

Anuário 2025 Tendências 2026

Resultados e desafios na gastronomia

O NPS médio do mercado cresceu. Mas os melhores ficaram mais distantes da média

O NPS subiu, porém a elite continua avançando em patamar alto. Isso reforça que consistência e hospitalidade seguem separando os líderes.

NPS médio do mercado de 70% para 71,2%

71,2%

NPS dos melhores de 82% para 83,5%

83,5%

Em 2026, esperamos que o NPS responda ainda mais a melhorias em serviço e força de marca.

Melhora na disponibilidade da equipe ↑

Melhora na qualidade das bebidas ↑

Melhora na qualidade do serviço em períodos de baixo volume de clientes ↑

Melhora nas escolhas oferecidas nos Menus ↑

Fonte: Banco de dados Risposta 2025

2026 exige mais gestão, planejamento e adaptação no foodservice

"Em 2026, o foodservice entra num período de ajustes importantes. A reforma tributária começa a operar de forma mais concreta e ainda gera muitas dúvidas, especialmente para um setor altamente tributado e com margens apertadas. Isso exige mais gestão e ao mesmo tempo mais agilidade para lidar com as mudanças."

Durante o ano também há muitos feriados, Copa do Mundo e final de semana de fim de ano, o que impacta as operações e a capacidade de atrair e reter pessoas se torna decisiva para quem quer crescer de forma sustentável."

Fernando Blower
Diretor Executivo da ANR Brasil

As forças que moveram 2025

Quatro vetores redefiniram o jogo, impulsionando o setor em direção a uma nova era de gestão e experiência.

- O "Efeito Ozempic" e a Saúde Funcional
- Guerra por retenção de Talentos
- Transformação Digital e consolidação de sistemas
- Novos Entrantes no Delivery e Aceleração do Mercado



Value Barbell

Ocasional

Comer fora é ocasião especial: a experiência precisa valer.

Único & Autêntico

Pagam mais por algo exclusivo.

Acessível

Buscam itens promocionais/acessíveis.

O meio está desaparecendo: marcas vencedoras estruturam menu em Bom / Melhor / Excelente. O mercado não premia o "mediiano". Premia clareza.

Restauração ainda melhora

A experiência do consumidor continua consistente e sustentável.

70%

[1] O Risposta Index é acompanhado em mais de 1500 restaurantes de satisfação realizadas pelo Risposta



25 milhões de experiências avaliadas

Em dezembro de 2025, o Risposta alcançou a marca de 25 milhões de pesquisas com consumidores. Este anuário reflete milhões de comentários reais e milhares de reuniões com restaurantes líderes em todo o país, conectando dados quantitativos com a realidade diária da operação.



O setor está mudando rápido

A gestão precisa acompanhar.

Em 2025, tivemos o privilégio de acompanhar nossos clientes, e os clientes de nossos clientes, em milhões de experiências ao longo do ano. Nas mais de 1.200 reuniões de resultados realizadas sobre experiência do cliente, foi possível observar um movimento claro: este foi, de forma geral, um ano marcado pela busca por eficiência e por uma forte conscientização de que algumas práticas precisavam, definitivamente, mudar.

Após anos de crise, improviso e sobrevivência, o foodservice entra em uma fase de consolidação. Crescer deixa de ser apenas "talento" e passa a exigir método: controle operacional, clareza de posicionamento e liderança de pessoas. O foodservice brasileiro chega a 2026 mais profissional, mais consciente e, sobretudo, mais humano.

Pressionado por custos crescentes, escassez de mão de obra e consumidores cada vez mais exigentes, o setor passa a valorizar gestão, cultura e experiência como diferenciais estratégicos.

Este documento tem como objetivo lançar luz sobre as tendências de gestão que já se consolidaram e sobre aquelas que começam a emergir, ilustradas por depoimentos de grandes nomes da gastronomia brasileira.



Gustavo Lima, CEO Risposta

2026: Um cenário de riscos e oportunidades que exige planejamento estruturado

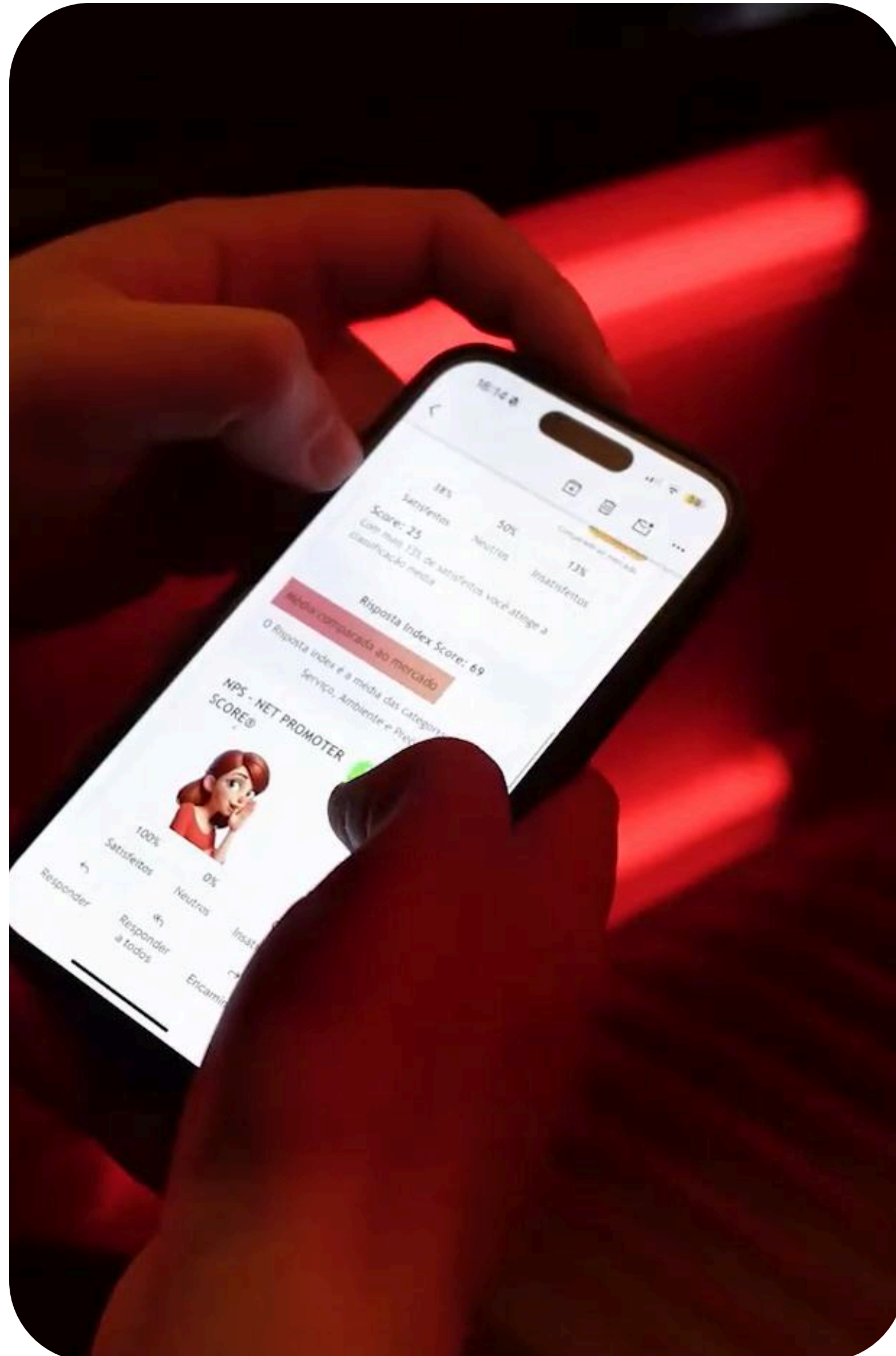
“Em 2026, o foodservice entra num período de ajustes importantes. A reforma tributária começa a operar de forma mais concreta e ainda gera muitas dúvidas, especialmente em um setor altamente transformador, o que exige mais atenção à gestão e ao planejamento.

O ano também traz um calendário atípico, com muitos feriados, Copa do Mundo e eleições. Isso amplia tanto oportunidades quanto riscos, tornando essencial sair do automático e repensar estratégias de vendas, equipe e operação.

Ao mesmo tempo, o comportamento do consumidor segue mudando, com impacto das apostas online no consumo e a popularização das canetas emagrecedoras alterando hábitos. Nesse cenário, a capacidade de atrair e reter pessoas se torna decisiva para quem quer crescer de forma sustentável.”

Fernando Blower
Diretor Executivo da ANR Brasil





Onde estamos na Experiência do Cliente

2025 vs 2024

Restaurantes seguem ainda melhores em 2025

A experiência do consumidor continuou evoluindo, com ganhos consistentes e sustentáveis — sem saltos, mas com direção clara.

69,5%

Risposta Index (RIX)

De 68% para 69,5% (+1,5 p.p.)

Melhorou no geral.

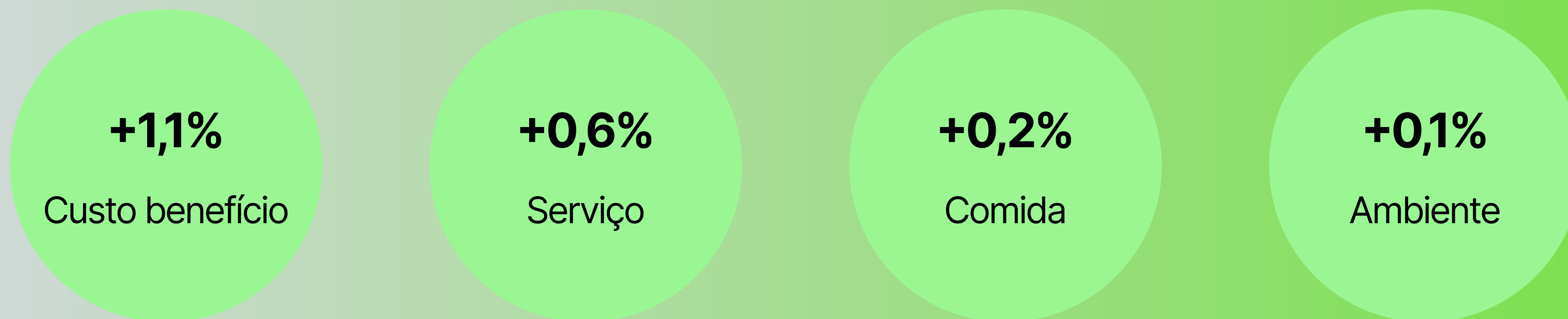
Agora o desafio é onde acelerar.



(*) O Risposta Index mede o percentual de satisfeitos com experiências realizadas por clientes reais em mais de 1500 restaurantes em todo o país. O indicador é calculado a partir da média de Comida, Serviço, Ambiente e Preço nas pesquisas de satisfação realizadas pelo Risposta.

Valor percebido e mais foco na qualidade do serviço foram os motores da melhora

Variação do percentual de satisfeitos 2025 vs. 2024

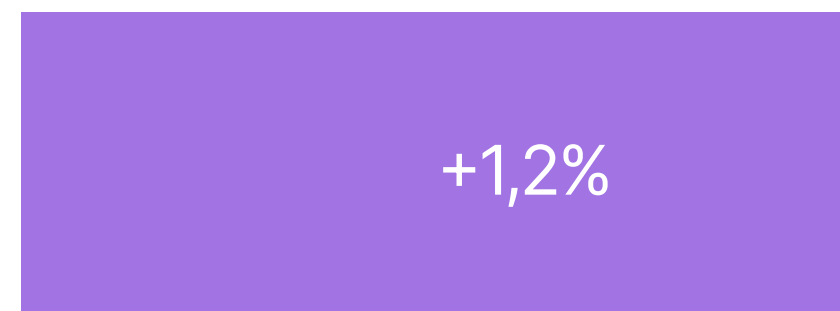


Em um cenário de custos altos, o mercado conseguiu aumentar a percepção de valor e estabilizar os pilares clássicos da experiência.

O NPS médio do mercado cresceu. Os melhores ficaram ainda mais distantes da média

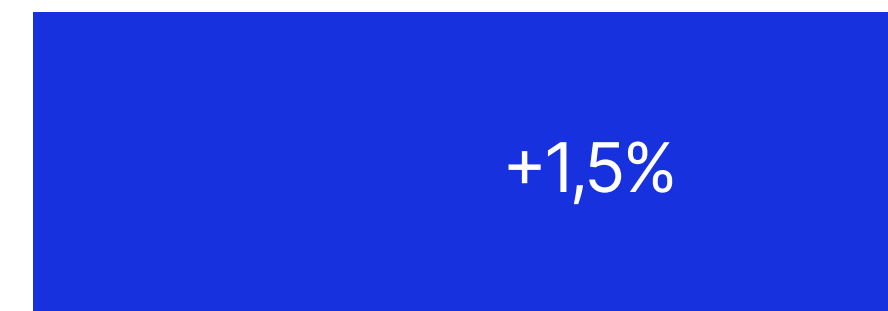
O NPS subiu, porém a elite continua avançando em patamar alto. Isso reforça que consistência e hospitalidade seguem separando os líderes.

NPS médio do mercado
de 70% para 71,2%



71,2%

NPS dos melhores
de 82% para 83,5%



83,5%

Em 2026, esperamos que o NPS responda ainda mais a melhoras em serviço e força de marca.

Variedade de proteínas ↓

Variedade de fibras e opções saudáveis ↓

Tamanho de porção ↓

Hospitalidade humanizada ↓

Tempo de entrega estimado x efetivo ↓

Melhora na disponibilidade da equipe ↑

Melhora na qualidade das bebidas ↑

Melhora na qualidade do serviço em períodos de baixo volume de clientes ↑

Melhora nas escolhas oferecidas nos Menus ↑

O que aconteceu em 2025?

Aprofundamos o olhar nos fatores que moldaram o cenário do foodservice em 2025 para identificar as tendências e oportunidades que definirão o sucesso em 2026.



Linha do tempo do setor

Da ruptura à humanização

Cada ciclo recente trouxe uma exigência diferente:

Em 2026, o próximo diferencial sustentável é humanizar a experiência dos clientes e colaboradores para preservar a equação de valor.



As forças que moveram 2025

Quatro vetores redefiniram o jogo, impulsionando o setor em direção a uma nova era de gestão e experiência.

O "Efeito Ozempic" e a Saúde Funcional

O impacto dos medicamentos GLP-1 (como Ozempic e Mounjaro) transcendeu a perda de peso para redefinir o comportamento de consumo em 2026. O almoço executivo em algumas áreas migrou para o "prato inteligente": porções menores, porém com alta densidade nutricional, priorizando proteínas de qualidade e fibras para saúde intestinal.

Guerra por retenção de Talentos

O desafio de atrair, reter e desenvolver equipes qualificadas em um mercado de trabalho escasso que compete com a construção civil, Uber, entregas. A retenção agora depende de tratar o colaborador como um "cliente interno", oferecendo benefícios que vão além do salário.

Transformação Digital e consolidação de sistemas

Em 2025, a fase de contratar ferramentas digitais apenas para parecer moderno acabou. O acúmulo de sistemas que não geram dados confiáveis ou que não geram insights acionáveis tornou-se um passivo operacional.

Novos Entrantes no Delivery e Aceleração do Mercado

A entrada de novos players está explicitamente injetando recursos e acelerando o setor, quebrando a acomodação que poderia existir com um player hegemônico. Mais experimentação e mais "Rebalanceamento" dos Termos comerciais das plataformas (Trading Terms).

O que perdeu força em 2025?

A percepção do consumidor amadureceu e certas práticas que antes garantiam atenção agora são vistas com desconfiança ou irrelevância.



Fidelidade sem Propósito

Programas de fidelidade e cashback genéricos perderam apelo. O cliente busca recompensas personalizadas e uma conexão emocional que vá além da transação.



Greenwashing

A sustentabilidade sem retorno financeiro ou eficiência real (como redução de desperdício) deixou de ser um diferencial de marketing para se tornar uma cobrança operacional. O "greenwashing" não convence mais.



Conceitos Passageiros

Restaurantes temáticos ou "instagramáveis" que não se renovam e carecem de profundidade gastronômica sofreram declínio. O consumidor de 2026 busca consistência, história e experiência genuína.



Hype Digital Fabricado

A tolerância a avaliações manipuladas e ao "hype" digital desconectado da realidade operacional zerou. A autenticidade e a transparência se tornaram cruciais.

“Tecnologia boa é a que impulsiona para a equipe aparecer.”

A automação deve reduzir o tempo “heads-down” (tela, tarefas, retrabalho) e aumentar o tempo “heads-up” (presença, leitura emocional e conexão humana). Comida boa virou obrigação. O diferencial é como o cliente se sente.

19%

dos consumidores ainda estão insatisfeitos ou neutros com a hospitalidade - Risposta Research 2025

54%

pagariam mais por atmosfera única e serviço diferenciado → hospitalidade sustenta preço. - Risposta Research 2025

O consumidor sai menos, mas quando sai exige excelência → tolerância ao serviço robótico é zero.

IA e automação não são para atender mais rápido — são para atender mais humano.

Quem vive a operação confirma: O Serviço frequentemente supera a Comida.



“Hoje, aos 60 anos, tenho uma convicção clara: você pode fazer a melhor comida do mundo, mas se o serviço não funcionar, o negócio não se sustenta. O mundo hoje é muito mais serviço. A comida é essencial, claro; mas o serviço é decisivo.”

Ricardo Trevisani
Ristorantino/Lassù



“Na maioria das vezes, o drink é coadjuvante. As pessoas não vêm apenas por ele, mas pelo ambiente e pelo atendimento.”

Ale D'Agostino
Coda Bar

Trechos do Podcast “Se Meu Inconsciente Falasse”, apresentado pelo Risposta.



“Durante décadas, a gastronomia brasileira conquistou reconhecimento pelo produto: técnica, ingredientes, identidade e território. Agora, o próximo salto está no serviço. Hospitalidade não é simpatia nem protocolo, é performance silenciosa, feita de tempo certo, atenção genuína e domínio do que se serve. É ela que transforma uma boa refeição em experiência memorável e reputação duradoura.

Tratar o atendimento como custo é um erro estratégico: o salão é onde a promessa da marca se cumpre. Quando o serviço se torna tão forte quanto a cozinha, a gastronomia brasileira deixa de ser apenas admirada e passa a ser inevitável.”

Georges Schnyder

Diretor Executivo da Mundo MESA / Prazeres da MESA



Tendências e desafios

2026

O que vira diferencial competitivo para o casual e o fine dining

Tendências

01

Value Barbell

02

Quiet Luxury

03

Turismo como
oportunidade

04

A geração Z
está chegando
aos 30 anos

05

Slow Listening Bars

06

Festivais e
Feiras test drive

07

Sustentabilidade
que gera retorno
financeiro

08

Gestão data-driven:
um requisito do
negócio

09

A cultura interna
é o que o cliente
experimenta no
prato



Em 2026, o crescimento está nas pontas. O “morno” desaparece.

O fim do “meio termo”: a era do Value Barbell

Value Barbell (ou “halter de valor”) é uma forma de explicar que o mercado está se concentrando nas pontas, como um halter de academia: de um lado, crescem as opções de baixo custo e alta conveniência, onde o cliente escolhe por preço, rapidez e praticidade (como combos, pratos do dia, fast casual eficiente e delivery bem executado); do outro, ganham força as experiências premium, em que o cliente paga mais por autenticidade, qualidade única e serviço impecável (como fine dining, menus autorais e regionalismo forte). No meio fica o restaurante “morno”, que não é barato o suficiente para competir por preço nem especial o suficiente para justificar um valor maior, e por isso tende a perder demanda por não ter um argumento claro de escolha.

Ocasional

Comer fora é ocasião especial: a experiência precisa valer.

Único & Autêntico

Pagam mais por algo exclusivo.

Acessível

Buscam itens promocionais/ acessíveis.

O meio está desaparecendo: marcas vencedoras estruturam menu em Bom / Melhor / Excelente. O mercado não premia o “mediano”. Premia clareza.

Diferentes visões sobre o "Value Barbell" no mercado gastronômico.

Líderes do setor compartilham suas estratégias para entregar valor que ressoa com o consumidor atual, equilibrando preço, experiência e autenticidade.



“Eu não abri o Tan Tan com a intenção de ser premium ou ganhar prêmio. Eu queria cozinhar algo verdadeiro, que tivesse a ver comigo, com minhas referências familiares e culturais, e com aquilo que gosto de comer.”

Thiago Bañares
Tan Tan/Kotori



“Eu quero entregar mais, as pessoas precisam sair dos nossos restaurantes muito mais felizes do que quando elas entraram.”

Leonardo Rezende
Grupo Glória - Glória Bistrô/Pici Trattoria



“No premium, o valor está no detalhe: louças e itens exclusivos, equipe bilíngue, sommelier, oshibori no ponto certo e banheiros impecáveis. Esse grau de exigência é o que justifica cobrar mais.”

Marcelo Fernandes
Kinoshita/Foglia Forneria

Trechos do Podcast “Se Meu Inconsciente Falasse”, apresentado pelo Risposta.



“Em 2026, o valor na experiência do foodservice deixa de ser percebido pelo excesso e passa a ser definido pela clareza. O consumidor come menos, escolhe melhor e compara mais, com orçamento pressionado e novas prioridades de gasto. Prazer, saúde, conveniência, identidade e custo-benefício precisam coexistir na mesma proposta.

Em um cenário de pressão de custos, escassez de pessoas, avanço do delivery e adoção acelerada de tecnologia, bares e restaurantes que não leem a jornada com profundidade tendem a perder relevância. O cliente continua querendo sair, celebrar e se conectar; mas faz isso com mais consciência e tolera cada vez menos frustrações básicas.”

Simone Galante
Fundadora da GALUNION



O novo luxo não grita. Ele prova.

Quiet Luxury e a busca pela verdade no prato

Menos ostentação. Mais autenticidade, origem e simplicidade bem feita.

O consumidor cansou de conceitos fabricados para o Instagram. Em 2026, o fine dining se move para o “luxo silencioso”: história real, ingrediente impecável e regionalismo extremo — sem excessos cênicos. O luxo deixa de ser aparência e passa a ser verdade.

Identidade & Coerência

Viraram critério de escolha: história + prática precisam combinar.

Valor autêntico

O mercado vive o “Value Barbell”: ou preço baixo ou altíssima qualidade/autenticidade — o meio termo desaparece.

Hiper-regionalismo

O novo premium é a especificidade: menus globais dão lugar a menus hiper-regionais (ex.: Sardenha, Oaxaca, Calábria).

Propósito e simplicidade como a sofisticação máxima.



“Hoje, não se trata de quantidade, mas de qualidade. Assim como um bom vinho: uma taça bem escolhida vale mais do que uma garrafa inteira. Menos é mais.”

Emmanuel Bassoleil
Hotel Unique/Skye



“Você pode vender uma garrafa dizendo que ela é premium. Mas, quando conta a história da bebida, mostrando a cultura que existe por trás dela, tudo muda.”

Yasmin Yonashiro
Jojo Ramen

Trechos do Podcast “Se Meu Inconsciente Falasse”, apresentado pelo Risposta.



A gastronomia não atrai turistas por acaso. Ela se torna uma parte importante da viagem.

Turismo como fonte de crescimento

O Brasil vive um momento único: o turismo bate recordes históricos enquanto a gastronomia se consolida como principal critério de escolha de destino. Para restaurantes, isso representa uma janela de oportunidade — mas apenas para quem souber capturar e converter esse fluxo em experiência memorável.



9.3M

TURISTAS INTERNACIONAIS
NO BRASIL EM 2025 (RECORDE HISTÓRICO)

Oportunidade: O "Super Ciclo" do Turismo (2025–2026)

53%

a mais de ticket médio comparado ao consumo local

Ticket Médio

TM Local



TM Turista



12.5M

VISITANTES NO RIO

GASTRONOMIA COMO DESTINO

39%

dos viajantes escolhem destinos pela gastronomia



O Brasil atingiu números históricos de visitação internacional e a gastronomia deixou de ser complemento para se tornar âncora de decisão.

O setor de hospitalidade e alimenta o projeta expansão acelerada em gastos premium, sinalizando que o turista busca experiências gastron micas autênticas e memoráveis.

O NPS GRINGO (Recomendações)

O NPS é uma métrica internacional medida pelo Risposta que indica o percentual de pessoas que recomendam o negócio aos amigos e familiares. Dados de 2025 Risposta Research.

NPS Turista estrangeiro

72 pts

Encantado pela "cozinha de raiz" e hospitalidade brasileira, mas detratado pela barreira linguística, desconfiança nos preços praticados. Alta satisfação com o produto, baixa tolerância ao atrito operacional.

NPS Turista Local

68 pts

Focado em experiências equilibrando custo-benefício, mais sensível a filas e tempo de espera. Valoriza eficiência e familiaridade, menos disposto a perdoar falhas de serviço.



A Nova Face do Consumo de Gastronomia em 2026

A geração Z está batendo na porta dos 30!

Poder de Compra em Ascensão: A Gen Z representa 30% da força de trabalho global em 2026, com seu poder de compra crescendo 3x mais rápido que outras gerações. Eles agora são os principais tomadores de decisão em refeições familiares e corporativas, aumentando o ticket médio, mas mantendo a exigência por transparência e ética.

O TikTok é o novo Google

53% da Geração Z decide onde comer com base em vídeos curtos. Pesquisam sobre restaurantes e outros estabelecimentos por conteúdos mais dinâmicos e virais.

Menos Álcool

Com consumo de álcool 20% menor que os Millennials, a Gen Z busca restaurantes como centros de conexão social, impulsionando o mercado de Mocktails premium e espaços que priorizam a convivência e a conversa sobre a balada tradicional.

“Longevidade Preventiva” e Saúde

O foco muda do "comer pelo engajamento" para o "comer para durar". Há um crescimento de 18% na busca por menus "bio-individuais" e opções que ofereçam rastreabilidade total da cadeia de insumos, valorizando a nutrição funcional.

A nova hierarquia da descoberta (Gen Z)

Quem inspira, quem valida, quem resolve.

TIKTOK

53%



Descoberta e desejo

INSTAGRAM

32%



Validação estética e identidade

GOOGLE

15%



Horário, endereço e rota

“O boca a boca continua sendo o ativo mais poderoso do foodservice, mas ele só acontece quando a experiência é boa o suficiente para ser contada. Em 2026, comunicar bem deixa de ser só marketing e passa a ser estratégia de negócio. O desafio é amplificar a proposta de valor, transformar ideias em ações e ocupar diferentes mídias com consistência.

Agências deixam de ser fornecedores e passam a ser parte do time. Mais do que storytelling, o jogo agora é storydoing. A verdade sempre prevalece. Contar histórias sim, mas sempre verdadeiras.”

Sylvia Braconnot
Sócia da agência Documenta Comunicação





“Eu enxergo dois grandes desafios no que diz respeito ao marketing e as estratégias de vendas no Foodservice do Brasil. O cliente de 2026 ficou bem mais exigente. Ele está mais seletivo, mais impaciente e menos tolerante à promessas vazias. Quem ainda acha que marketing é só fazer post no instagram vai sofrer muito, porque o jogo mudou: marketing agora é sobre percepção de valor e construção de marca.

O segundo grande desafio é a atenção, que virou moeda rara e cara. O feed está saturado, o cliente anestesiado e não vence quem faz mais barulho, mas quem se posiciona melhor. Restaurante que não sabe responder “por que eu existo?” e “por que eu sou a melhor escolha pra esse cliente?” vira commodity. E commodity briga por preço. Na prática, brigar por preço é brigar pra morrer mais rápido.

Portanto, 2026 vai separar os restaurantes em dois grupos: os que vão ficar tentando “sobreviver com promoções” e os que vão construir marca, consistência e recorrência.”

Marcelo Marani
Especialista em Gestão e Treinamento para Negócios no Foodservice

A Nova Face do Consumo de Gastronomia em 2026

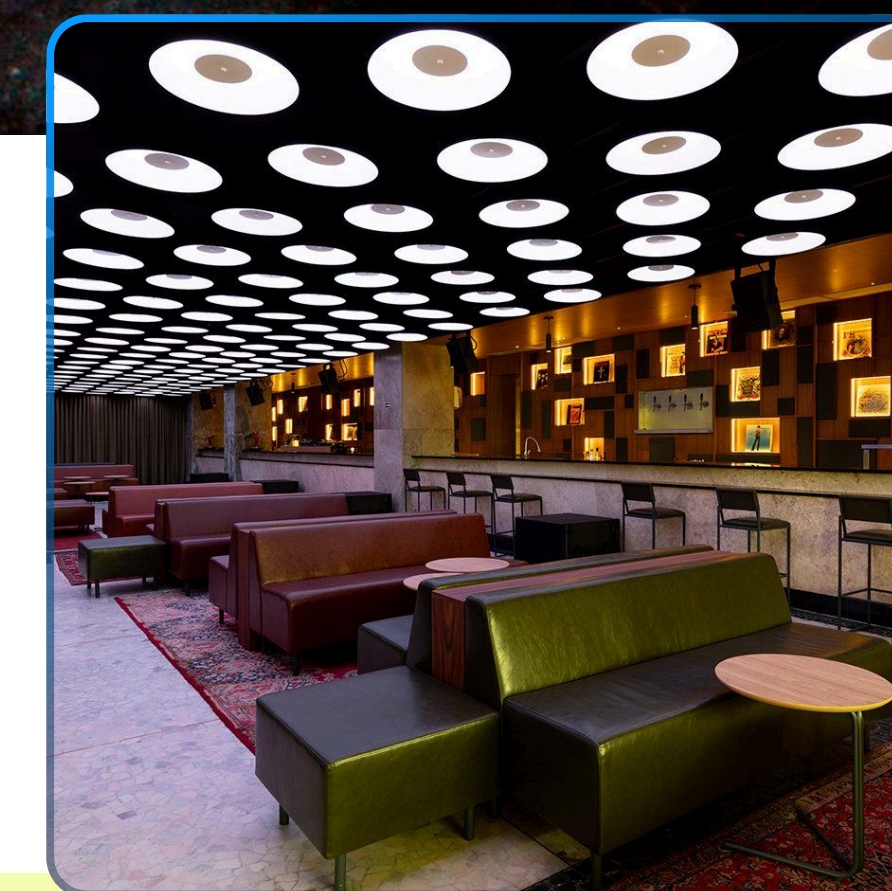
A Era do Luxo Analógico

Em reação à hiperconectividade e à aceleração digital, a gastronomia entra na era do luxo analógico: menos estímulo, mais presença. O valor deixa de estar apenas na sofisticação do prato e passa a residir no tempo, na escuta atenta, no serviço humano e na experiência sensorial completa. Restaurantes que desaceleram, criam silêncio, atenção e rituais tornam-se símbolos de status, cuidado e autenticidade.



111 Music Bar

é um bar contemporâneo que combina coquetelaria autoral, música e atmosfera urbana no coração de Copacabana.



Formosa Hi-Fi

Localizado em São Paulo, o Formosa Hi-Fi é um bar de audição que une vinil, alta fidelidade sonora e coquetelaria em uma experiência sensorial intimista.

Listening Bars

Quando o som vira protagonista.



Eles crescem porque:

Entregam algo impossível de replicar via app

Transformam o ato de sair em experiência sensorial

Criam valor sem depender de excesso ou volume



A Nova Face do Consumo de Gastronomia em 2026

Canal estratégico de aquisição de público

Forma de reduzir a barreira da "porta fechada" do fine dining

Experiência de primeiro contato com marcas aspiracionais

Festivais e Feiras: o "Test Drive" da Gastronomia

Festivais e feiras deixaram de ser apenas canais de venda pontual e se consolidaram como o principal laboratório de experimentação da gastronomia contemporânea. Um prato icônico, oferecido a preço de festival, funciona como uma amostra gratuita de alto valor: reduz a barreira de entrada, apresenta a marca a novos públicos e acelera a decisão de visita ao restaurante físico. Para grupos e marcas consolidadas, esses eventos também se tornaram ferramentas de R&D em tempo real, permitindo testar formatos, receitas e narrativas antes de escalar para o cardápio regular — com impacto direto em awareness, conversão e ticket médio.

28% dos consumidores que provam e gostam da marca em festivais estão altamente inclinados a visitar o restaurante físico em até 60 dias

Grandes redes, como Outback e restaurantes estrelas Michelin, usam feiras como "porta de entrada móvel", com versões snackificadas e atrativas de seus ícones.

O festival vira um laboratório de R&D em tempo real, testando aceitação antes do lançamento nacional.

O valor do festival não está só no caixa do dia, mas no aprendizado, na conversão e na marca.





O fim do greenwashing. Sustentabilidade agora precisa dar retorno.

Sustentabilidade que gera retorno financeiro

Em 2026, sustentabilidade deixa de ser discurso e vira método de gestão. O consumidor exige transparência, e o operador exige resultado: menos desperdício, mais margem e cadeias locais resilientes. Ser “verde” sem eficiência não se sustenta.

Origem transparente deixa de ser diferencial: vira exigência básica (ingredientes locais / “heritage”).

Combater desperdício é estratégia direta contra a inflação de alimentos (cozinha inteligente + reaproveitamento integral).

71%

dos consumidores priorizam marcas com práticas ambientais reais (ex.: redução de desperdício).

68%

dos operadores com melhor desempenho financeiro adotam práticas sustentáveis nos processos.

O desperdício é o inimigo nº 1 da cozinha moderna.



“Eu não sigo práticas clássicas como torcer salsinha no pano. Prefiro o aproveitamento integral: no tomate, não retiro polpa nem sementes; utilizo tudo. Sempre tive uma consciência forte sobre escassez e desperdício de insumos.”

Janaina Torres
Bar da Dona Onça



“Causar impacto não é apenas manter a floresta em pé, mas garantir que as comunidades estejam satisfeitas. Quando uma comunidade está bem, ela se torna a primeira a preservar o peixe e a proteger a floresta.”

Felipe Schaedler
Banzeiro

Trechos do Podcast “Se Meu Inconsciente Falasse”, apresentado pelo Risposta.

Quem mede, corrige. Quem não mede, paga.

Gestão data-driven: um requisito do negócio

A intuição dá lugar à matemática. A IA vira ferramenta de sobrevivência.

A margem de erro acabou. Em 2026, gestão eficiente não é cortar custos no escuro — é usar dados em tempo real para prever demanda, controlar CMV e tomar decisões com precisão. A IA deixa de ser novidade e vira rotina operacional.

31%

Restaurantes planejam adotar IA em 2026 (marketing e operações).

28%

já utilizam IA em algum processo no Brasil.

51%

profissionais de marketing priorizam mensuração como investimento #1 para 2026.

Grandes impérios são construídos com números, não apenas receitas.

A era da intuição pura ficou para trás. Em 2026, a gestão estratégica no setor de alimentação é ditada por dados, métricas e processos bem definidos. É a matemática por trás da magia que garante a sustentabilidade e o crescimento.



“Analisamos e medimos tudo: satisfação do cliente, processos e resultados. Medir, medir e medir. Trabalhamos com base em dados. Menos intuição, mais números.”

Pedro Silveira
Alife Nino



“Quando crescemos, escolhemos indicadores claros de qualidade, desempenho e relacionamento com o cliente para comparar as casas e puxar o padrão para cima. Mostrar número faz parte da gestão.”

Ricardo Garrido
CiaTC



“Restaurante tem que ter processo. Saber cozinhar não é suficiente: a operação é muito mais profunda e complexa do que isso.”

Paulo Barros
Moma


Trechos do Podcast “Se Meu Inconsciente Falasse”, apresentado pelo Risposta.

“2026 será um ano especialmente desafiador para o foodservice. Um calendário carregado de feriados, Copa do Mundo, eleições e o início da Reforma Tributária impactam diretamente fluxo, equipe, caixa e tomada de decisão. Nesse cenário, o imprevisto cobra caro demais e precisa perder espaço.

Gestão financeira, clareza estratégica e cuidado real com as pessoas deixam de ser discurso e passam a ser prática diária. Tudo está conectado, o que exige mais organização. 2026 nos convida a investir em eficiência e decisões baseadas em dados.”

Renata Cruz
Fundadora da Foodness





A experiência do funcionário precisa ser tão valorizada quanto a do cliente.

A Cultura Interna é o que o Cliente experimenta no Prato

Em um mercado com escassez crítica de mão de obra, a retenção de talentos é o maior desafio. Funcionários engajados garantem a consistência que fideliza o cliente.

Turnover

Substituir um gerente pode custar mais de US\$ 2.600.

Experiência do Colaborador

Planos de carreira e flexibilidade são essenciais para competir com a "gig economy".

Felicidade vs. Salário

48% dos colaboradores preferem respeito a um aumento salarial.

Cultura

Quando a equipe sente orgulho, o cliente percebe. "A cultura é a última vantagem competitiva real".

Cuidar de quem cuida: A estratégia de retenção dos líderes.



“Cuidar do time de perto é algo que eu não quero perder nunca. Hoje, esse é o principal ativo que eu valorizo em mim como gestor. Não basta contratar: se a pessoa não entende seu papel, o treinamento, o grupo e o caminho de crescimento, ela não fica.”

Gabriel Fullen
Grupo Locale



“Se você tem um gerente pronto e uma equipe pronta, você precisa dar o próximo passo pra eles, senão eles vão fazer isso em outro lugar. A equipe melhora todo dia com processo, e é essa cultura interna que o cliente sente no atendimento e no prato.”

Arri Coser
NB Steak

Trechos do Podcast “Se Meu Inconsciente Falasse”, apresentado pelo Risposta.

Dobrar por dias em sequência
é a maior causa de desistência
na hora de escolher um novo trabalho

61%

Outros motivos de desistência

Folga uma vez por semana

26%

Não dividir gorjeta igual para todos os colaboradores

13%

41%

dos funcionários não estão satisfeitos com seus
pacotes de salários e benefícios



Pesquisa de Clima Risposta

Agende uma Sessão de pesquisa
de clima na sua unidade

AGENDAR PESQUISA DE CLIMA

21%

dos colaboradores não
recomendam os
restaurantes em que
trabalham como um bom
lugar para os amigos
trabalhar.

71%

das reclamações estão
ligadas a aspectos de
liderança e comunicação.

8%

dos restaurantes dizem ter
feito pesquisas de clima
com seus colaboradores



•
•
•
•

O Futuro do
foodservice é
profundamente
humano

O Restaurante vencedor em 2026

Serviço

Interação humana no salão

Cardápio

Ofertas honestas e autênticas

Dados

Eficiência invisível nos bastidores

Equipe

Colaboradores engajados e motivados



“A temporada de 2025 do videocast “Se Meu Inconsciente Falasse” mostrou que a gestão de bares e restaurantes deixou de ser guiada apenas pela intuição. Os entrevistados destacaram o uso crescente de dados para aumentar a eficiência das operações e aprimorar a experiência do cliente, sem perder espontaneidade ou humanização no atendimento.

Em 2026, o podcast tem o compromisso de continuar a lançar luz sobre empresários e gestores que se destacam no segmento e que não abrem mão dos dados para obter resultados satisfatórios.”

Daniel Salles

Jornalista e Host do podcast “Se Meu Inconsciente Falasse”

RESTAURANTE
Origem

GURUMÊ

banzeiro
cozinha amazônica

藍染
AIZOMÊ

BRÁZ
PIZZARIA

RUBAIYAT

ADEGA SANTIAGO

MODERN
MAMMA
OSTERIA

mocotó
BAR E RESTAURANTE

**Mais de 1500 restaurantes
confiam no Risposta**

RÁSCAL

GULA GULA

Pirajá

BAR
ASTOR
COZINHA BOÊMIA

GIUSEPPE

1900
PIZZERIA

PIZZA
DA
MOOCA
2011

OUTBACK
STEAKHOUSE®

MANÍ



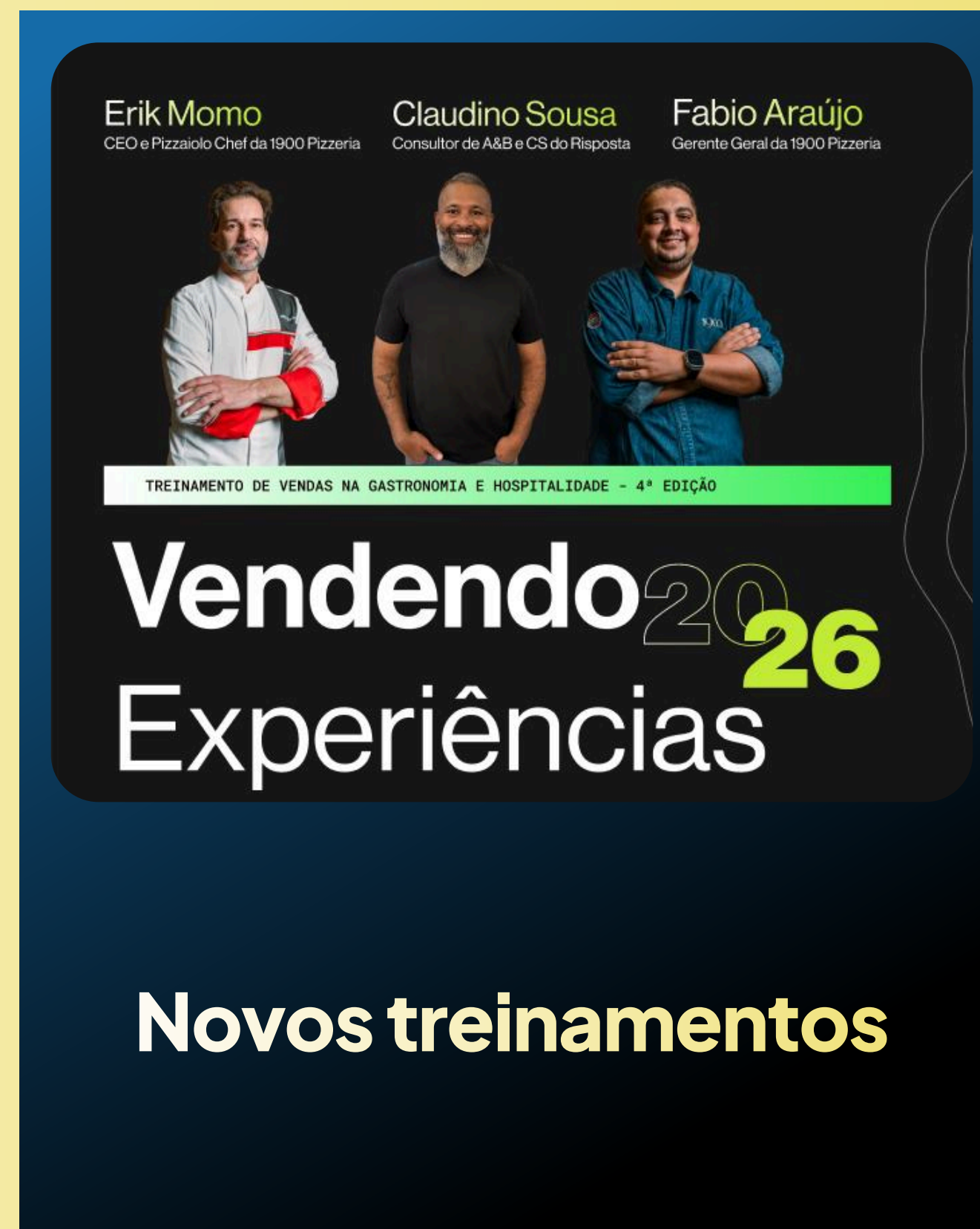
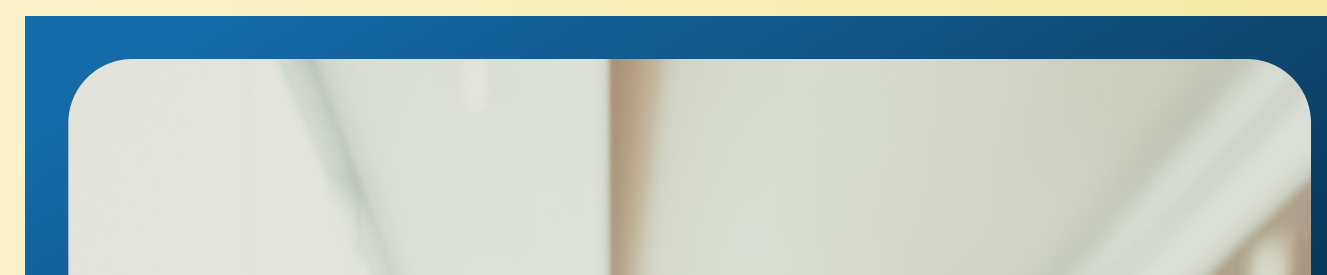
Novo aplicativo Gerencial



Central de Reputação Risposta



Recomendações com Inteligência Artificial



2026

Um ano repleto de novidades
no Risposta

NOVA IA RISPOSTA PARA CONTROLAR QUALIDADE DA PESQUISA

O que está mudando

Estamos ampliando o uso de Inteligência Artificial para reforçar três pilares essenciais das pesquisas de satisfação

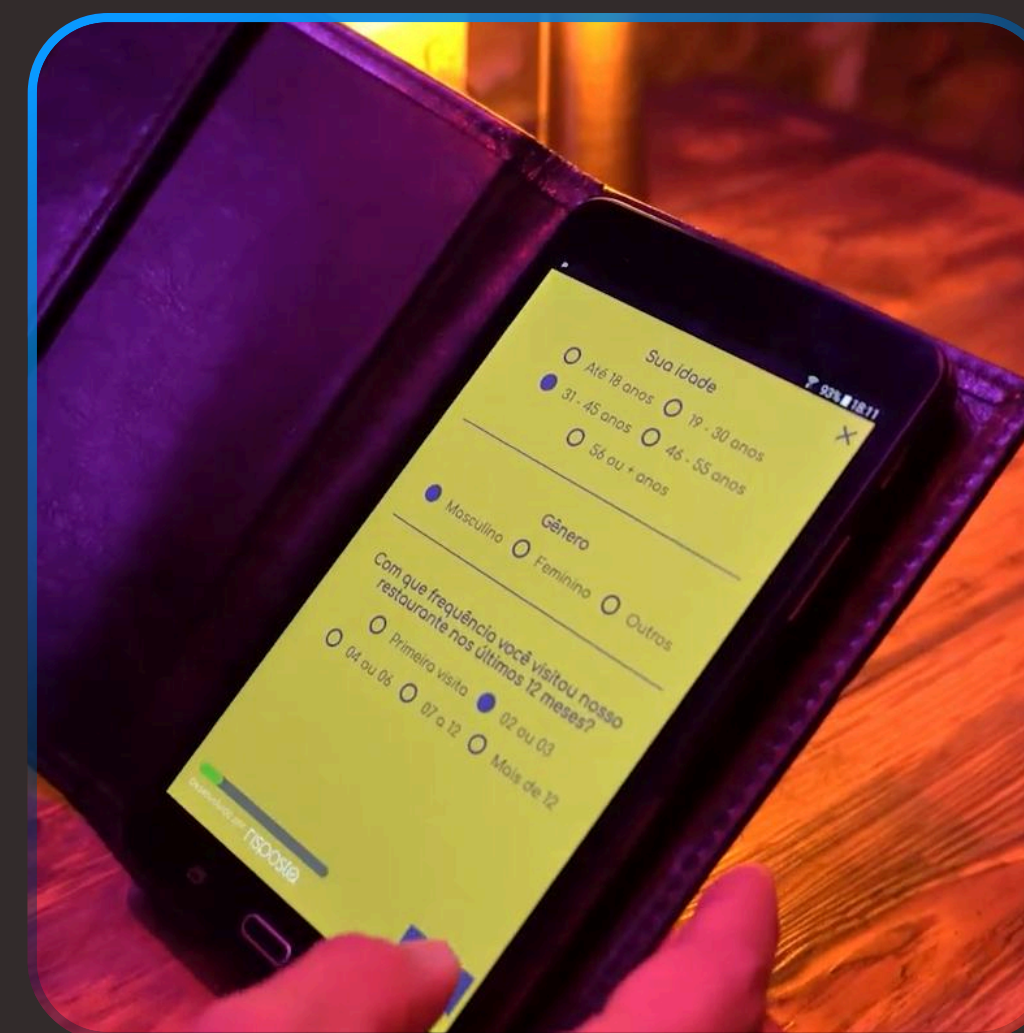
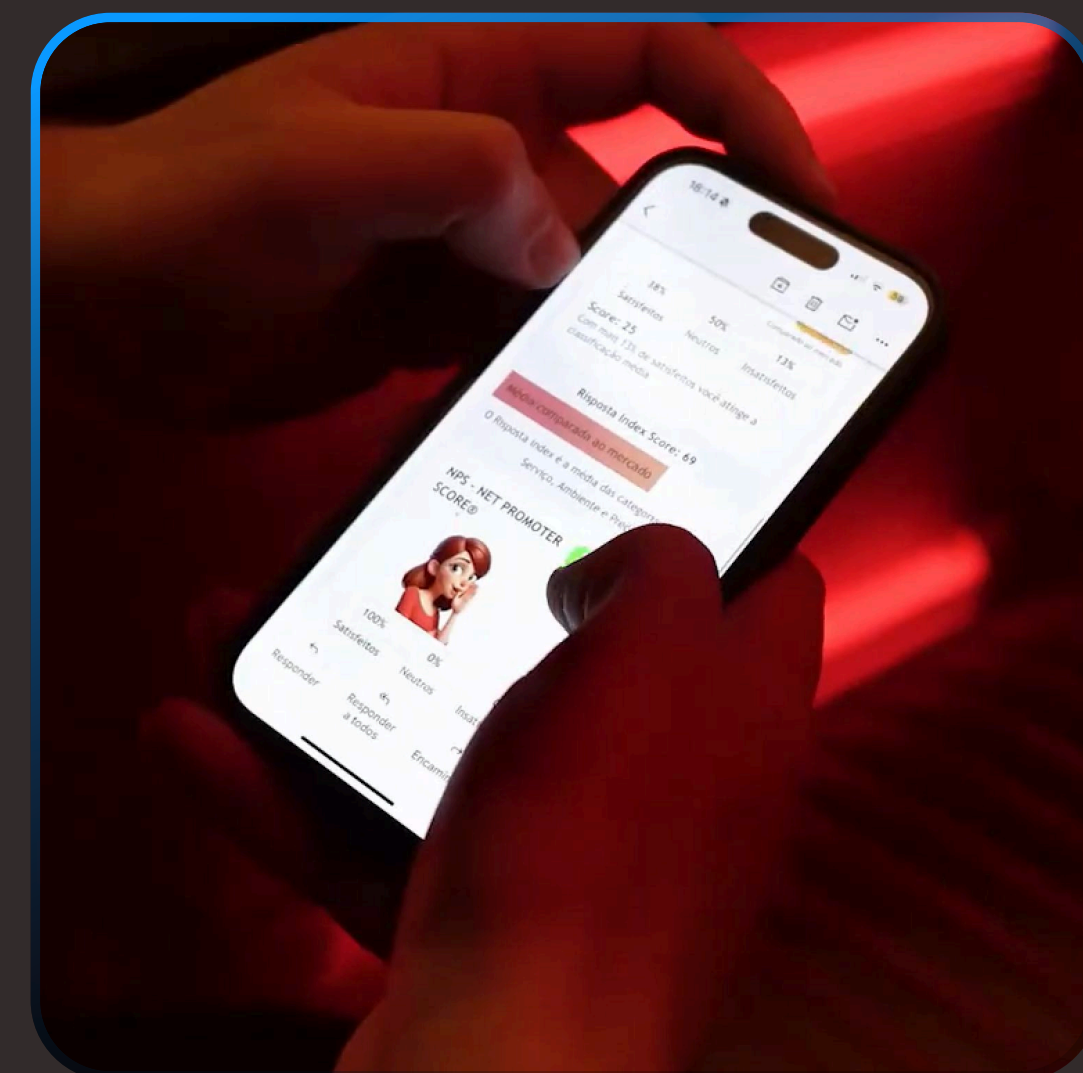
Qualidade dos dados

Controle de amostras

Prevenção de Fraudes

Como a IA atua

- Identifica padrões anormais de respostas repetidas ou inconsistentes.
- Monitora volume e distribuição das respostas ao longo do tempo.
- Detecta comportamentos suspeitos sem interferir na experiência do cliente.
- Garante amostras mais equilibradas e representativas.



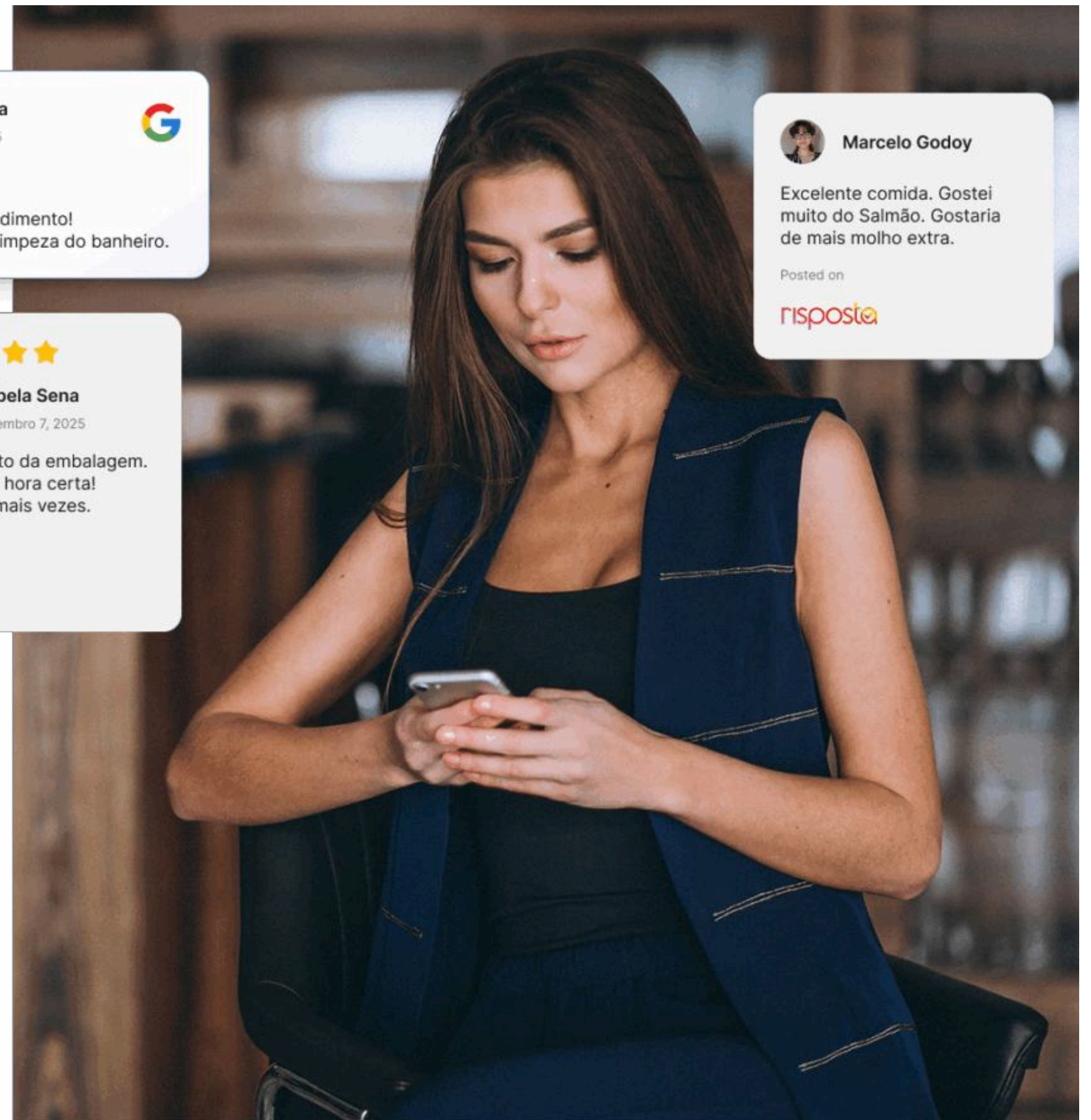
CENTRAL DE REPUTAÇÃO RISPOSTA

Centralize todas as avaliações do seu restaurante em uma única plataforma.

Acompanhe avaliações do Google, Risposta e Ifood em um único painel. Veja tendências, alertas e quedas de satisfação imediatamente, sem precisar acessar várias plataformas.



Saiba mais em risposta.app



Obrigado e Juntos em 2026

Encerramos o Anuário Risposta 2026 com um profundo agradecimento a todos os gestores e profissionais da gastronomia que caminharam conosco ao longo deste ano. A participação ativa de nossos clientes em treinamentos, artigos, pesquisas e podcasts foi fundamental para promover trocas genuínas de experiências, aprendizados e insights que seguem elevando o setor a novos patamares em dados, gestão e experiência do cliente.

Seguimos comprometidos em oferecer respostas cada vez mais rápidas e acionáveis, por meio de recomendações claras e baseadas em dados, para tornar a sua gestão mais eficiente, segura e confiante nas decisões do dia a dia.

Nosso propósito é apoiar você na construção de experiências excepcionais para clientes e equipes, de forma consistente e sustentável.

A equipe Risposta se orgulha de estar ao lado de gestores tão dedicados, que transformam desafios em oportunidades e contribuem ativamente para moldar o futuro da gastronomia. Obrigado por confiarem, construírem e evoluírem conosco.

Que este novo ciclo nos inspire a continuar colaborando, aprendendo e crescendo juntos. Nosso sincero agradecimento por fazerem parte dessa jornada!

Com gratidão e confiança no futuro,

Equipe Risposta

gerencie

pela **experiência**

