

quando o
MUNDO
virou de cabeça para
BAIXO



O primeiro extra do dia.

Transformando o café da
manhã em um bom negócio.

Os clientes adoram café da manhã.

A demanda pela refeição mais importante do dia aumentou continuamente nos últimos anos. Ainda assim, sempre há espaço para crescimento, sobretudo para os consumidores que deixam de tomar o café da manhã pelo menos uma vez por semana.¹

32 % dos
millennials desejam
mais opções
vegetarianas ou
veganas para o café
da manhã.



“Quase tudo o que comemos é transformado em glicose no nosso corpo. Ela alimenta o nosso cérebro com a energia necessária para que fique vigilante. Quando a glicose cai, a atenção diminui e começamos a divagar. Por isso é tão difícil se concentrar de estômago vazio.”

Psicólogo Ron Friedman, Ph.D.,
Harvard Business Review

Se os estabelecimentos gastronômicos passarem a oferecer alternativas de café da manhã criativas, frescas e saudáveis, ao invés das opções conhecidas, podem fazer um bom negócio. Sobretudo no mercado de autoatendimento, que continua crescendo.

O uso dos mesmos ingredientes em vários pratos, o marketing direcionado das ofertas e o planejamento inteligente também contribuem para o aumento dos lucros. Mesmo nesse período tão difícil pelo qual a gastronomia está passando.

O café da manhã promete.

O instituto de pesquisas de mercado no setor de alimentos e bebidas “Tastewise” descobriu que o segmento de café da manhã fora de casa está crescendo como nunca. Foi um aumento de 13 % por ano nos EUA. E 92 % dos norte-americanos consideram o café da manhã a refeição mais importante do dia.²

O instituto de pesquisas britânico “NPD Group” revelou que o café da manhã foi o principal propulsor de crescimento da gastronomia em 2019. O café da manhã dos hotéis também desfruta de uma popularidade cada vez maior. Uma tendência que pode beneficiar outras áreas da gastronomia.

As inovações são vetores e despertam a curiosidade das pessoas. Mesmo quando o assunto é o café da manhã fora de casa. Por fim, é mais agradável desfrutar de um abacate com ovos benedict e salmão, ou um copo de smoothie fresco em um estabelecimento diferente que oferece café da manhã do que consumir aquele ovo mexido convencional com um café mediano.

A definição do que é um café da manhã mudou bastante ao longo dos anos. Ele passou a abranger quase tudo: dos tradicionais ovos com bacon até pratos do mundo inteiro, como tacos ou dim sum.

Nos próximos cinco anos, as tendências que já vimos nos últimos cinco deverão se consolidar ainda mais. Hoje, o café da manhã já é consumido além das primeiras horas da manhã por 31 % dos norte-americanos nos EUA.¹ Os horários de trabalho passaram a ser variáveis e flexíveis, o que fez com que o consumo do café da manhã fosse deslocado da primeira hora da manhã.

Ao mesmo tempo, a tendência por alimentos mais saudáveis e sustentáveis se fortaleceu. Segundo uma pesquisa feita pela Technomic em 2020 a respeito das tendências no café da manhã, 32 % dos millennials gostariam que a gastronomia oferecesse mais pratos vegetarianos ou veganos. Adicionam-se ainda os desejos por uma mesa de café da manhã com mais produtos sem glúten nem açúcar, bem como alimentos in natura ou com baixo teor de gordura. Quem seguir essas tendências tem a chance de se destacar da concorrência.

Em comparação com 2017, hoje apenas 52 % dos clientes vinculam o café da manhã com um horário específico. Antes esse número era de 56 %.¹

60 % dos clientes deixam de tomar café da manhã pelo menos uma vez por semana (segunda a sexta-feira).¹

Café da manhã para viagem como uma alternativa.



“A forma como você prepara um omelete revela seu verdadeiro caráter.”

Anthony Bourdain

Mesmo os componentes padrão de um café da manhã, como cafés e sucos, podem ser facilmente valorizados. Quase a metade (49%) dos pedidos dos clientes mais jovens são de cafés especiais. Eles não se importam em pagar mais, desde que sejam produtos preparados manualmente, sustentáveis ou orgânicos.³

É justamente por isso que várias máquinas de café de alta qualidade já conseguem preparar sem esforço, com o pressionar de um botão, inúmeras variantes, do latte macchiato ao americano.

A refeição mais importante do dia.

Com uma primeira refeição perfeita, o dia começa com energia e saúde. Pesquisas revelam que o café da manhã favorece explicitamente a produtividade.

A longo prazo, aqueles que tomam um café da manhã saudável com regularidade têm mais facilidade de controlar o peso, reduzem o risco de doenças cardiovasculares e diminuem o índice de massa corporal. O que pode dar errado?⁴

Apesar disso, pelo menos 60% das pessoas deixam de tomar o café da manhã no mínimo uma vez por semana.¹ Frequentemente isso acontece porque querem economizar tempo por trabalharem longe de casa ou porque o horário das refeições não coincidem com seu expediente flexível.

Mas, na verdade, isso é tudo desculpa. A gastronomia não deve lutar contra esses fatores, mas encará-los como oportunidade. Por exemplo, você pode oferecer aos seus clientes o melhor serviço possível para impedir que fiquem longe.

Antes da pandemia do coronavírus, o setor de café da manhã para viagem já era uma das maiores oportunidades de crescimento. As imposições de higiene e segurança, que dominaram o ano de 2020, quase se tornaram uma normalidade.

Enquanto isso, vários estabelecimentos se abriram para entregas e drive-thru, investindo em tecnologias de pedidos, cliques e coleta. Dessa forma, é possível vincular os clientes ao mesmo tempo em que se reduz o contato entre eles e os funcionários.

Uma pesquisa atual da “Tastewise” (2020) indicou que a preferência por café da manhã para viagem cresceu 154% em comparação ao ano anterior, e as entregas de café da manhã cresceram até 603%.

Vale a pena.

Você deve estar pensando que está tudo ótimo assim. Mas o que fazer quando os clientes querem um café da manhã mais diversificado com ingredientes especiais?

Uma possibilidade é utilizar os mesmos ingredientes em vários pratos. Vamos pegar os ovos como exemplo: todo mundo gosta

92% dos norte-americanos consideram o café da manhã a refeição mais importante do dia.²

O interesse em produtos da “Beyond Meat” cresceu significativamente no café da manhã, com um aumento de 222%.²

Um “extra” na comida também significa um “extra” no preço.



➔ **Saiba mais**
br.getready2021.com

deles, são versáteis e relativamente baratos. Podem ser usados em inúmeros conceitos diferentes de café da manhã, dos bastante tradicionais aos que fascinam os grupos mais jovens.

Os clientes aceitam um preço mais alto para determinados pratos ou ingredientes, como sucos especiais ou saudáveis ou pratos internacionais com ingredientes não convencionais. Segundo a Technomic, 41 % dos consumidores se interessam por conceitos alimentares internacionais, e 16 % aceitariam pagar um pouco mais por ele.

Crescimento de 154 % na preferência por café da manhã para viagem em um ano.²

Vários hotéis oferecem um café da manhã simples incluso no preço da diária. Mas por que não oferecer três ou quatro “especiais” extras com um toque luxuoso, mas que continua dentro do orçamento para os alimentos? Assim você consegue aumentar sua margem e o cardápio fica diversificado.

Um exemplo: ovos benedict com caranguejo em um pão do tipo bagel com molho holandês soa como um prato refinado e não custa os olhos da cara para a gastronomia. Na Alemanha, pode-se calcular os custos dos ingredientes em torno dos 1,82 euro, e o preço de venda pode ser de aproximadamente 10,90 euros. Considerando os custos com os recursos humanos e o treinamento da equipe de serviço para promover as ofertas a mais, seria possível obter um ROI de 40 %.

A tecnologia também pode ajudar. Modernos softwares de gestão de força de trabalho otimizam o planejamento enquanto indicam os mais recentes sistemas de EPOS dos funcionários onde é possível implementar um negócio adicional. Além disso, os aplicativos nos quais os clientes reservam e pedem com antecedência contribuem significativamente para acelerar o serviço. Um efeito colateral: as preocupações dos consumidores por causa do coronavírus também ficam de lado. Certamente o café da manhã não é a disciplina mais simples na gastronomia, mas com a combinação certa de inovação, tecnologia e técnicas econômicas, ele tem potencial para ser mais uma bênção do que uma maldição.

Crescimento de 603 % nas entregas de café da manhã em comparação ao ano anterior.²

Se quiser saber mais exemplos e receber sugestões de como transformar o café da manhã em um negócio mais lucrativo, escreva para info@rational-online.com.br. Nossos especialistas em gastronomia estão disponíveis para analisar suas ofertas atuais e sugerir soluções personalizadas para a sua empresa.

1 Technomic 2019 US Breakfast Consumer Trend Report
2 Tastewise & The Dairy Alliance Breakfast Trends Report 2020
3 Nestle Professional, The Breakfast Opportunity
4 Eurest Beyond Breakfast White Paper 2016