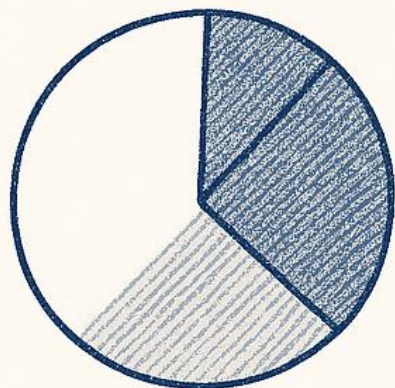
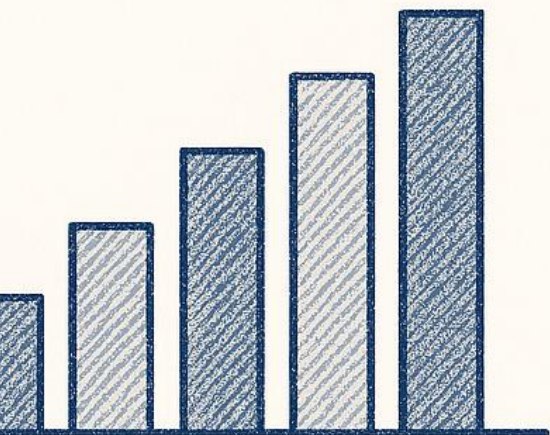


Panorama de consumo

Refeições fora do lar & *Delivery*

edição 2025

pesquisa quantitativa



Metodologia

Introdução

A pesquisa teve como foco analisar o panorama de consumo de refeições fora de casa e dos serviços de delivery por parte da população do estado do Paraná.

Bom como também realizar e apresentar uma comparação entre os resultados apurados no ano de 2024 e agora em 2025, de modo a identificar possíveis tendências.

Com base em um estudo que envolveu 434 moradores de diferentes cidades do estado do Paraná, o objetivo foi mapear aspectos relacionados a esse consumo.

Através de um questionário estruturado, foram coletadas informações sobre hábitos, preferências, experiências, frequência e expectativas relacionadas a essas duas atividades.

De modo a possibilitar essa comparação no período, foi aplicado o mesmo questionário que já havia sido empregado na pesquisa de 2024.

Além disso, a pesquisa via web (painel – autopreenchimento) foi realizada com base em um plano de cotas cruzadas, segmentado por variáveis como: regional, porte das cidades, gênero.

A compreensão desses aspectos busca oferecer *insights* para orientar futuras políticas de apoio e de aprimoramento para a capacitação dos micro e pequenos empreendedores.

434 entrevistas

Aplicação de um **questionário único** (com perguntas fechadas e abertas) a uma amostra de moradores do estado do Paraná.

A técnica utilizada foi de entrevistas via painel (**autopreenchimento**).

As entrevistas foram realizadas entre os dias **11 e 14/07/2025**.

Margem de erro **+/-5%**.

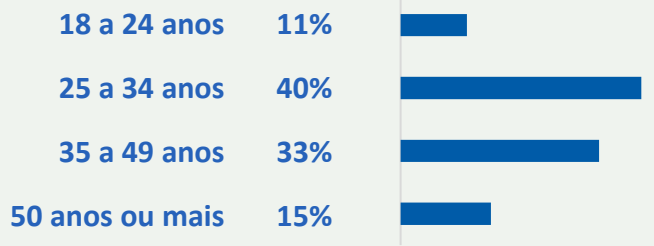
Todo o estudo obedeceu aos códigos de ética da:
ABEP, da ESOMAR e à norma ABNT NBR ISO 20.252:2012



Perfil dos Entrevistados

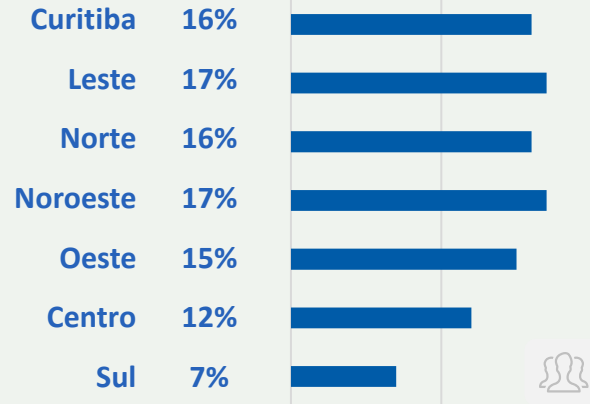
Perfil dos entrevistados

por faixa etária



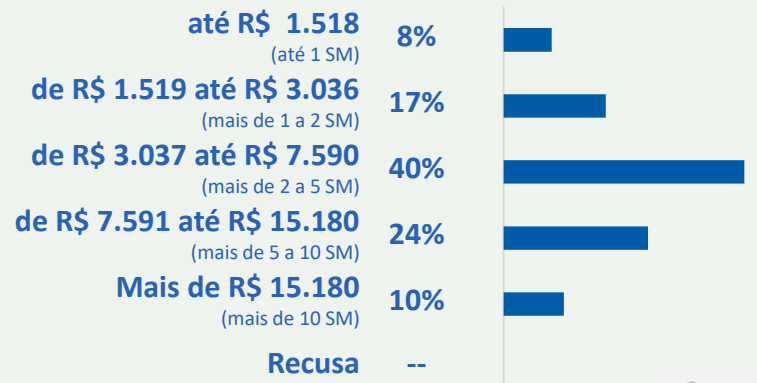
434

por regional



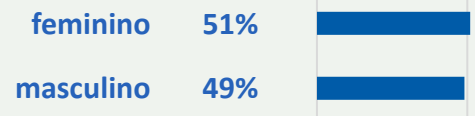
434

por renda familiar



434

por gênero



434

Perfil dos entrevistados

por escolaridade



* amostra reduzida

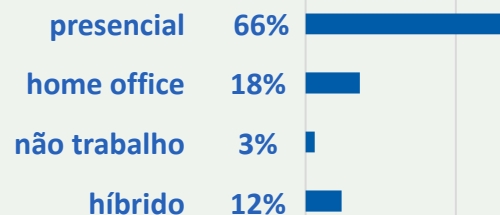
 434

por ocupação



 432

por característica do trabalho



Entrevistados que afirmaram ser 'aposentados(as)', 'desempregados(as)' e do lar não responderam a pergunta.

 361

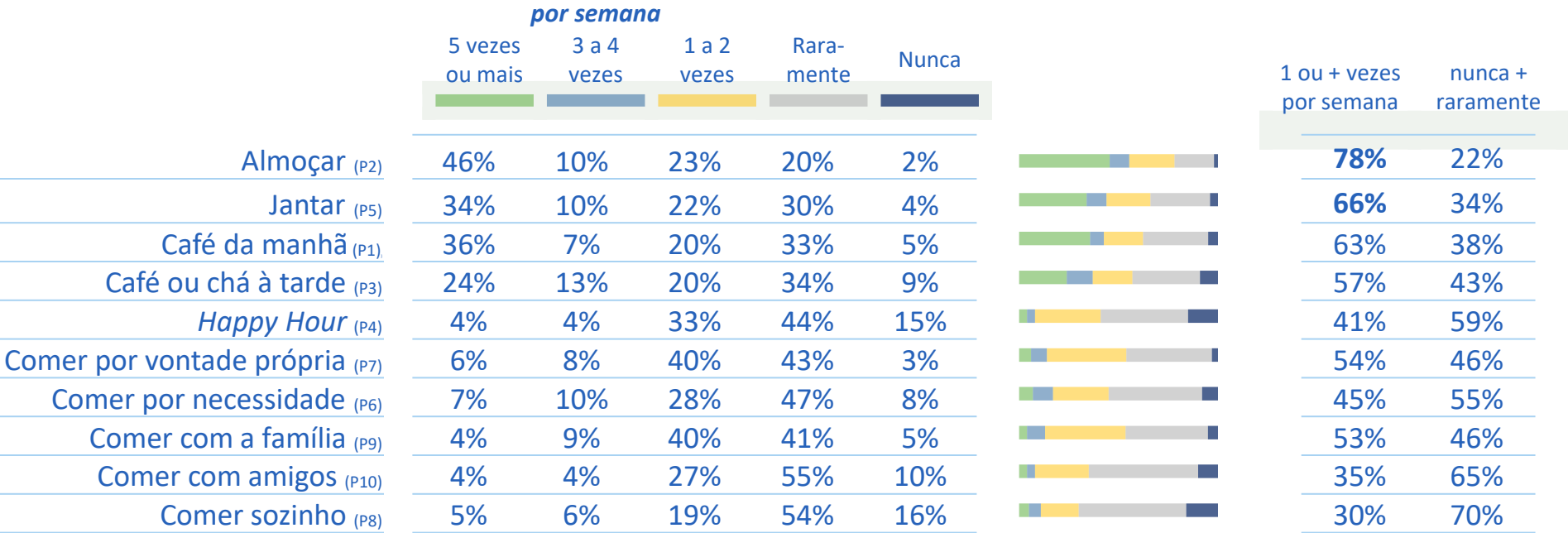


Resultados sobre refeições fora de casa

Frequência

A ‘refeição’ realizada fora de casa de forma mais frequente foi ‘**almoçar**’ (78%), ainda que o ato de ‘**jantar**’ (66%) não seja muito diferente, com ambos os hábitos presentes para mais de 3 em cada 5 desses respondentes. (P1/5)

Aqueles que também realizam outras refeições fora de casa, como ‘**café da manhã**’ (63%), ‘**café ou chá à tarde**’ (57%) e o ‘**happy hour**’ (41%) apresentaram também percentuais não desprezíveis.



Frequência

As refeições fora de casa motivadas por **necessidade** já representariam quase 1 em cada 2 respostas (45%), o que não deixa de ser um volume considerável desse universo. (P6)

Já os que realizam refeições fora de casa ‘**por vontade própria**’ alcançaram percentual ainda mais elevado (54%) junto a esses moradores do Paraná. (P7)

As refeições fora de casa ‘**com a família**’ alcançaram percentual elevado, pouco mais da metade desses moradores (54%), ainda que ‘sozinho’ (30%) ou mesmo ‘**com amigos**’ (36%) também tenham alcançado resultados expressivos. (P8/10)

A comparação dos resultados apurados em 2024 com os de agora apresenta grande similaridade com 2025, com praticamente todos com oscilações dentro da margem de erro (+/-5%)

Refeições fora do lar

frequência que realiza as seguintes atividades fora de casa 1 ou + vezes por semana

	2024	2025
Almoçar (P2)	75%	78%
Jantar (P5)	65%	66%
Café da manhã (P1)	57%	63%
Café ou chá à tarde (P3)	52%	57%
Happy Hour (P4)	38%	41%
Comer por vontade própria (P7)	57%	54%
Comer por necessidade (P6)	47%	45%
Comer com a família (P9)	54%	54%
Comer com amigos (P10)	35%	36%
Comer sozinho (P8)	31%	30%



430

434

Atributos



Os aspectos envolvidos na decisão da refeição fora de casa apresentaram importâncias elevadas no que se refere à opção de bares, cafés ou restaurantes. (P11/22)

Tal constatação repete algo observado na rodada anterior (2024), inclusive, apresentando a mesma média geral de indicadores, correspondendo a 8,5.

Os mesmos atributos se destacam: ‘higiene & limpeza’ (9,4), ‘qualidade da comida’ (9,3) e ‘atendimento’ (9,1) pelas elevadas importâncias e diminuta variação (3%).

Em um **bloco intermediário** ‘variedade do cardápio’ (8,6), ‘ambiente & atmosfera’ (8,6), ‘qualidade da bebida’ (8,5) e ‘preço & valor’ (8,5) e todos ainda com altas importâncias e com variação também reduzida (2%).

Chama atenção o tópico ‘preço & valor’ ser apenas a 7ª posição em termos de importância para a escolha do estabelecimento, algo não tão intuitivo à 1ª vista, ainda que similar ao constatado em 2024 (5ª posição).

Atributos de bares, cafés ou restaurantes

escala em que ‘0’ é nada importante e ‘10’ é muito importante

	2024	2025
Higiene e limpeza (P16)	9,5 425	9,4 427
Qualidade da comida (P11)	9,4 428	9,3 431
Atendimento ao cliente (P14)	9,2 428	9,1 431
Variedade do cardápio (P13)	8,5 429	8,6 433
Ambiente e atmosfera (P15)	8,7 428	8,6 431
Qualidade da bebida (P12)	8,6 427	8,5 430
Preço e valor (P17)	8,7 428	8,5 430
Avaliações e recomendações (P22)	8,2 426	8,3 425
Facilidade de acesso (P19)	8,3 429	8,2 431
Localização (P20)	8,2 428	8,1 430
Reservas e tempo de espera (P18)	7,9 427	8,0 426
Oferta de pratos diferenciados (P21)	7,1 424	7,4 424

Escolha

Os outros aspectos envolvidos na escolha do estabelecimento para a refeição fora de casa apresentaram, no geral, níveis de importância um pouco mais reduzidos do que na bateria anterior, ainda que mesmo assim os indicadores possam ser considerados elevados. (p23/28)

Tanto que a média dos graus de importância desses 6 aspectos correspondeu a 7,6, um valor ainda considerável, na mesma linha dos fatores anteriormente avaliados.

Ainda que as diferenças tenham sido muito diminutas, nesses 6 aspectos adicionais envolvidos na escolha do estabelecimento, todos os indicadores em 2025 foram ligeiramente inferiores aos de 2024.

Escolha do estabelecimento

escala '0' a '10' em que '0' é nada importante e '10' é muito importante

		2024	2025
	Produtos saudáveis (P26)	8,3 427	8,0 428
	Responsabilidade social (P24)	8,1 427	8,0 430
	Origem local dos insumos (P23)	7,8 425	7,7 425
	Sustentabilidade (P25)	8,0 428	7,7 430
	Atender a restrições alimentares (P28)	7,4 425	7,2 430
	Produtos orgânicos (P27)	7,3 422	7,1 426

■ amostra

P23 a P28. Em uma escala de '0' a '10' em que '0' é nada importante e '10' é muito importante, qual a importância dos seguintes aspectos na escolha de bares, cafés ou restaurantes? (rodiziar)

Preferência

A **ordem** de preferência das opções de comida para as refeições fora de casa destaca a comida **‘brasileira’** (feijoada, churrasco, prato feito ...), seguida pela **‘italiana’** (pizza, massa, risoto ...). (p29)

Chama atenção a **diferença** entre essas 2 opções, ‘comida brasileira’ e ‘italiana’, cuja pontuação total apresentou uma variação de 11%, um percentual menor do que em 2024, que correspondeu a 16%.

Da mesma forma que a variação entre as preferências pelos **‘doces & sobremesas’** frente às ‘comidas **étnicas’** foi de 2%, menor do que a margem de erro e do que em 2024 (8%).

Já **entre os extremos**, a preferência da ‘comida brasileira’ e das ‘comidas étnicas’ apresentou em 2025 uma variação que correspondeu a **68%**, em comparação a 82% em 2024.

Preferência por tipos de comida fora do lar

ordem de preferência

		2024	2025
	Brasileira	1º 2.038	1º 2.010
	Italiana	2º 1.753	2º 1.808
	Lanches	3º 1.674	3º 1.638
	Saudável	4º 1.244	4º 1.235
	Doces & Sobremesa	5º 1.199	5º 1.225
	Étnicas	6º 1.122	6º 1.198

■ pontuação

Restrição

O correspondente a 17 em cada 100 desses entrevistados (17%) declararam possuir algum tipo de restrição alimentar, em comparação com a mesma questão em 2024, que foi de 14%. (P30)

A variação com relação à mensuração em 2024 foi de pouco mais de 21%, talvez sinalizando uma maior conscientização da população.

Os percentuais de pessoas com restrições alimentares aparentemente se apresentam inferiores a números conhecidos da realidade brasileira, como no caso da intolerância a lactose, estimada em fontes publicas como sendo 40%.

Além do fato de o equivalente a 2% desses participantes terem mais do que apenas uma única restrição alimentar, resultado similar ao apurado na edição da pesquisa em 2024

P30. Possui alguma restrição alimentar? (restrição alimentar é um tipo de limitação na dieta de um indivíduo)
P31. Qual restrição alimentar você possui? (RM)

Restrições alimentares

tipo de restrições



tipo de restrições que possuem

Intolerância à lactose	8%
Alergias (frutos do mar, castanhas...)	5%
Vegetariano	1%
Diabetes	1%
Celíaco	1%
Vegano	1%

Conforto

Tanto o **‘rodízio’** (8,8) quanto o **buffet’** (8,7) alcançaram **‘aceitação’** elevada, ainda que os resultados de **‘opções a la carte’** (8,0) e **‘pratos executivos ou pratos feitos’** (7,9) também tenham sido bem positivos. (P32/36)

Os **‘cardápios em QR code’** destoam (6,2) ao se situarem abaixo das demais opções, em que pese poder se tratar de um processo com o qual a população venha a se acostumar com o tempo, dado ser mais recente do que os demais.

Ainda que tenha se tratado do único aspecto a apresentar uma variação mais expressiva (-9%) na comparação com os resultados de 2024, o que pode indicar uma menor aceitação do QR code em si.

Como referência, vale ter em mente que a **média** dessas características dos locais em 2025 foi de **8,0**, um resultado bem elevado e equivalente a 2024.

Conforto com características dos locais

escala em que ‘0’ é nada confortável e ‘10’ é totalmente confortável

		2024	2025	
	Sistema de rodízio (P35)	8,8 429	8,8 429	amostra
	Sistema de buffet (P34)	8,7 426	8,7 430	
	Opção a la carte (P33)	8,0 423	8,0 426	
	Pratos executivos ou feitos (P36)	7,8 430	7,9 429	
	Cardápio em QR Code (P32)	6,8 426	6,2 426	
		8,0	8,0	média

P32 a P36. Em uma escala de ‘0’ a ‘10’ em que ‘0’ é nada confortável e ‘10’ é totalmente confortável, quão confortável se sente com os seguintes aspectos em bares, cafés ou restaurantes?

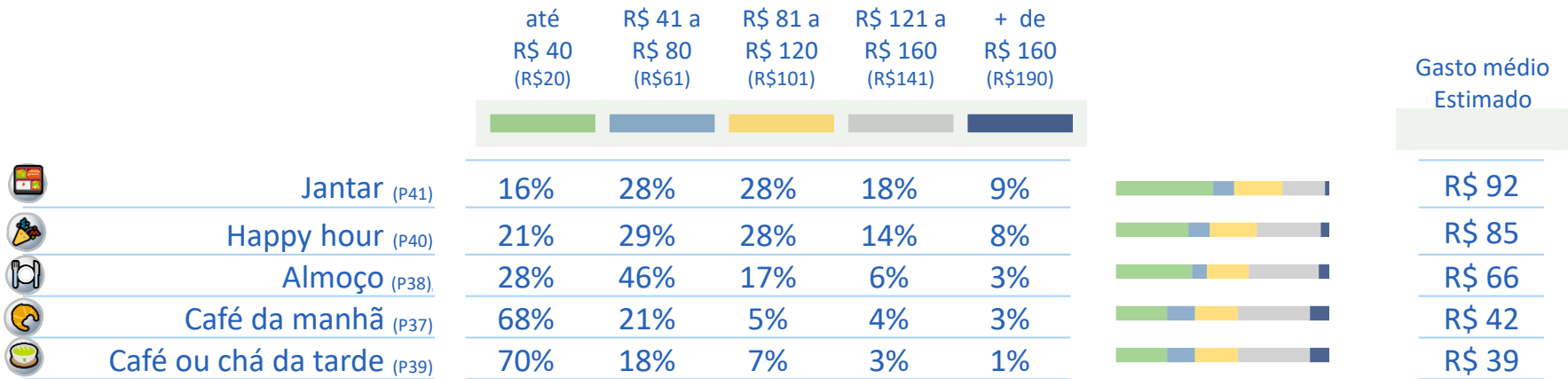
Gasto

De modo a facilitar a comparação, para cada uma das diferentes refeições realizadas fora de casa foram calculados os **valores médios** do gasto por pessoa e a média geral. (P37/41)

Surpreende que **Happy Hour** (R\$ 85) se posicione com um gasto superior às despesas com Almoço (R\$ 66), ainda que, entre todas as refeições fora de casa o **Jantar** (R\$ 92) represente o valor mais elevado.

Faixa de gasto por tipo de refeição

Detalhes sobre os gastos por refeição fora de casa | Gastos por pessoa (R\$)



Gasto

No geral, as médias dos gastos declarados por tipo de refeição fora de casa foram um pouco superiores aos números calculados na pesquisa de 2024, algo esperado em decorrência da inflação ocorrida no período. (P37/41)

Com exceção dos gastos por pessoa com o Jantar e Almoço, que pelo 2º ano consecutivo apresentou os mesmos valores médios.

Faixa de gasto por tipo de refeição

Gastos por refeição fora de casa , por pessoa (R\$)

		2024	2025	
	Jantar (P41)	R\$ 92 429	R\$ 92 429	■ amostra
	Happy hour (P40)	R\$ 80 426	R\$ 85 430	
	Almoço (P38)	R\$ 66 423	R\$ 66 426	
	Café da manhã (P37)	R\$ 40 430	R\$ 42 429	
	Café ou chá da tarde (P39)	R\$ 38 426	R\$ 39 426	



Resultados sobre deliveries

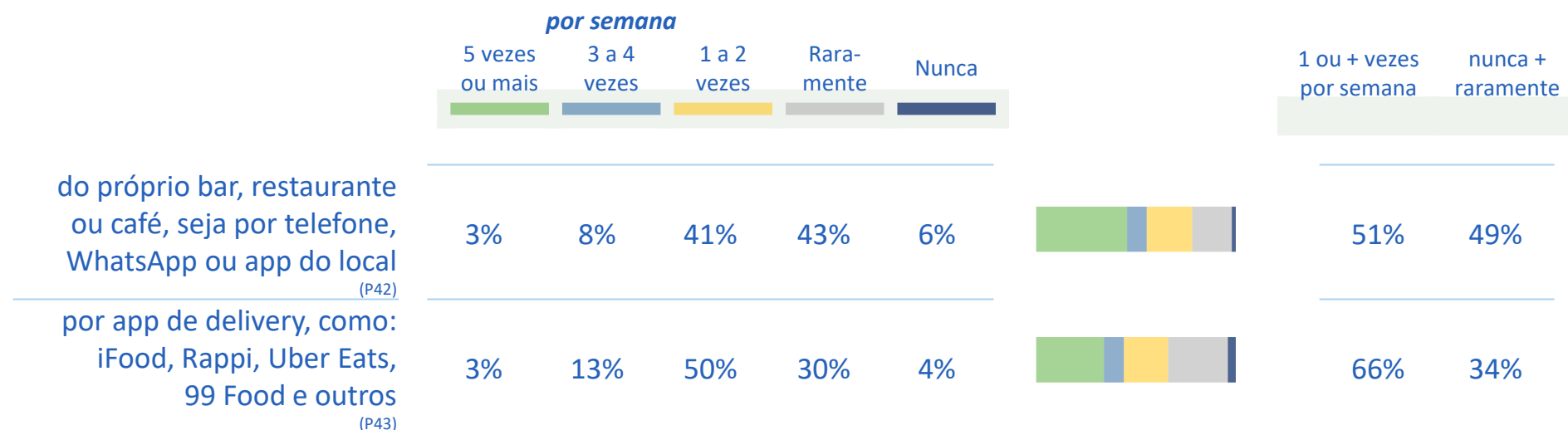
Frequência que pede comida entregue em casa

A frequência de solicitar comida para ser entregue em casa dos próprios bares, restaurantes ou cafés, seja por telefone, WhatsApp ou app do local já alcançou mais de metade da população (51%). (P42)

Essas solicitações junto aos aplicativos como iFood, Rappi, Uber Eats, 99 Food e similares apresentam um agregado ainda mais elevado (66%), o que sugere a consolidação do hábito. (P43)

Frequência que pede comida entregue em casa

Periodicidade semanal



Atributos

Os atributos considerados (de ambos os tipos de serviços de entrega utilizados) para as comidas alcançaram avaliações elevadas. (P44/49)

Tanto que a média correspondeu a 8,4 em 2025, ainda que tal resultado abarque uma variação de 19% entre os limites apurados quanto aos graus de satisfação.

A oferta de pratos diferenciados para diabéticos, vegetarianos ou celíacos, mesmo já apresentando satisfação boa, possivelmente tenha espaço para crescimento, ainda que talvez não seja uma demanda tão presente (a ser verificado).

A comparação com os resultados de 2024 apresenta redução (mínima) em todos os atributos, com exceção de opções de pagamento, talvez devido a um crescimento de expectativas (média em 2024 - 8,5).

Atributos avaliados das entregas

Tanto dos deliveries quanto dos aplicativos próprios

		2024	2025
	Opções de pagamento (P48)	8,9 422	8,9 427
	Precisão do pedido (P45)	8,8 422	8,6 427
	Embalagem adequada (P46)	8,8 422	8,6 426
	Atendimento ao cliente (P47)	8,7 421	8,5 424
	Tempo de entrega (P44)	8,4 422	8,1 426
	Pratos diferenciados* (P49)	7,6 411	7,5 408

amostra

*(diabét., vegetar., celíacos)

P44 a P49. Em uma escala de '0' a '10' em que '0' é muito ruim e '10' é muito bom, avalie os deliveries e aplicativos que conhece, utiliza ou já utilizou sobre os seguintes aspectos? (rodiziar)

Atributos

Os aspectos envolvidos na decisão de ‘pedir comida ou bebida’ por delivery ou pelo app do estabelecimento apresentaram importâncias elevadas. (P50/57)

Tanto que a média das importâncias correspondeu a 8,8, ainda que as variações entre os dois extremos (higiene e limpeza & pratos diferenciados) tenha sido de 19%.

Três elementos se destacam: ‘higiene & limpeza’ (9,3), ‘qualidade da comida’ (9,3), e ‘atendimento’ (9,0) pelas mais elevadas importâncias e diminuta variação (3%).

Em um bloco intermediário: ‘preço & valor’ (8,8), ‘variedade do cardápio’ (8,8), ‘qualidade da bebida’ (8,7) e ‘avaliações e recomendações’ (8,6), todos com altas importâncias e variação também reduzida (2%).

Atributos mais valorizados

escala ‘0’ a ‘10’ em que ‘0’ é nada importante e ‘10’ é muito importante

	2024	2025
Higiene e limpeza (P54)	9,4 424	9,3 431
Qualidade da comida (P50)	9,4 419	9,3 428
Atendimento ao cliente (P53)	9,2 423	9,0 430
Preço e valor (P55)	8,9 425	8,8 429
Variedade do cardápio (P52)	8,8 424	8,8 430
Qualidade da bebida (P51)	8,8 415	8,7 427
Avaliações e recomendações (P57)	8,5 424	8,6 428
Oferta de pratos diferenciados (P56)	7,8 413	7,8 413

amostra



Para não
esquecer

Para não esquecer

1

Não se observam variações expressivas entre os percentuais de 2024 e 2025 quanto aos tipos de refeições realizadas fora de casa. (sld10)

2

Nem tampouco quanto à forma ou motivações para essas refeições serem realizadas fora de casa no período de 2024 a 2025. (sld10)

3

Da mesma forma no que se refere aos atributos de bares, cafés ou restaurantes, com a maior diferença correspondendo a 0,3 e as médias coincidindo. (sld12/14)

4

Quanto às preferências por tipos de comida, o ranking não se alterou nesse período, mas existiu uma maior proximidade entre as categorias. (sld16)

5

Os gastos por refeição apresentaram a mesmo ranking em 2025, e *'happy hour'*, *'café da manhã'* e *'café ou chá da tarde'* com um leve aumento no valor médio. (sld23)

6

A frequência de solicitação de comida em casa indicou leve aumento nos apps de delivery (60% para 66%) e diminuição junto aos estabelecimentos (54% para 50%). (sld26)

Para não esquecer

7

Independentemente do tipo de refeição considerada, comer fora de casa já é um hábito bastante presente nesse perfil da população, como os percentuais de ‘nunca’ e ‘raramente’ apontam. (P1/10)

8

De qualquer maneira, existe ainda espaço para crescimento ou de novas oportunidades negociais a serem exploradas em todas essas modalidades abarcadas pelo ‘comer fora de casa’. (P1/10)

9

Ainda que o comer fora de casa ‘por necessidade’ e o realizar ‘por vontade própria’ envolvam expectativas, jornadas e experiências distintas, ambas se mostram relevantes ao se considerar as possíveis oportunidades de negócio. (P6/7)

10

A multiplicidade de aspectos considerados como de importância para o consumidor na escolha do bar, café ou restaurante dá uma ideia da complexidade para o êxito em um negócio nesse ramo de atividade. (P11/22)

11

Tanto a comida ‘brasileira’ quanto a ‘italiana’ desfrutam da preferência desse recorte da população, sendo a variação entre as mesmas de 11%, e a distância para as ‘étnicas’ (6ª preferência) alcançando 68%. (P29)

12

Da mesma forma que tanto o sistema de ‘buffet’ quanto o ‘rodízio’ também são características de serviço muito valorizadas pelos moradores do Paraná. (P32/36)

Para não esquecer

13

Ao contrário do esperado e com os dados coletados, as diferenças observadas nos vários critérios de segmentação não trazem diferenças tão marcantes, talvez em função das amostras.

14

A diferença na frequência de uso dos apps próprios frente aos profissionais foi de 29% a favor dos deliveries profissionais, acima da margem de erro, lembrando que esse percentual em 2024 foi de 10%. (P42/43)

15

Resta claro que o uso de deliveries, próprios ou profissionais, para pedir comida em casa já é um hábito consolidado e utilizado por mais de metade da população ao menos 1 ou mais vezes por semana. (P42/43)

16

A avaliação dos serviços de deliveries (próprios e profissionais) aponta satisfação elevada na quase totalidade dos atributos, visto que, com exceção da oferta de pratos diferenciados (diabetes, vegetarianos...), foi superior a 8,1. (P44/49)

NIC – Núcleo de Inteligência e Conhecimento da UGE/PR é responsável pelo desenvolvimento, disseminação e armazenamento deste produto de inteligência.

Dúvidas, sugestões e melhorias deverão ser encaminhadas ao e-mail: pr-nic@pr.sebrae.com.br



