



Gastronomia

Painel de Inteligência Setorial



Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	3
2. DADOS DO SETOR NO BRASIL E DISTRITO FEDERAL.....	5
3. STAKEHOLDERS.....	9
4. CADEIA DE VALOR.....	13
5. CADEIA DE VALOR NO DF.....	16
6. DESAFIOS DA CADEIA DE VALOR.....	17
7. ANÁLISE SWOT DO SETOR.....	21
8. TENDÊNCIAS.....	23
9. FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO.....	28
10. INSIGHTS.....	31
11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	35

1. Introdução

O Painel Setorial de Gastronomia tem por objetivo explorar as nuances e as inovações que estão moldando o futuro da alimentação no Distrito Federal e no Brasil. A gastronomia, mais do que uma mera arte de cozinhar, é uma expressão cultural e um setor econômico crucial que movimenta bilhões, influencia hábitos, gera empregos e conecta pessoas através dos sabores.

Neste painel, será possível um aprofundamento na dinâmica do setor, conhecendo dados que destacam sua relevância econômica.



Além disso, será possível conhecer stakeholders¹, explorar a cadeia de valor e analisar a Matriz SWOT² para identificar fraquezas, forças, ameaças e oportunidades. Serão discutidas tendências e apresentados pontos fundamentais para um crescimento sustentável.

Ao proporcionar insights que ajudarão a transformar desafios em oportunidades e a preparar os negócios de gastronomia para um mercado cada vez mais exigente e competitivo, este painel traz uma conversa rica em ideias e estratégias capazes de despertar novas perspectivas e impulsionar o setor.

¹ Stakeholders - grupos ou entidades que têm interesse ou são afetados pelas atividades e decisões de uma empresa ou projeto. São as partes interessadas.

² Matriz SWOT - ferramenta de gestão que ajuda a identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de um setor econômico.

2. Dados do setor no Brasil e Distrito Federal

É evidente que o setor de gastronomia no Brasil tem mostrado sinais de recuperação em 2024, após os impactos causados pela pandemia. No primeiro semestre do referido ano, foram gerados mais de 17 mil empregos formais em restaurantes no Brasil, destacando-se como um importante impulsor na geração de postos de trabalho e no enfrentamento à questão do desemprego.



O setor de Gastronomia apresenta um histórico de alta resiliência, principalmente quando são analisados fatos recentes, como no caso da pandemia entre os anos 2019 e 2022. Os segmentos de alimentação que tinham espaços de atendimento presencial, como é o caso dos bares e restaurantes, foram uns dos mais impactados pelo fechamento das portas e pela alta exigência em fiscalizações. Ainda após a abertura, se manteve uma realidade de distanciamento social, além dos cuidados redobrados em relação ao manuseio de alimentos e uso de equipamentos de proteção individual (EPIs).

Os desafios mais significativos aconteceram entre os anos 2020 e 2021 - auge da pandemia. Houve o fechamento de inúmeros estabelecimentos, devido às restrições de circulação e às medidas de distanciamento social. Em 2020 registrou-se uma queda de 27,5% no faturamento do setor no Brasil (Fonte: ANR).

Em 2021 os estabelecimentos passaram a reabrir de maneira gradual e os consumidores voltaram a frequentar, ainda de maneira conservadora, os espaços presenciais. Em 2022, o faturamento do setor voltou a crescer, atingindo R\$ 216,2 bilhões, sinalizando uma retomada consistente (Fonte: Abrasel).

Apesar de terem sido tempos difíceis, acredita-se que os anos de retomada apresentam reflexos de novas medidas e novas práticas que passaram a ser adotadas e desenvolvidas a partir da situação vivenciada de maneira não

espontânea. Diversas empresas precisaram inovar rapidamente para sobreviver. É importante destacar que a adaptação passou a ser alternativa para se manter vivo no mercado. O delivery (serviço de entregas) e o take-away (pedido para retirada) tornaram-se essenciais. O uso de aplicativos de entrega passou a ser vital para esses negócios, evitado por alguns empreendedores até então. As dark kitchens (cozinhas dedicadas exclusivamente ao preparo de refeições para entrega) se destacaram nesse período, por serem um modelo de negócio onde os estabelecimentos de alimentação podem operar sem a necessidade de espaços físicos e circulação de clientes.

A pandemia impulsionou uma mudança no comportamento do consumidor, que passou a estar mais atento às questões menos observadas antes, como é o caso da segurança na alimentação. Em resposta, após a retomada, muitos restaurantes reformularam seus menus e operações para atender esses novos anseios.

Considerou-se importante destacar brevemente neste painel os impactos causados pelo período de pandemia, pois após um crescimento de 184,2% na década, entre 2009 e 2019 (Abrasel), o setor conviveu forçadamente com uma retração durante a pandemia. De 2023 a 2024 e nos próximos anos, é esperado que o setor se mantenha em crescimento.

No Distrito Federal, o cenário acompanha as tendências nacionais, com uma recuperação gradual e crescente importância da inovação tecnológica e adaptação às novas demandas do consumidor. A combinação de qualidade, tecnologia, e adaptação às novas realidades do mercado são chave para o sucesso contínuo da gastronomia em Brasília e em todo o país.

Em 2023, o setor de serviços, que inclui restaurantes e bares, gerou mais de 170 mil empregos formais no Brasil, refletindo uma recuperação e expansão constante. A receita do setor cresceu 4,6% no acumulado do ano, destacando a adaptação dos negócios de alimentação fora do lar às novas demandas do mercado (Fonte: Abrasel). Especificamente no DF, o setor também apresenta um impacto significativo na economia local. Além de contribuir para a criação de empregos, movimentar valores expressivos e se vincular ao turismo e entretenimento, o que fortalece ainda mais sua importância na região.

Esses dados indicam um cenário positivo, mostrando que a gastronomia continua a evoluir e se adaptar às novas tendências e demandas do consumidor, especialmente em um mercado cada vez mais competitivo e exigente.

3. Stakeholders

Acredita-se que os stakeholders desempenham papel fundamental no desenvolvimento e na dinâmica do setor de gastronomia, influenciando desde a produção e distribuição até a experiência do consumidor e as tendências.

São alguns deles:

1. Empresários e profissionais envolvidos diretamente

- Proprietários de restaurantes e bares: Pessoas responsáveis pela gestão e operação de estabelecimentos gastronômicos.
- Chefs e cozinheiros: Profissionais que criam e preparam pratos, influenciando diretamente a oferta gastronômica.



2. Fornecedores

- Produtores de alimentos e bebidas: Produtores locais, agricultores, pecuaristas e produtores de ingredientes essenciais.
- Distribuidores: Empresas que distribuem produtos alimentícios e bebidas para estabelecimentos de gastronomia.

3. Consumidores

- Clientes de restaurantes e bares: Pessoas que frequentam estabelecimentos gastronômicos e influenciam a demanda e as preferências.

4. Governo e reguladores

- Agências reguladoras: Entidades que estabelecem e fiscalizam normas de segurança alimentar e sanitária, como a ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), sendo responsável pela regulamentação e fiscalização de alimentos e bebidas e o MAPA (Ministério da Agricultura), que regula a produção e o controle de alimentos no Brasil.
- Prefeituras e órgãos públicos locais: Autoridades que regulam e supervisionam estabelecimentos gastronômicos em nível municipal. No DF não há municípios e sim Regiões Administrativas. Nessa realidade considera-se as administrações regionais locais.

5. Associações e organizações setoriais

- Associações de restaurantes e bares: Organizações que representam os interesses dos profissionais da gastronomia, como a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel e Abrasel DF).
- Sindicato dos trabalhadores em gastronomia: Entidades que representam os interesses dos trabalhadores do setor, como o Sindhobar (Sindicato patronal de hotéis, restaurantes, bares e similares de Brasília) e Siab (Sindicato das indústrias de alimentação de Brasília).

6. Instituições educacionais

- Escolas de gastronomia e cursos de formação: Instituições que formam novos profissionais e influenciam a qualidade do serviço e a inovação no setor. São exemplos: Senac (serviço nacional de aprendizagem comercial) e universidades que entregam cursos de gastronomia formando profissionais da área, influenciadores e chefs renomados.

7. Meios de comunicação e influenciadores

- Críticos gastronômicos, jornalistas e publicações: Profissionais da mídia que avaliam e divulgam informações sobre a gastronomia. Por exemplo: Revista Prazeres da Mesa, Revista Encontro, entre outros.

- **Influenciadores digitais e blogueiros:** Personalidades que promovem e recomendam estabelecimentos e tendências gastronômicas nas redes sociais.

8. Organizações de eventos e feiras

- **Promotores de eventos gastronômicos:** Entidades que organizam eventos, feiras e festivais que promovem o setor e permitem networking. São exemplos: FISPAL Food Service, FIPAN, Congresso Abrasel, Mesa Ao Vivo, Concurso Comida di Buteco, Festival Brasil Sabor e demais concursos e festivais gastronômicos que acontecem a nível nacional. A nível local, são exemplos feiras locais, como Panela Candanga, Brasília Restaurant Week, feiras e festivais locais que auxiliam no impulsionamento de negócios de gastronomia.

9. Investidores e financiadores

- **Investidores de capital de risco:** Pessoas ou empresas que investem em empresas em crescimento ou iniciantes.
- **Bancos e instituições financeiras:** Entidades que oferecem crédito e financiamento para o desenvolvimento de negócios gastronômicos.

4. Cadeia de valor

A Cadeia de Valor da gastronomia envolve uma série de etapas e atividades que vão desde a produção de insumos e matérias-primas, até a experiência final do consumidor. A seguir estão os principais componentes, considerados para este painel setorial:

1. Produção de insumos

Agricultura e pecuária: Inclui a produção de vegetais, frutas, grãos, carnes e laticínios. Exemplo: produtores de café no DF e pecuaristas de gado no Mato Grosso.

Pesca e aquicultura: Envolve a captura de peixes e frutos do mar, bem como a criação de espécies aquáticas. Exemplo: pescueiros na região Norte do Brasil e criadores de Tilápia em Formosa – GO.

2. Indústria de processamento



Processamento de alimentos: Transformação de ingredientes brutos em produtos alimentícios prontos para consumo. Por exemplo, empresas que processam carnes e alimentos congelados.

Bebidas e produtos derivados: Produtores de bebidas alcóolicas e não alcóolicas. Exemplo: Ambev, Coca Cola, Sucopira, Heineken.

3. Distribuição

Logística e transporte: São os operadores logísticos responsáveis pela movimentação dos alimentos e das bebidas desde os centros de produção até os pontos de venda e consumo.

Distribuidores e atacadistas: Intermediários que compram produtos em maiores quantidades e revendem para estabelecimentos ou consumidores finais.

4. Estabelecimentos gastronômicos

Restaurantes, fast foods, bares e afins: Lugares onde os alimentos e bebidas são preparados e servidos aos consumidores/clientes.

5. Experiência do consumidor

O atendimento, a hospitalidade e a experiência gastronômica fazem parte da experiência de consumo proporcionada e constituem a cadeia de valor da gastronomia.

6. Marketing e vendas

Considera-se toda etapa de divulgação, publicidade, promoção, estratégias de marketing, pós-venda, feedbacks e avaliações que coletam expectativas e opiniões dos consumidores.

7. Regulação e Normas

Regulamentação sanitária nacional e local, cumprimento de normas, registros e licenciamentos de funcionamento da empresa.

Certificações: certificados de qualidade, sustentabilidade, selos e demais garantias de padrões elevados.

5. Cadeia de valor no DF

No Distrito Federal, existem elementos que contribuem para uma cadeia de valor dinâmica e diversificada, que refletem a complexidade e a riqueza de toda identidade gastronômica no Brasil, sendo diretamente influenciada por:

Diversidade: A presença de uma população diversificada e uma ampla oferta de restaurantes nacionais e locais.

Capital e centro político e administrativo do país: A demanda por serviços de alimentação de qualidade é impulsionada pelo ambiente político e administrativo, com uma grande quantidade de eventos, congressos e reuniões oficiais.

Turismo e eventos: A realização de eventos e feiras gastronômicas em Brasília, como o Concurso Comida di Buteco, Festival Na Praia e outros que atraem visitantes e incentivam a constante inovação gastronômica.



6. Desafios da cadeia de valor

A cadeia de valor da gastronomia enfrenta uma série de desafios que podem impactar significativamente sua eficiência e sustentabilidade. No Brasil e no Distrito Federal, esses desafios abrangem diversas áreas. Foram consideradas para este painel setorial as de maior impacto.

Sem dúvida, um dos principais desafios é a **gestão de fornecimento e logística**. Interrupções na cadeia de suprimentos, causadas por crises econômicas, desastres naturais ou problemas de transporte, podem comprometer a disponibilidade de ingredientes essenciais. Além disso, é um desafio constante manter a qualidade e a consistência dos produtos durante o transporte e armazenamento, especialmente para alimentos perecíveis.

A **conformidade com a legislação** também é uma área desafiadora. Adequar-se às rigorosas normas de segurança alimentar estabelecidas por órgãos como a ANVISA e o MAPA pode ser um processo complexo e que requer investimento. Além disso, a obtenção e manutenção de certificações e licenças necessárias demandam tempo e recursos consideráveis, muitas vezes sendo necessário o investimento em consultorias e outros atendimentos específicos para dar suporte nesse sentido.

A questão da **sustentabilidade e impacto ambiental** já é indispensável. Monitorar o desperdício de alimentos é um desafio constante que afeta diretamente a rentabilidade do negócio. Direcionar atenção a práticas sustentáveis como o uso de embalagens ecológicas também pode ser desafiador.

As empresas de gastronomia também enfrentam a alta **concorrência e necessidade de diferenciação competitiva**. Existem muitos estabelecimentos e marcas disputando espaço e buscando alcançar o olhar dos consumidores. Estar sempre em alta pode custar caro.

A **gestão financeira, abrangendo custos, contabilidade e formação de preços** é uma preocupação constante. Há épocas de alta flutuação dos preços dos ingredientes devido a fatores econômicos e climáticos. Também há determinados itens que são sazonais e, inclusive sob a ótica da sustentabilidade, o empreendedor deve estar atento e respeitar essa questão fazendo as adaptações necessárias no cardápio.

Atender às crescentes **expectativas dos clientes** em relação à qualidade, inovação e atendimento pode ser um ponto de constante atenção. Os clientes estão buscando cada vez mais um atendimento único e personalizado, dentro de uma tendência de personalização que se trata do “desejo de sentir-se compreendido e reconhecido como único (...). O consumo é uma expressão da identidade individual, e por essa razão os consumidores buscam produtos e serviços cada vez mais alinhados com seus interesses e valores.” (Sebrae, 2023. Planejamento estratégico 2035). Além disso, entende-se que há uma quantidade imensa de serviços com entregas similares e o atendimento humanizado pode ser diferencial para a escolha do consumidor.

No que diz respeito à **capacitação e mão de obra**, é evidente que investir em treinamento contínuo é fundamental para garantir que a equipe esteja atualizada com as melhores práticas e tendências. Além disso, a valorização do colaborador contribui diretamente para uma redução das taxas de evasão e rotatividade.

Em relação a **impactos econômicos e crises**, é inegável que todos os setores estão submetidos a essas variáveis, que serão melhor abordadas posteriormente na análise SWOT. Além de afetar o poder de compra e investimento dos donos de negócios, a instabilidade econômica também reduz o poder de compra dos consumidores. Eventos como a pandemia de COVID-19 demonstraram como crises inesperadas podem impactar severamente a operação dos negócios.

Por último, e não menos importante, a **tecnologia e digitalização** apresentam seus próprios desafios. Conectar novas tecnologias, e a automatização exige investimentos significativos e se consolida como um desafio em relação ao monitoramento já que a segurança cibernética é uma preocupação crescente. A tecnologia auxilia de maneira inquestionável os negócios, mas com ela surge a necessidade de proteger dados das empresas e de clientes contra possíveis riscos.

Enfim, para conviver e enfrentar os desafios mencionados, é necessária uma abordagem contínua e adaptações que se fizerem necessárias às mudanças do mercado para garantir a sustentabilidade e o sucesso de cada etapa da cadeia de valor da gastronomia.

7. Análise SWOT do setor

A Matriz SWOT, ou Análise SWOT é uma ferramenta que ajuda a identificar pontos fortes (forças), pontos fracos (fraquezas), oportunidades e ameaças (externas) de um segmento ou de um projeto. Pode auxiliar de maneira estratégica a empresa a se posicionar frente às tendências de mercado.

Para este recorte, foi considerado o setor de gastronomia no Distrito Federal. Pontos estratégicos podem ser considerados a nível nacional, mas este trabalho foi constantemente enriquecido com informações regionais.



Forças

- **Diversidade culinária e presença de diferentes culturas do país** – o que pode atrair além de moradores locais turistas;
- **Inovação e criatividade.** A cena gastronômica do DF é um espaço para o desenvolvimento de chefs que experimentam constantemente novas técnicas e sabores;
- **Turismo gastronômico em crescimento.** Observa-se que Brasília e arredores têm atraído turistas que buscam conhecer festivais, eventos, concursos e restaurantes locais.

Fraquezas

- **Logística regional:** apesar de ser de localização central, o DF enfrenta desafios relacionados a infraestrutura local, principalmente os pequenos fornecedores;
- Ainda há uma **alta dependência de insumos de outras regiões**, o que pode aumentar custos e causar atrasos de abastecimento, principalmente em períodos de crises;
- **Escassez de mão de obra qualificada** e que busque fazer carreira e angariar experiência nos estabelecimentos gastronômicos. A falta de profissionais qualificados em algumas especialidades pode limitar o crescimento do setor.

Oportunidades

- O **crescimento do delivery** é significativo no DF, principalmente após a pandemia. Isso acelera a adaptação de novos modelos de negócios;
- **Potencial para o desenvolvimento do turismo gastronômico regional.** Com a expansão do turismo, é possível promover a culinária local a partir de empreendimentos, feiras e eventos regionais com objetivo de atrair visitantes de outros estados e até de outros países;
- **A alta valorização de ingredientes locais e sustentáveis** é uma tendência crescente que está no roll de práticas sustentáveis, podendo ser explorada pelos negócios gastronômicos já que o público consumidor está cada vez mais consciente e atento a isso.

Ameaças

- **Crises econômicas, suas consequências e impactos** geram instabilidade e impacto significativo na capacidade de investimento das empresas e no poder de compra da comunidade;
- **Alterações, mudanças e atualizações na legislação e regulamentações locais e federais** são frequentes, especialmente as relacionadas à segurança alimentar, licenciamento de funcionamento e normas sanitárias;
- Destaca-se em Brasília, assim como em outras cidades brasileiras, uma **alta competitividade e concorrência** em relação ao número de bares, restaurantes, padarias e outros espaços de consumo de alimentos. Tornando vital a diferenciação e inovação para manter-se posicionado no mercado.

8. Tendências

Em um primeiro momento, será apresentado um levantamento feito pelo sistema SEBRAE, em relação aos sinais evidentes de comportamentos da sociedade que auxiliam a obter uma visão integral ao avaliar principais movimentos e comportamentos que auxiliam na geração de valor para os pequenos negócios.

São eles:

Nova segmentação com foco em valores, paixões, convicções e atitudes dos indivíduos;

Personalização entendendo o consumo como uma expressão da identidade individual, ofertando produtos e serviços cada vez mais alinhados com interesses e valores dos consumidores;



Pertencimento com intuito de gerar conexões genuínas, apesar do distanciamento físico proporcionado pela tecnologia. Os consumidores voltam a buscar a construção de vínculos;

Economia dos criadores, visto que os criadores de conteúdo se tornam cada vez mais capazes de gerar negócios;

Novos protagonismos, onde há uma busca constante pelo empreendedorismo inclusivo, com a criação de soluções aos problemas enfrentados;

A era da cura e do bem-estar faz com que a sociedade busque no mercado produtos e serviços que estimulem mudanças de hábito com um consumo mais personalizado;

Menos é mais – trata-se de uma tendência a comportamentos minimalistas e busca por ofertas em espaços de reutilização, reciclagem e regeneração de produtos;

Ascensão artesanal e ancestral é o retorno a um movimento que pode redefinir a forma de consumo estando mais alinhada a valores e crenças;

Localismo constitui-se basicamente à celebração do território, buscando cada vez mais autenticidade e relevância, externalizando um orgulho a produtos com características locais;

E, por último, A vida e negócios amparada pela tecnologia, onde há uma forte integração da inteligência artificial ao cotidiano, que pode ampliar as experiências humanas.

Em um próximo recorte, as tendências ao setor de gastronomia foram analisadas para este painel setorial com um destaque para a realidade do Distrito Federal entendendo que este é um setor em constante transformação acompanhando tendências nacionais e globais ao mesmo tempo em que valoriza particularidades locais, como características da região e biomas. Ao adotar tendências da sociedade e tendências do setor, as empresas podem trabalhar para tornar-se mais competitivas e contribuir para o desenvolvimento sustentável. Muitas tendências ao setor de gastronomia se encontram com as macrotendências de consumo mencionadas acima. São elas:

1. Sustentabilidade e consumo consciente: a sustentabilidade tem se tornado uma prioridade para o consumidor e conseqüentemente deve ser para os negócios. Estabelecimentos de alimentação podem adotar práticas de desperdício de alimentos, uso de embalagens recicláveis e consumo de produtores locais.
2. Experiências gastronômicas personalizadas: no DF isso se traduz em jantares temáticos, menus com foco em ingredientes do cerrado e sazonais e ambientes que ofertam experiências que envolvem todos os sentidos promovendo uma conexão com o cliente.

3. Digitalização e delivery: acelerada pela pandemia, a digitalização tem mudado a forma como os consumidores interagem com os estabelecimentos. Aplicativos de entrega e plataformas de automação têm permitido que clientes desfrutem de boas refeições no conforto do lar, e a presença digital em comércio eletrônico e websites interativos é cada vez mais utilizada para atrair a atenção e reter clientes.
4. Valorização da culinária regional: ganha destaque no DF o interesse por pratos com frutos e ingredientes típicos do cerrado, visto que essa valorização é parte de um movimento mais amplo, como descrito na análise de tendências do Sistema SEBRAE. Atualmente, busca-se redescobrir tradições adaptando-a ao paladar contemporâneo. Um dos objetivos é a promoção de uma conexão com a cultura local.
5. Alimentação saudável e funcional: é uma tendência ao setor gastronômico que está inteiramente vinculada a era da cura e do bem-estar, onde restaurantes, padarias e lanchonetes expandem seus cardápios para incluir opções veganas, vegetarianas, sem glúten, entre outros. Há uma crescente conscientização sobre saúde e bem-estar, que impulsiona o consumo de alimentos mais nutritivos e funcionais.
6. Cozinha colaborativa e economia compartilhada: espaços colaborativos crescem como soluções a empreendedores que buscam iniciar negócios com investimento inicial menor do que um negócio tradicional.

7. Eventos gastronômicos e festivais: o Distrito Federal atualmente é um polo de eventos, concursos e festivais gastronômicos. Geralmente essas ações oferecem plataformas de posicionamento de marca e promovem os estabelecimentos participantes com alto alcance de público e visualizações. Além disso, possuem requisitos e critérios que as empresas precisam adotar e acompanhar, fazendo com que haja o aperfeiçoamento de gestão e implementação de práticas inovadoras.

9. Fatores críticos de sucesso

O sucesso das empresas de gastronomia depende de fatores essenciais para garantir destaque em um mercado extremamente competitivo. Dentre todos os fatores se destacam: a qualidade consistente de produtos, um atendimento com equipe bem treinada e atenciosa capaz de oferecer serviço personalizado e resolução de contratempos de maneira eficaz. Além disso, a inovação é realidade e sem dúvidas um fator crítico para o sucesso. O acompanhamento de tendências e capacidade de adaptação às mudanças devem ser realidade no negócio.



Conhecimento em temas de base de gestão são cruciais e não podem ser deixados de lado. São eles: gestão financeira (controle de custos, monitoramento financeiro e elaboração de preço de vendas adequado), um bom planejamento para estar preparado a enfrentar imprevistos e ameaças externas e, uma localização estratégica pode influenciar diretamente o fluxo de clientes e conseqüente bom resultado no faturamento.

Além disso, práticas alinhadas à sustentabilidade e responsabilidade social são cada vez mais valorizadas pelos consumidores. Isso exige que os negócios adotem medidas de redução do impacto ambiental causado pelo seu funcionamento e contribua com a comunidade local, por exemplo, a partir da geração de emprego e renda.

Em relação ao público, garantir uma experiência memorável é fundamental. Criar um ambiente acolhedor e que ofereça momentos que vão além de uma mera refeição podem ser um fator de diferenciação competitiva em meio à alta concorrência. O marketing de alcance e pós-venda deve ser eficaz, de forma que atraia constantemente novos clientes e mantenha os atuais engajados. A comunicação com clientes a partir do uso de ferramentas digitais e uma boa experiência nesses ambientes também é importante e deve estar sempre no radar dos empresários e demais responsáveis pela empresa.



Por fim, investir no treinamento contínuo da equipe é a base para que todo o ideal da empresa seja de fato entregue aos clientes e ter uma rede de fornecedores confiáveis são elementos-chave para que os produtos sejam entregues com a devida qualidade.

10. Insights

Insights são ideias que podem contribuir para uma percepção de algo, uma criação ou adaptação, contribuindo para uma nova perspectiva. A abordagem para o setor de gastronomia é ampla e pode ser sempre enriquecida, visto que esse é um setor econômico que está em constante transformação e evolução. Abaixo estão alguns insights, em forma de tópicos que, alinhados ao atendimento do Sebrae DF, poderão auxiliar empreendedores a se destacarem no mercado:

Valorização da culinária da região: conforme abordado em tendências e nas forças e oportunidades da análise swot, o uso de alguns ingredientes e temáticas podem enriquecer a performance das empresas, criando uma identidade única e



atraindo público ao fortalecer o vínculo com a cultura local. O Sebrae DF pode auxiliar na elaboração de cardápios e embalagens que atendam essa prática.

Sustentabilidade como diferencial competitivo: São diversos insights nesse quesito e o Sebrae DF pode atuar conjuntamente no auxílio da adoção de práticas sustentáveis como redução de desperdício, eficiência energética, adaptação de embalagens e capacitações com esse viés.

Digitalização, marketing digital e vendas online: A presença em plataformas digitais, o posicionamento em mídias sociais, o uso de ferramentas de gestão online e a automação são fundamentais para atender novas demandas dos clientes. Esse investimento pode melhorar a eficiência do negócio, aumentando vendas e agregando valor à experiência do cliente. O Sebrae DF possui programas e projetos de inovação, além de consultorias de marketing digital, criação de site, entre outros.

Formação de mão de obra qualificada: um bom atendimento é sem dúvidas um forte diferencial em meio à concorrência. Uma equipe preparada para vender além do que o cliente pede no cardápio, promovendo uma experiência satisfatória pode contribuir diretamente para o aumento do faturamento e fidelização dos clientes. O Sebrae DF pode auxiliar pequenos negócios com o treinamento de atendimento ao cliente, consultoria de cliente oculto e de layout de loja, melhorando a experiência de consumo dentro dos espaços.

Adaptação ao delivery: é fundamental que os negócios gastronômicos adaptem seus modelos de negócios e incluam opções de relacionamento e entrega eficientes e de qualidade, mantendo sempre essa alternativa e comunicando isso para os clientes. O Sebrae DF possui consultorias específicas com intuito de implementar e auxiliar empresas a atuarem no ambiente digital.

Festivais, feiras e concursos gastronômicos: há uma série de concursos, festivais e feiras que movem a realidade da gastronomia do Distrito Federal. Alguns exemplos são: o Concurso Comida di Buteco, o Festival Brasil Sabor, a Feira Panela Candanga, o projeto Encontro Gastrô. Ou seja, são diversas oportunidades para que empreendimentos gastronômicos atuem e se destaquem de maneira efetiva, garantindo um bom desempenho e crescimento constante, contribuindo assim para o desenvolvimento local.

Para concluir, o painel setorial de gastronomia apresentou que o setor gastronômico no Brasil e no Distrito Federal é um campo dinâmico, repleto de desafios e oportunidades. Além de uma expressão cultural, a gastronomia exige inovação constante, qualidade no atendimento e atenção às práticas de sustentabilidade.

O Sebrae DF, com o compromisso de Transformar os pequenos negócios em protagonistas do desenvolvimento sustentável do Brasil, desempenha importante papel no desenvolvimento dos micro e pequenos negócios desse

setor, oferecendo suporte em diversas áreas, desde capacitações, atendimento personalizado e instrutorias, até participação em feiras, missões técnicas e eventos.

Além disso, proporciona acesso a conhecimento, como é o caso desse painel setorial. Promove networking em eventos, rodadas e missões técnicas e auxilia empresas a transformarem fraquezas e ameaças em desafios, forças e oportunidades.

O futuro da gastronomia no Distrito Federal está intimamente conectado à capacidade de adaptação e inovação de seus líderes, visto que o cenário está cada vez mais competitivo e os consumidores exigentes. É fundamental manter parcerias para que o setor continue a se destacar na construção de uma sociedade mais justa, sendo uma importante ferramenta na transformação social, com objetivo de promover inclusão, geração de emprego e renda, valorização cultural ao mesmo tempo em que está atenta à preservação do meio ambiente, sendo engajada socialmente alinhada aos princípios de governança estabelecidos.

11. Referências bibliográficas

SEBRAE. Boas práticas nos serviços de alimentação: saiba como se adequar. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/boas-praticas-nos-servicos-de-alimentacao-saiba-como-se-adequar,4f5eb103b5790510VgnVCM1000004c00210aRCRD> . Acesso em: 28 de agosto de 2024.

Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004. Acesso em: 27 de agosto de 2024.

SEBRAE. Mercado de alimentação saudável, tendências e oportunidades. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/mercado-de-alimentacao-saudavel-tendencias-e-oportunidades,03642a38eb171810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 28 de agosto de 2024.

ANR Brasil. Setor de Restaurantes Gera Mais de 17 Mil Empregos no Primeiro Semestre de 2024. Associação Nacional de Restaurantes (ANR), 2024. Disponível em: <https://anrbrasil.org.br/setor-de-restaurantes-gera-mais-de-17-mil-empregos-no-primeiro-semester-de-2024/>. Acesso em: 27 ago. 2024.

ABRASEL. Food Service 2024: Fique por Dentro das Principais Tendências para o Setor. Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) - PE, 2024. Disponível em: <https://pe.abrasel.com.br/noticias/noticias/food-service-2024-fique-por-dentro-das-principais-tendencias-para-o-setor/>. Acesso em: 27 ago. 2024.

SEBRAE. O uso da tecnologia na preservação dos alimentos. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-uso-da-tecnologia-na-preservacao-dos-alimentos,c19d8c6750406810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 28 de agosto de 2024.

Food Connection. Projeções e Efeitos da Pandemia no Food Service. Food Connection, 2023. Disponível em: <https://www.foodconnection.com.br/food-service/projecoes-e-efeitos-da-pandemia-no-food-service>. Acesso em: 27 ago. 2024.

SEBRAE. 8 passos para implantar um delivery de sucesso. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/8-passos-para-implantar-um-delivery-de-sucesso,865e53a9a3e91710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 28 de agosto de 2024.

ABRASEL. Food Service 2024: Fique por Dentro das Principais Tendências para o Setor. Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) - PE, 2024. Disponível em: <https://pe.abrasel.com.br/noticias/noticias/food-service-2024-fique-por-dentro-das-principais-tendencias-para-o-setor/>. Acesso em: 27 ago. 2024.

SEBRAE. Participação em feiras e eventos: como destacar sua marca. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-construir-uma-marca-de-sucesso,a82a634e2ca62410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 28 de agosto de 2024.

ABRASEL. Relatório Anual ABRASEL 2023. Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, 2023. Disponível em: <https://abrase.com.br>.

ANVISA. Manual de Boas Práticas para Serviços de Alimentação. Agência Nacional de Vigilância Sanitária, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/centraisdeconteudo/publicacoes/alimentos/manuais-guias-e-orientacoes/cartilha-boas-praticas-para-servicos-de-alimentacao.pdf/view>.

ABRASEL. Bares e restaurantes fecharam 2023 com 170 mil novos empregos. Disponível em: <https://abrase.com.br/noticias/noticias/bares-e-restaurantes-fecharam-2023-com-170-mil-novos-empregos/>. Acesso em 30 de agosto de 2024.

SEBRAE. Empreendedorismo que transforma a realidade: planejamento estratégico 2035. 2023. Sebrae. Acesso em: 28 de agosto de 2024.

