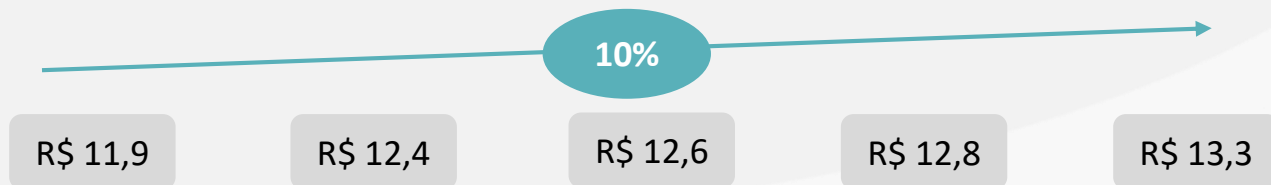
GASTO

Bilhões
3Q15 a 3Q16



TICKET

3Q15 a 3Q16

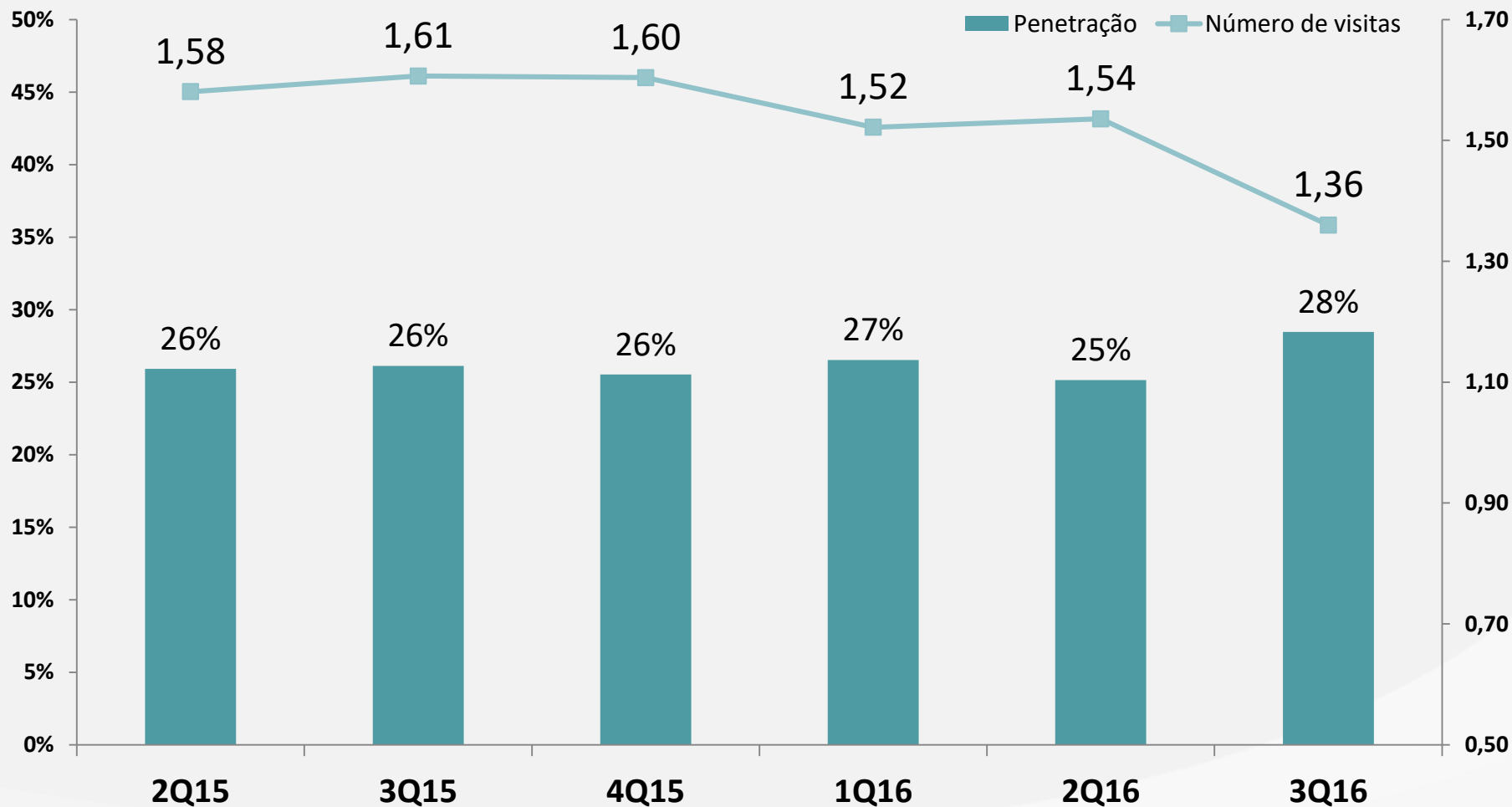


EXCLUÍDOS ESTABELECIMENTOS NÃO COMERCIAIS

Queda no tráfego está vinculada ao decréscimo no número de dayparts/ pessoa

PENETRAÇÃO DE CONSUMIDORES DO FOODSERVICE NO BRASIL

YE SET/16



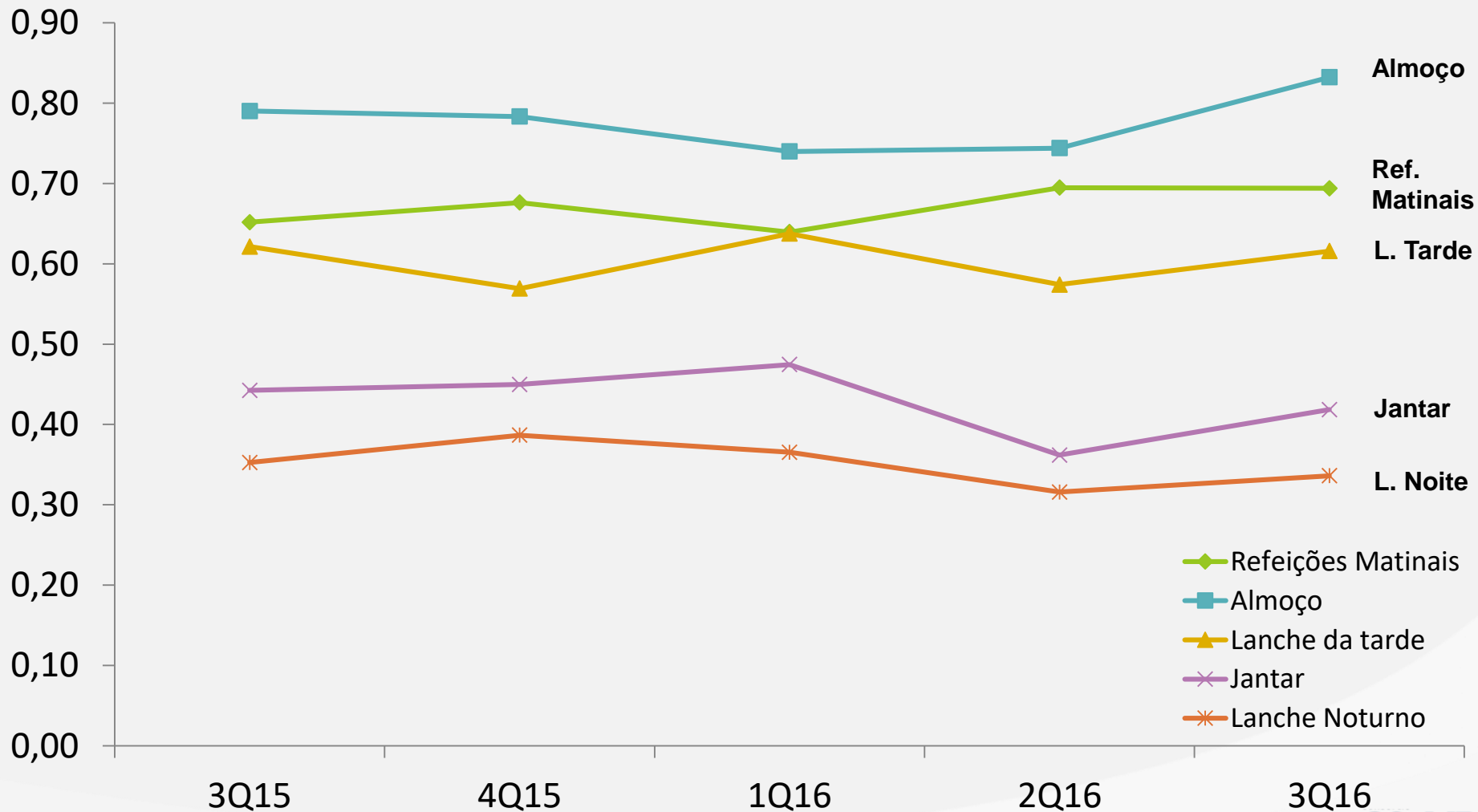
Source: The NPD Group / CREST

EXCLUÍDOS ESTABELECIMENTOS NÃO COMERCIAIS

Em relação a 2015; são os dayparts diurnos que têm aumento no tráfego

VOLUME DE TRANSAÇÕES POR DAYPART (em bilhões)

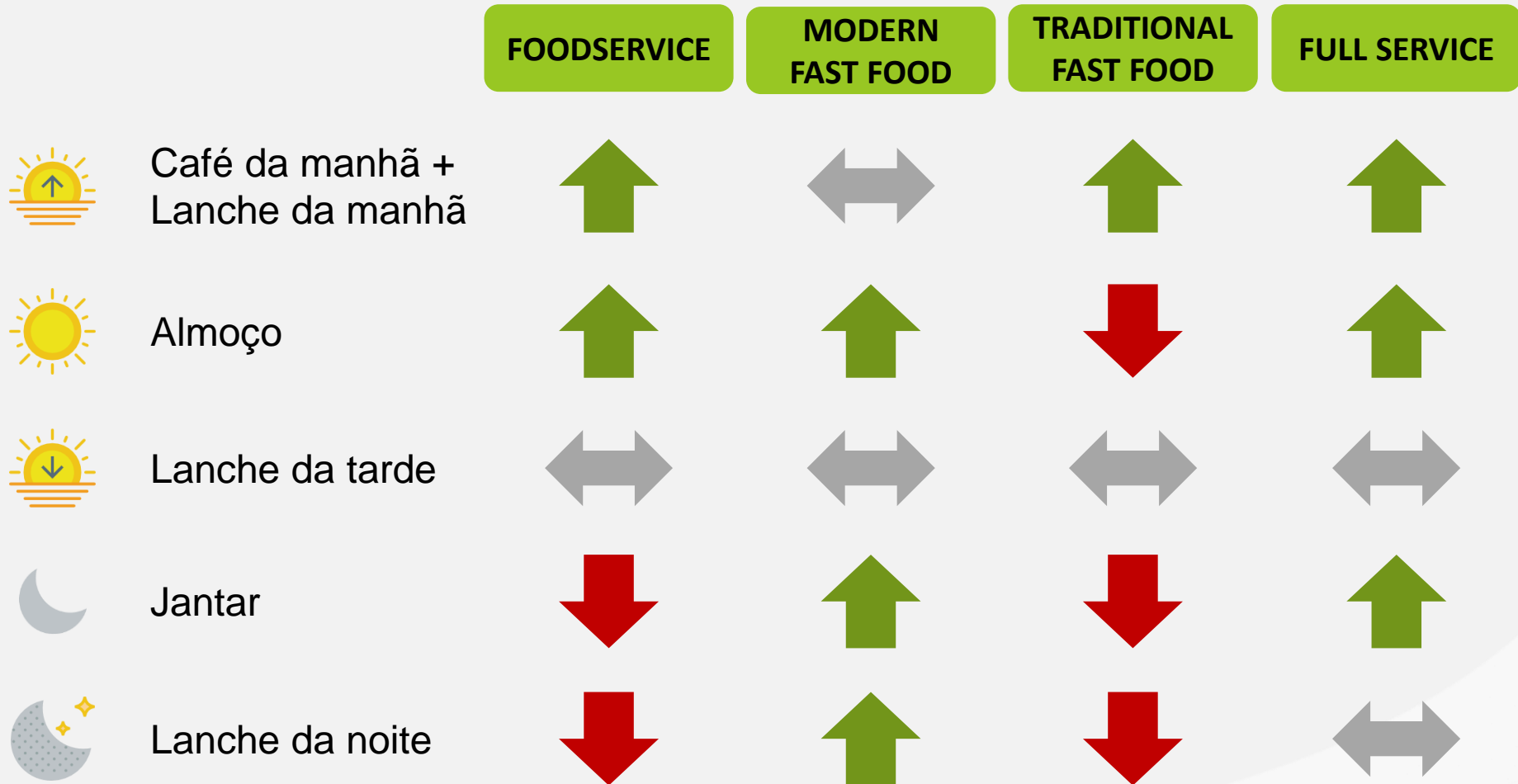
YE SET/16



Queda no tráfego dos dayparts noturnos é devido a movimento no Fast Food Tradicional

SEGMENTOS FOODSERVICE POR DAYPART – VOLUME DE TRÁFEGO

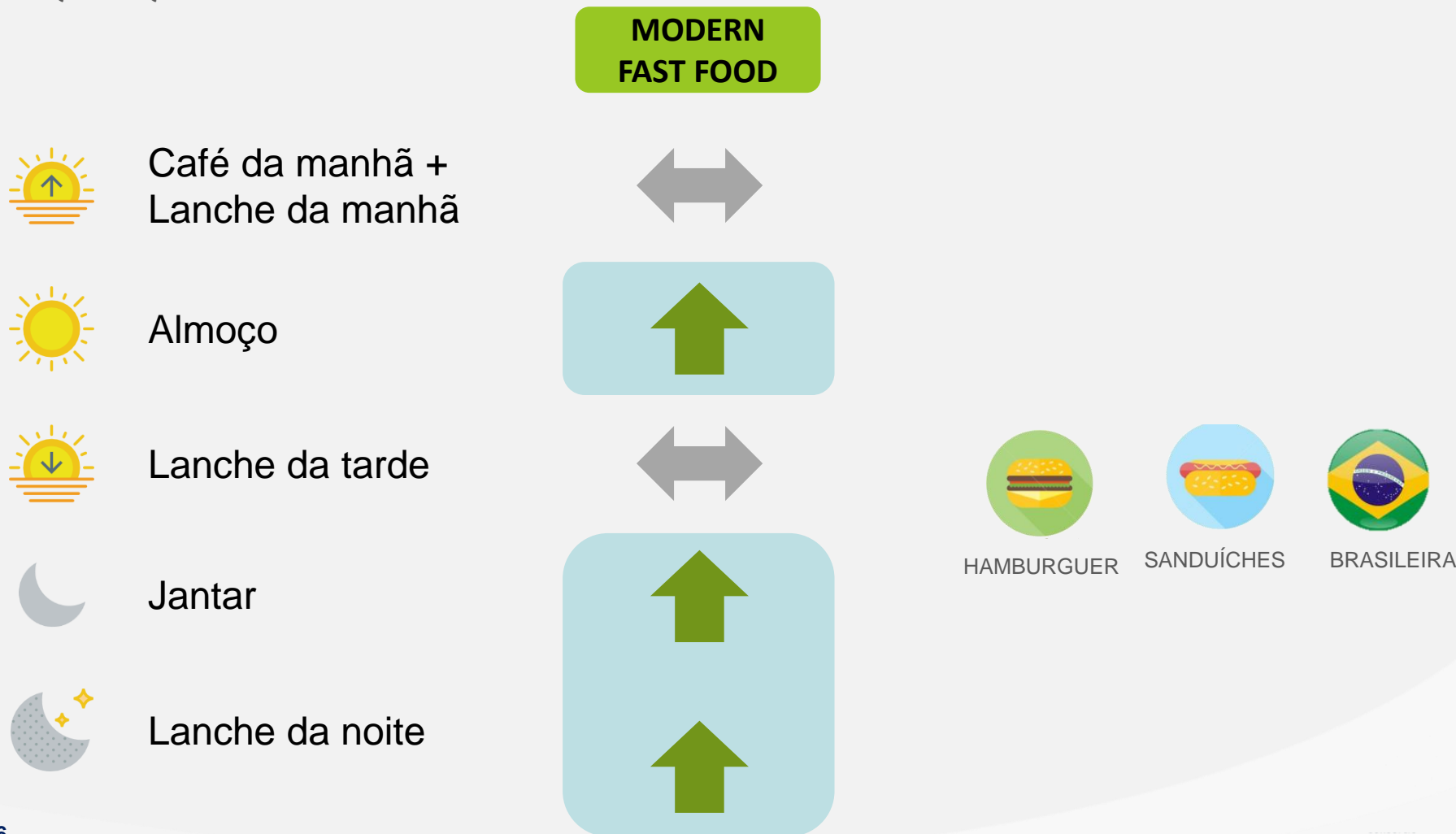
3Q16 x 3Q15



Hambúrgueres e Comida Brasileira elevam o volume de tráfego nas refeições principais – além de sanduíches, nas refeições noturnas

SEGMENTOS FOODSERVICE POR DAYPART – VOLUME DE TRÁFEGO

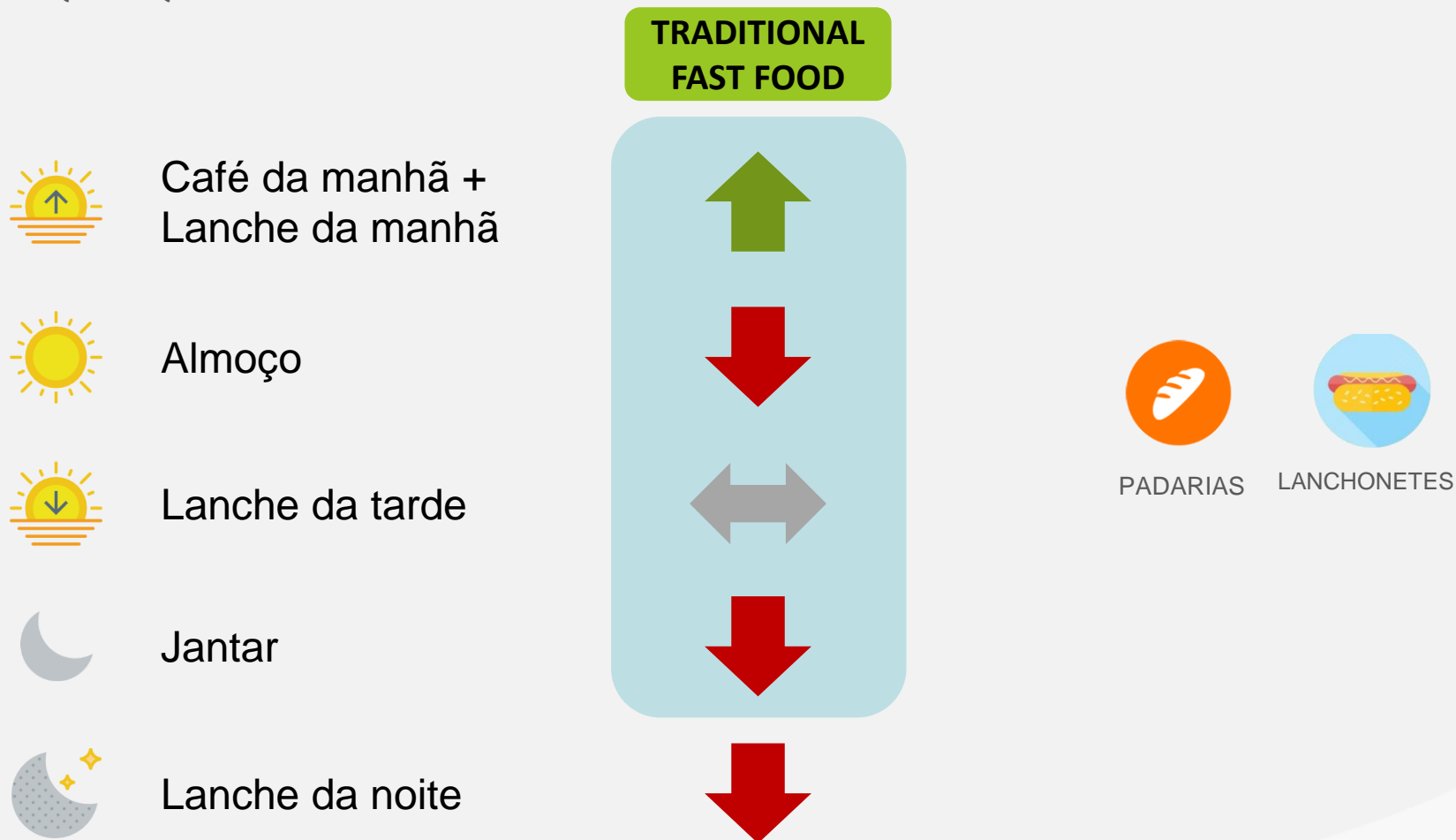
3Q16 x 3Q15



Padarias e lanchonetes são os responsáveis pelo fortalecimento do FF Tradicional enquanto canal para lanches e snacks

SEGMENTOS FOODSERVICE POR DAYPART – VOLUME DE TRÁFEGO

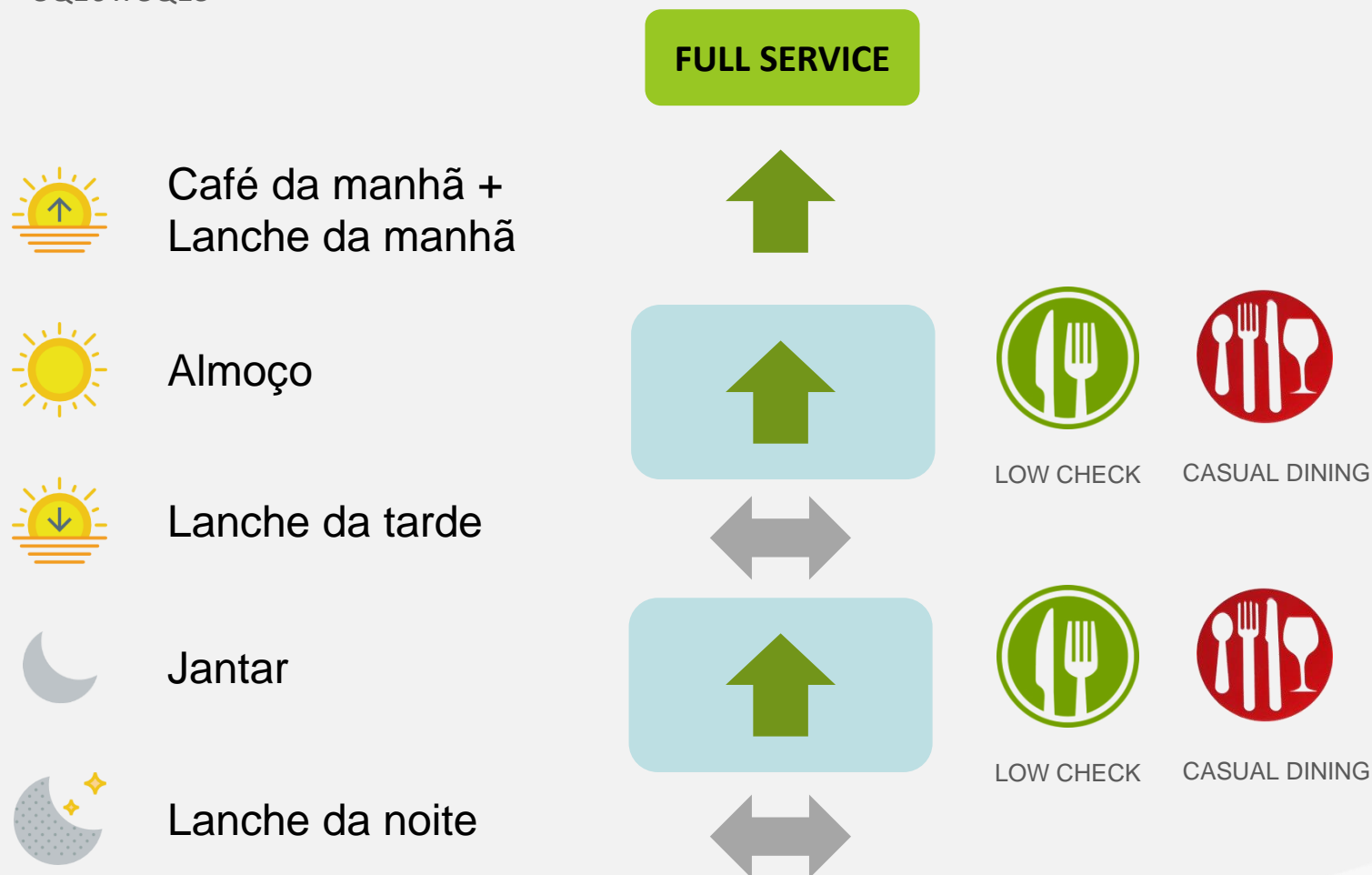
3Q16 x 3Q15



Low Check, Casual Dining e Hotéis fortalecem o segmento do Full Service nas refeições principais

SEGMENTOS FOODSERVICE POR DAYPART – VOLUME DE TRÁFEGO

3Q16 x 3Q15

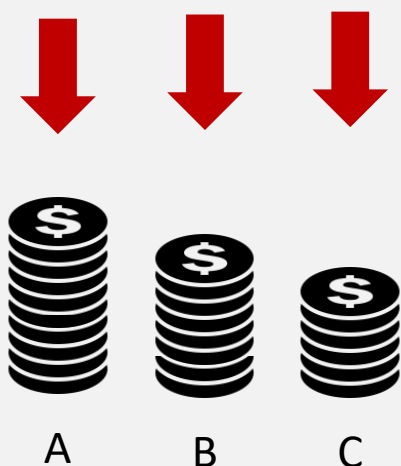


Há queda do tráfego em todas as classes sociais e em praticamente todas as faixas etárias

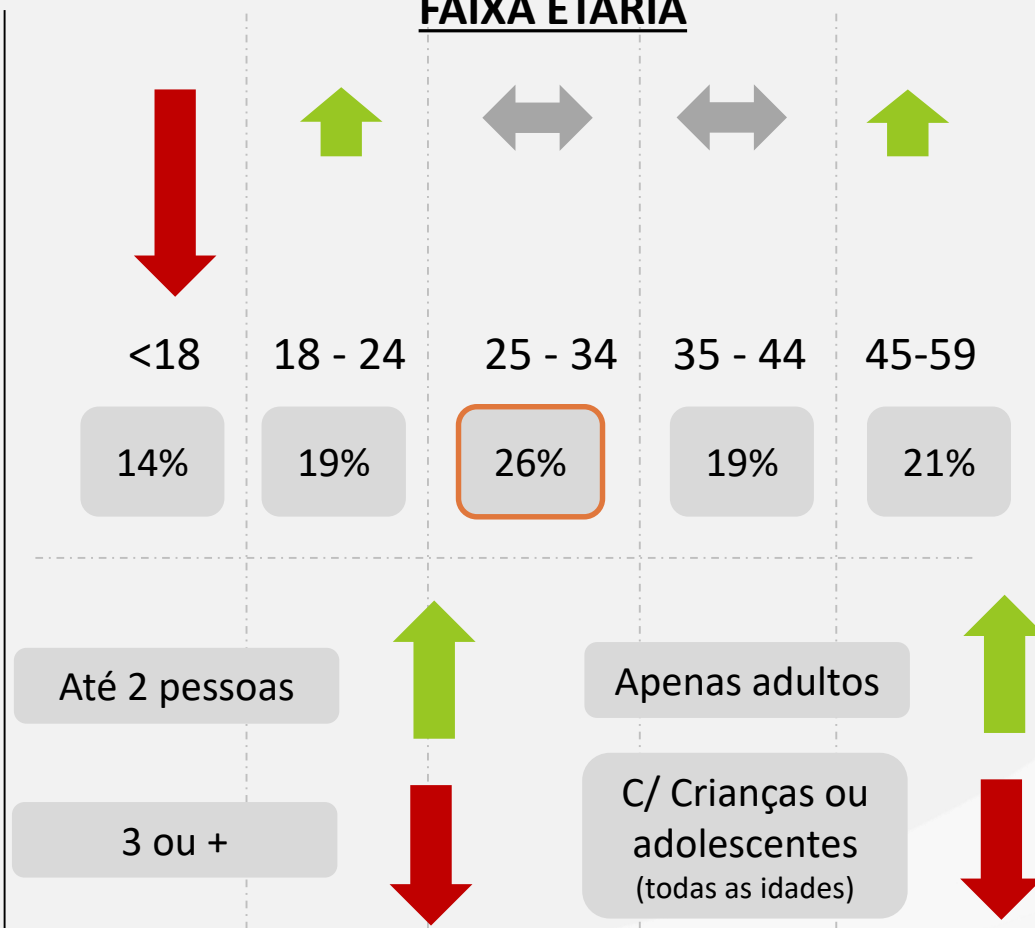
DEMOGRÁFICOS – VOLUME DE TRÁFEGO

3Q16 x 3Q15

CLASSE SOCIAL



FAIXA ETÁRIA



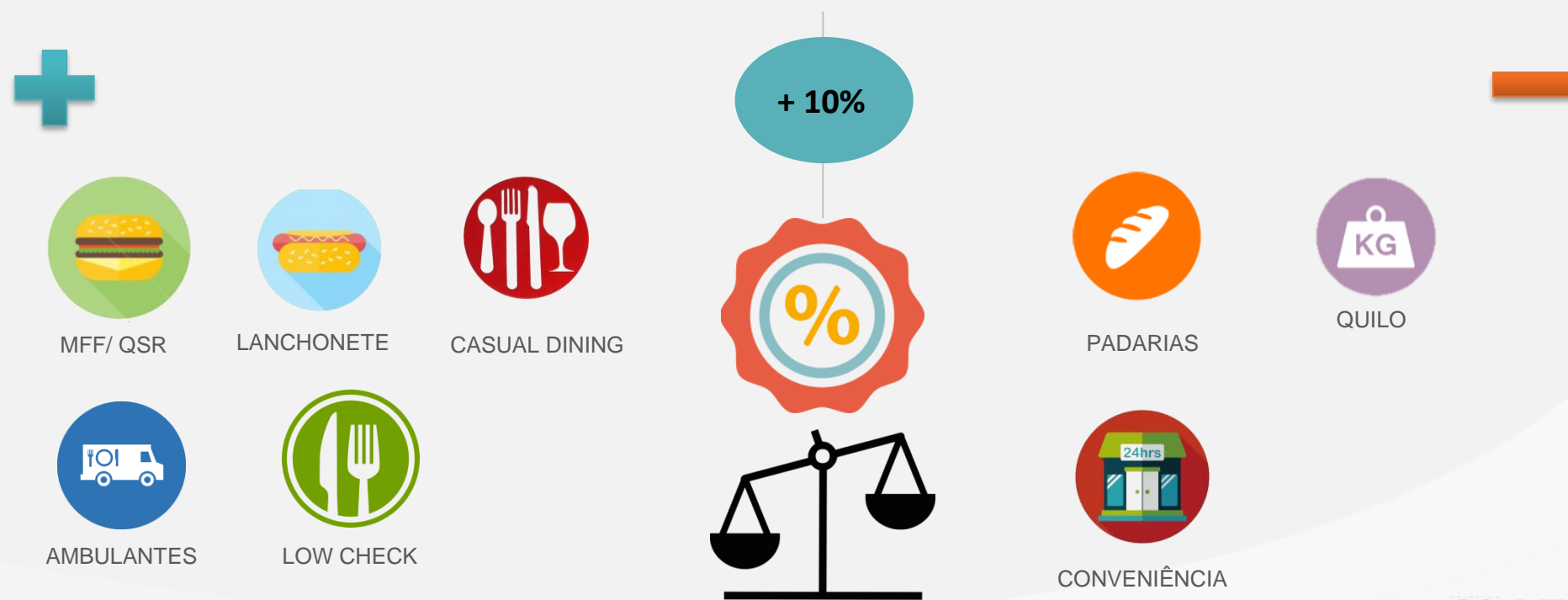
Houve aumento de 10% nas transações c/ promoções declaradas em relação ao mesmo período de 2015

PROMOÇÕES - SEGMENTOS DO FOODSERVICE – PROPORÇÃO DE TRÁFEGO

3Q16 x 3Q15

Promoções declaradas pelo consumidor

Os segmentos que mais se beneficiaram dessas transações são em geral os que tiveram maior aumento de tráfego:



CREST Brazil Study

Questions and more information:

Eduardo Yamashita
Diretor Inteligência de Mercado
GS&MD – Gouvêa de Souza
T: +55 (11) 3405-6610
Eduardo.yamashita@gsmd.com.br

Volia Simoes
Gerente Inteligência de Mercado
GS&MD – Gouvêa de Souza
T: +55 (11) 3405-6610
Volia.simoese@gsmd.com.br