

Pressão de custos, reforma tributária e mudança no consumo consolidam fase mais técnica no foodservice

O custo de insumos segue volátil, a mão de obra continua sendo um dos principais gargalos operacionais e o comportamento do consumidor se torna mais seletivo

Cerca de 29% dos bares e restaurantes brasileiros operam sem lucro no início de 2026, enquanto a maioria relata dificuldade para equilibrar custos e receitas, segundo levantamento mais recente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes.

Ao mesmo tempo, dados atualizados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística indicam que o volume de serviços de alimentação fora do lar segue em expansão no pós-pandemia, mas sem crescimento suficiente para compensar a alta de despesas operacionais. O cenário evidencia uma contradição: demanda ativa, mas rentabilidade pressionada.

Marcelo Marani, professor, empreendedor do foodservice e fundador da Donos de Restaurantes, afirma que o setor entrou em uma fase mais exigente do ponto de vista técnico. “A profissionalização deixou de ser um diferencial. Hoje, é uma condição de permanência. O restaurante que não tem controle financeiro, processos e gestão estruturada perde margem mesmo quando está cheio”, diz.

A pressão vem de múltiplas frentes. O custo de insumos segue volátil, a mão de obra continua sendo um dos principais gargalos operacionais e o comporta-



mento do consumidor se torna mais seletivo. Dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas mostram que gestão financeira e aumento de vendas continuam entre os maiores desafios dos pequenos negócios em 2026, o que reforça a dificuldade de transformar faturamento em lucro consistente.

Esse ambiente acelera uma mudança de lógica dentro dos restaurantes. A operação deixa de ser guiada por percepção e passa a depender de indicadores. Controle de custos, precificação técnica e acompanhamento de fluxo de caixa deixam de ser práticas avançadas e passam a ser básicas para a sobrevivência. “O erro mais comum é acreditar que vender mais resolve. Sem estrutura, vender mais pode aumentar o prejuízo”, afirma o especialista.

Os ganhos para quem se adapta aparecem rapidamente. Restaurantes que estruturam processos conseguem reduzir desperdícios, melhorar negociação com fornecedores e prever melhor o desempenho financeiro. Isso permite atravessar períodos de oscilação com mais estabilidade. “A previsibilidade virou um dos principais ativos do negócio. Quem domina os números não depende de sorte para ter resultado”, explica.

O ponto de partida passa por organizar o básico. Mapear todos os custos, entender a margem de cada produto e estruturar o fluxo de caixa são etapas iniciais que sustentam decisões mais estratégicas. A padronização da operação, por sua vez, garante consistência na entrega e melhora a experiência do cliente, criando impacto direto na fidelização.

Ao buscar apoio externo, o empresário precisa avaliar mais do que preço. Consultorias especializadas devem apresentar metodologia clara, experiência comprovada no setor e capacidade de adaptação ao perfil do negócio. Modelos genéricos tendem a falhar quando não consideram particularidades operacionais. “Não existe fórmula pronta. Existe método bem aplicado”, pontua.

A profissionalização também exige atenção a curto prazo. Investimentos em organização, tecnologia e estrutura podem pressionar o caixa inicialmente, mas a ausência dessa adaptação tende a gerar impactos mais severos ao longo do tempo. “O empresário que adia a gestão acaba pagando com margem, dívida ou até com o fechamento do negócio”, afirma.

O setor de alimentação fora do lar consolida, assim, uma nova fase mais institucional e menos intuitiva. O consumidor segue ativo, datas sazonais continuam relevantes e a digitalização avança, mas o diferencial competitivo passa a estar na gestão. “O cliente vê o resultado final, mas o que sustenta o restaurante é o que acontece nos bastidores. E isso hoje precisa ser profissional”, conclui.

A importância da logística no cenário atual: o motor que movimenta a economia

Célio Malavasi (*)

Celebrado em 6 de junho, o Dia da Logística reforça a relevância de um setor fundamental para a competitividade das empresas, o abastecimento de mercados e o desenvolvimento econômico.

A logística está presente em praticamente todos os aspectos da vida moderna. Dos produtos que chegam às prateleiras dos supermercados, das farmácias, às compras realizadas pela internet, tudo depende de uma cadeia logística eficiente para acontecer no tempo certo e com a qualidade esperada.

Entre as datas que marcam o mês de junho, o Dia da Logística, celebrado em 6 de junho, destaca a importância de um setor que se tornou estratégico para empresas de todos os portes e segmentos. Muito além do transporte de mercadorias, a logística envolve planejamento, armazenagem, distribuição, gestão de estoques, tecnologia e monitoramento de operações.

Nos últimos anos, as mudanças no comportamento do consumidor e o crescimento do comércio eletrônico aumentaram significativamente a necessidade de processos logísticos ágeis e inteligentes. Hoje, clientes esperam entregas rápidas, rastreamento em tempo real e maior previsibilidade, exigindo das empresas investimentos constantes em inovação e eficiência operacional.

Além de impactar diretamente a experiência do consumidor, a logística desempenha papel fundamental na redução de custos e no aumento da competitividade dos negócios. Uma operação bem estruturada contribui para otimizar recursos, reduzir desperdícios e melhorar o desempenho de toda a cadeia de suprimentos.

Outro aspecto importante é a transformação digital do setor. Ferramentas de monitoramento, sistemas de gestão integrada, inteligência de dados e tecnologias de rastreamento vêm revolucionando a forma

como as operações são planejadas e executadas. Essa evolução permite tomadas de decisão mais rápidas e precisas, aumentando a segurança e a eficiência dos processos.

Em um cenário econômico cada vez mais dinâmico e conectado, a logística deixou de ser apenas uma área operacional para se tornar um diferencial estratégico. Empresas que investem em planejamento, tecnologia e parceiros especializados conseguem atender melhor seus clientes e se destacar em um mercado cada vez mais competitivo.

O Dia da Logística é também uma oportunidade para reconhecer o trabalho dos profissionais que atuam diariamente para garantir que produtos, insumos e mercadorias cheguem ao destino com segurança, qualidade e pontualidade. Mais do que movimentar cargas, a logística movimenta negócios, conecta pessoas e impulsiona o crescimento da economia.

(*) Diretor de Operações e Negócios na MXP Transportes.

A Mente do Cliente

Neiva Mendes (*)



Em julho, completo 65 anos

Talvez uma das coisas mais interessantes sobre envelhecer seja desenvolver uma espécie de sensibilidade para perceber mudanças sorrateiras antes que elas virem estatística. Tenho observado algo que me inquieta há algum tempo.

As pessoas estão cansadas, mas não é apenas cansaço físico, é outro tipo de exaustão (confesso que também estou exausta!), mais profunda, mais emocional e mais difícil de explicar. A sensação é que passamos os últimos anos vivendo em modo permanente de performance. Performance no trabalho, nas emoções, na estética, no convívio social e até no descanso. Tudo virou vitrine, a chamada "vida editada".

As redes sociais transformaram vidas em histórias lindas de produtividade, felicidade e sucesso! O problema é que o cérebro humano não foi desenhado para sustentar esse nível de exposição, comparação e estimulação constante, isso é destrutivo! Cansativo! Talvez estejamos começando a pagar a conta neurológica.

A neurociência já mostra que excesso de estímulo, urgência permanente e hiperconectividade mantêm o cérebro em estado de alerta prolongado. Esse tipo de estímulo altera a atenção, memória, tomada de decisão e capacidade emocional. O corpo até desacelera, mas a mente não desliga. Vivemos cansados e, ainda assim, culpados por descansar.

O mais curioso é que esse fenômeno já começa a aparecer no comportamento de consumo. Consumidores estão menos tolerantes ao excesso (as canetinhas confirmam), menos dispostos a navegar horas em plataformas, e mais impacientes com experiências complicadas.

Por isso, talvez, exista hoje uma valorização crescente de tudo aquilo que reduz carga mental:

- Simplicidade.
- Silêncio.
- Clareza.

- Curadoria.
- Experiências sem atrito.

Depois de décadas trabalhando com comportamento humano e experiência do cliente, tenho a impressão de que estamos entrando em uma nova fase do consumo. Durante muito tempo, o mercado acreditou que mais estímulo gerava mais engajamento. Agora começamos a perceber que o excesso também gera esgotamento, e muitas empresas ainda não entenderam completamente a profundidade dessa mudança.

Continuam operando em lógica de captura de atenção máxima:

- Mais notificações.
- Mais campanhas.
- Mais urgência.
- Mais contato.
- Mais pressão.

Como se o consumidor ainda tivesse capacidade emocional infinita para processar tudo isso, mas não tem. Talvez o próximo grande diferencial competitivo não seja mais gerar desejo, seja reduzir ansiedade.

Na Blue6ix observamos isso com muita objetividade. Os consumidores não estão apenas buscando eficiência, estão buscando alívio. Experiências que simplificam, que resolvam, que respeitem a energia mental, que não transformem cada interação em desgaste, porque existe uma mudança importante acontecendo: O consumidor cansou de performar.

Ele começa a valorizar marcas que não exigem dele um estado permanente de atenção, comparação e exaustão. Para mim, luxo nunca foi status, mas para os consumidores o novo status pode ser leveza. Aposto nisso! Empresas que entenderem isso antes das outras estarão muito mais preparadas para o comportamento humano que vem pela frente.

Ao fim e ao cabo, a disputa do futuro talvez não seja mais pela atenção, mas pela preservação da saúde mental.

(*) Presidente do Conselho e sócia-fundadora da Blue6ix Tecnologia (neiva.mendes@blue6ix.com.br).

Cinpal Cia. Industrial de Peças para Automóveis

CNPJ 49.656.192/0001-88 - NIRE 35.300.039.092

Aviso aos Acionistas

Comunicamos aos senhores acionistas da Cinpal Cia. Industrial de Peças para Automóveis ("Companhia") que se encontram disponíveis, na sede social da Companhia, situada na Cidade de Taboão da Serra, Estado de São Paulo, na Avenida Paulo Ayres, nº 240, CEP 06767-220, bem como por meio eletrônico, mediante solicitação expressa, os documentos a que se refere o art. 133 da Lei nº 6.404/76. Taboão da Serra, 05 de junho de 2026. Giancarlo Arduini. Presidente do Conselho de Administração.





O JORNAL CERTIFICA AS PUBLICAÇÕES LEGAIS

COM PONTUALIDADE E TRANSPARÊNCIA,

CUMPRINDO AS NORMAS JURÍDICAS.

AFINAL, O JORNAL É LEGAL.







PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <http://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/879F-C8B2-CF81-A8FB> ou vá até o site <http://assinaturas.certisign.com.br> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 879F-C8B2-CF81-A8FB



Hash do Documento

4A855653571231E1E95F9DA77C2FCDD8EC9140E70E9F5326CC508275CF60B6BF

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 09/06/2026 é(são) :

☒ Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 09/06/2026 19:04 UTC-03:00

Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

Evidências

Geolocation: Location not shared by user.

IP: 172.16.4.15

AC: AC Certisign RFB G5

