

**HARMO**

**STATE OF  
REPUTATION  
2023**

**PANORAMA DE REVIEWS  
NO SETOR DE CAFETERIAS  
E SOBREMESAS**

# Sumário

Introdução.....	3
Metodologia.....	4
A importância dos reviews na jornada do cliente.....	5
Marcas avaliadas.....	8
Dados demográficos.....	10
Média de reviews por local.....	11
Taxa de resposta.....	14
Taxa de sentimento.....	16
Análise textual.....	18
Nota do segmento geral.....	20
Conclusão.....	27



# Introdução

O **State of Reputation: Panorama de Reviews no Setor de Cafeterias e Sobremesas** é um levantamento inédito no Brasil, realizado pela Harmo. Coletamos e analisamos mais de 160 mil reviews publicados em 2023, de mais de 4 mil locais de 46 redes, presentes no Google Perfil de Empresas. Os reviews expressam as experiências e opiniões dos clientes dessas empresas, de forma quantitativa e qualitativa. Além disso, os reviews possuem um papel fundamental no processo de tomada de decisão dos consumidores.

O relatório oferece uma visão detalhada sobre a reputação online desses estabelecimentos, a partir da voz dos seus próprios clientes. Nosso objetivo é fornecer ao mercado o primeiro benchmarking do setor, baseado em reviews públicos, permitindo que as empresas comparem seu desempenho, identifiquem oportunidades de melhoria e fortaleçam suas estratégias de negócio.

Esperamos que gestores, empreendedores, profissionais e organizações do setor possam utilizar este material para transformar seus negócios, promovendo experiências cada vez mais adequadas e personalizadas para seus clientes e parceiros.

Este relatório é uma ferramenta essencial para entender o mercado atual, identificar oportunidades de melhoria e fortalecer a presença online das empresas do setor considerando a opinião de quem mais importa: **o cliente**.

# Metodologia

Neste relatório, utilizamos como fonte de dados os reviews publicados pelos consumidores, nos perfis públicos dos mais de 4.5 mil locais selecionados, no **Google Perfil de Empresas**.

A seleção das marcas considerou os seguintes critérios: possuir mais de 40 locais, fazer parte da ABF (Associação Brasileira de Franchising) e/ou do ranking da SBVC (Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo) e/ou ter índice no Reclame AQUI.

Os indicadores analisados neste relatório são: Quantidade de avaliações por local, taxa de resposta, taxa de sentimento dos reviews e nota de 1 a 5 estrelas. Esses são os principais fatores relacionados à qualidade da reputação online dos negócios locais.

Por fim, estamos apresentando neste relatório uma análise textual dos reviews, trazendo informações sobre os principais motivos que interferem na experiência do cliente, tanto de forma positiva quanto negativa.

Período

**2023**

Marcas

**46**

Total de locais

**4.583**

Reviews analisados

**165.042**

Amostragem

**33,13%**

# A importância dos reviews para os negócios locais

No Brasil, o Google e Google Maps, são os canais mais usados pelos consumidores para encontrar negócios locais. No processo de busca, avaliação e decisão, a nota (de 1 a 5 estrelas) e a quantidade de reviews dos locais que aparecem nos resultados, influenciam diretamente as nossas escolhas. Os consumidores estão conversando entre si através dos reviews, todos os dias, ajudando-se mutuamente para que todos possam encontrar e escolher as melhores empresas, aquelas que entenderam que a opinião do seu cliente é a mais poderosa propaganda que existe. O boca a boca agora é online e ilimitado e cabe às empresas participarem dessa conversa.

## Decisão Rápida

40% dos clientes já sabem o que desejam comprar e 82% baseiam sua escolha em imagens atrativas. [\(Google\)](#)

## Ação Imediata de Compra

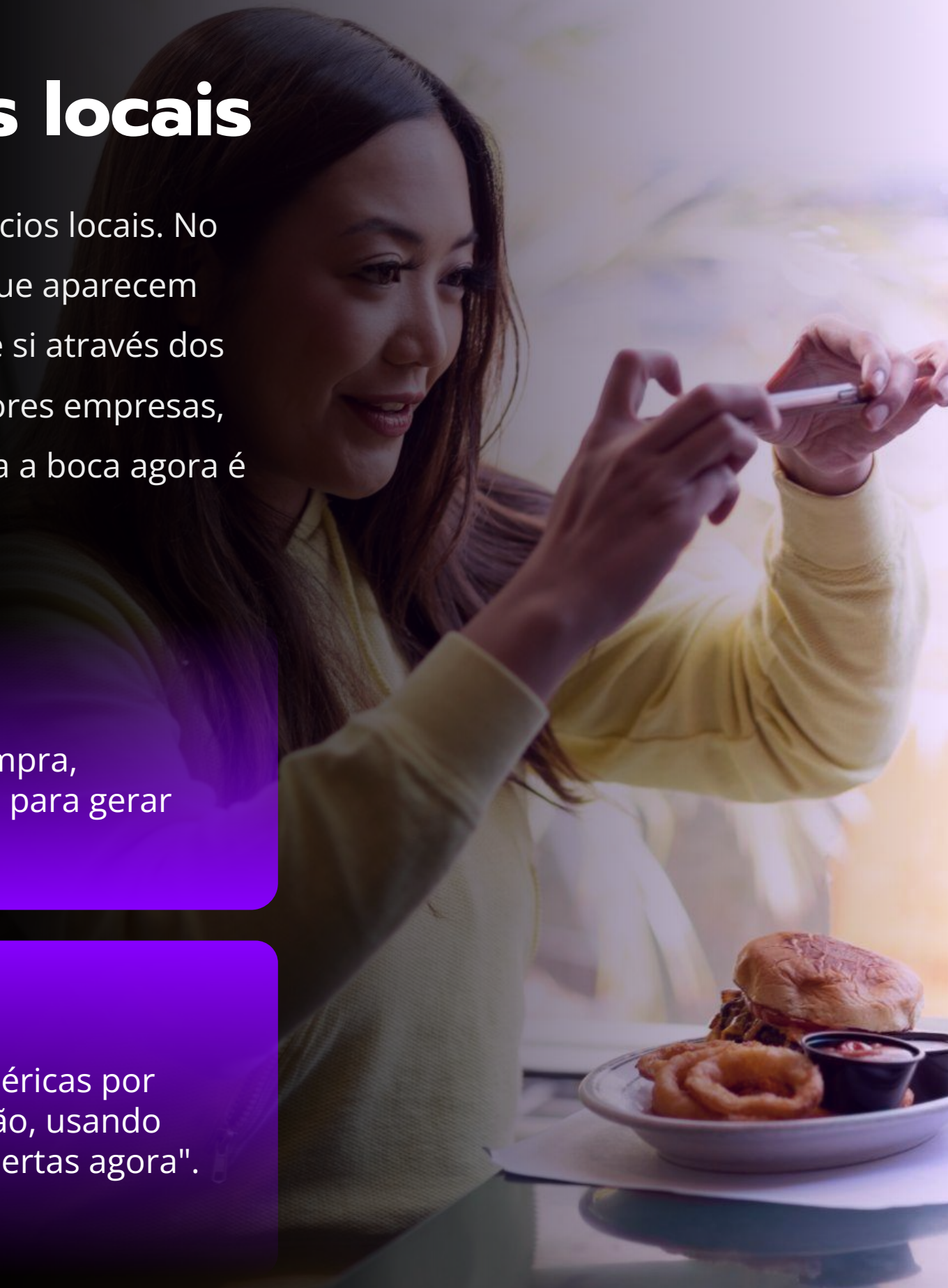
28% das buscas locais resultam em uma compra, demonstrando o poder das pesquisas locais para gerar vendas. [\(Google\)](#)

## Credibilidade e Confiança

93% dos consumidores consultam reviews antes de tomar decisões de compra. [\(Power Reviews\)](#)

## Pesquisa Direcionada

Os usuários estão abandonando buscas genéricas por marcas e partindo em busca da melhor opção, usando termos como "o melhor produto" e "lojas abertas agora". [\(Google\)](#)





Quando o consumidor está realizando uma busca local, os reviews são essenciais no seu processo de escolha. Estudos indicam que 93% dos consumidores leem reviews online antes de comprar e 87% leem reviews de negócios locais. Além disso, 73% dos consumidores prestam atenção apenas nas avaliações mais recentes.

A recência das avaliações é crucial, o Google valoriza reviews recentes, aumentando a visibilidade dos estabelecimentos nos resultados orgânicos. As buscas locais, como "perto de mim", cresceram 150% nos últimos dois anos, destacando a importância de manter as informações dos perfis dos negócios atualizados, fortalecendo o SEO Local.

Para estabelecimentos físicos, é vital ter uma presença digital positiva e, principalmente, responder os reviews, já que 88% dos consumidores estão mais propensos a fazer negócios com empresas que respondem a todas as avaliações.

Esses dados destacam a importância da gestão da reputação online, como ferramenta estratégica de atração e retenção de clientes.

### **Crescimento nas buscas "Perto de mim"**

As buscas locais, como "perto de mim", cresceram 150% nos últimos dois anos. ([Google](#))

### **Proximidade das Pesquisas Locais**

72% das pessoas que realizam uma pesquisa local online visitarão uma loja a até 8 quilômetros de sua localização atual. ([Hubspot](#))

### **Visitas Físicas após Pesquisa Online**

76% dos consumidores que pesquisam online visitam uma loja física dentro de 24 horas. ([Google](#))



## Lucas Hansel

Co-fundador, Diretor de Marketing & Produto

HARMO

*"O setor de alimentação é fortemente afetado pelos reviews. De um lado temos o consumidor altamente digitalizado, conectado, informado e principalmente, mais treinado do que nunca no ato de ignorar anúncios que aparecem a cada dia com maior frequência em todos os canais digitais. Do outro, temos o marketing, que se perdeu no seu propósito original, e se distanciou da figura mais importante, o cliente.*

*Confiança é a palavra que rege o ambiente digital, e se o consumidor não confia mais no marketing das empresas, em quem ele vai confiar? A resposta é óbvia: em outro consumidor que teve experiência com aquela marca.*

*Por isso os reviews se tornaram protagonistas nas jornadas de compra, eles influenciam de forma direta a escolha dos consumidores. Você já parou para pensar que o seu negócio pode estar perdendo milhares de clientes antes mesmo deles terem tido uma experiência com a sua marca?*

*Neste relatório, encontramos informações valiosas de um dos setores mais amados pelos brasileiros. Queridas marcas, vocês estão com a faca e o queijo na mão, quem souber navegar nesta nova realidade colherá frutos muito, muito doces.*

*Boa Leitura!*

## Marcas analisadas



Neste relatório, utilizamos apenas dados públicos do Google Perfil de Empresas.  
 Não encontrou sua marca neste relatório? [Inscreva-se](#) para participar da próxima edição.



# Categorização das marcas

As marcas foram divididas em quatro categorias, permitindo a análise entre as marcas que possuem produtos similares e, portanto, concorrem diretamente entre si.

## Açaí



## Cafeteria



## Sobremesas



## Sorveteria

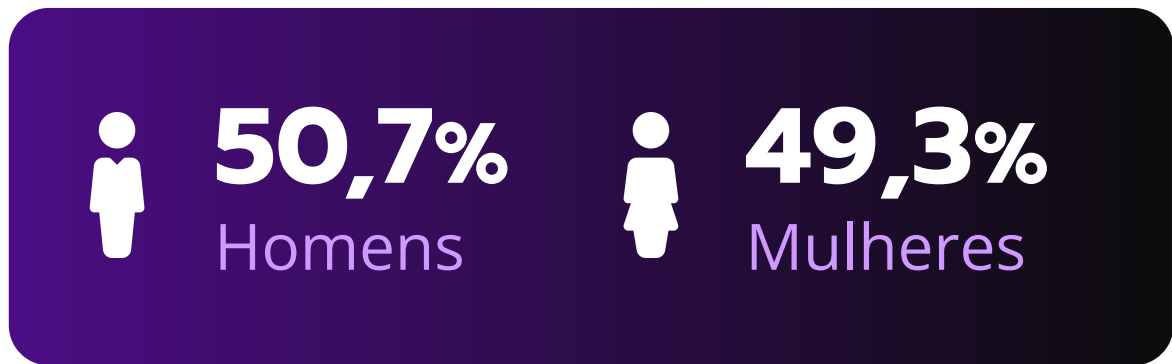
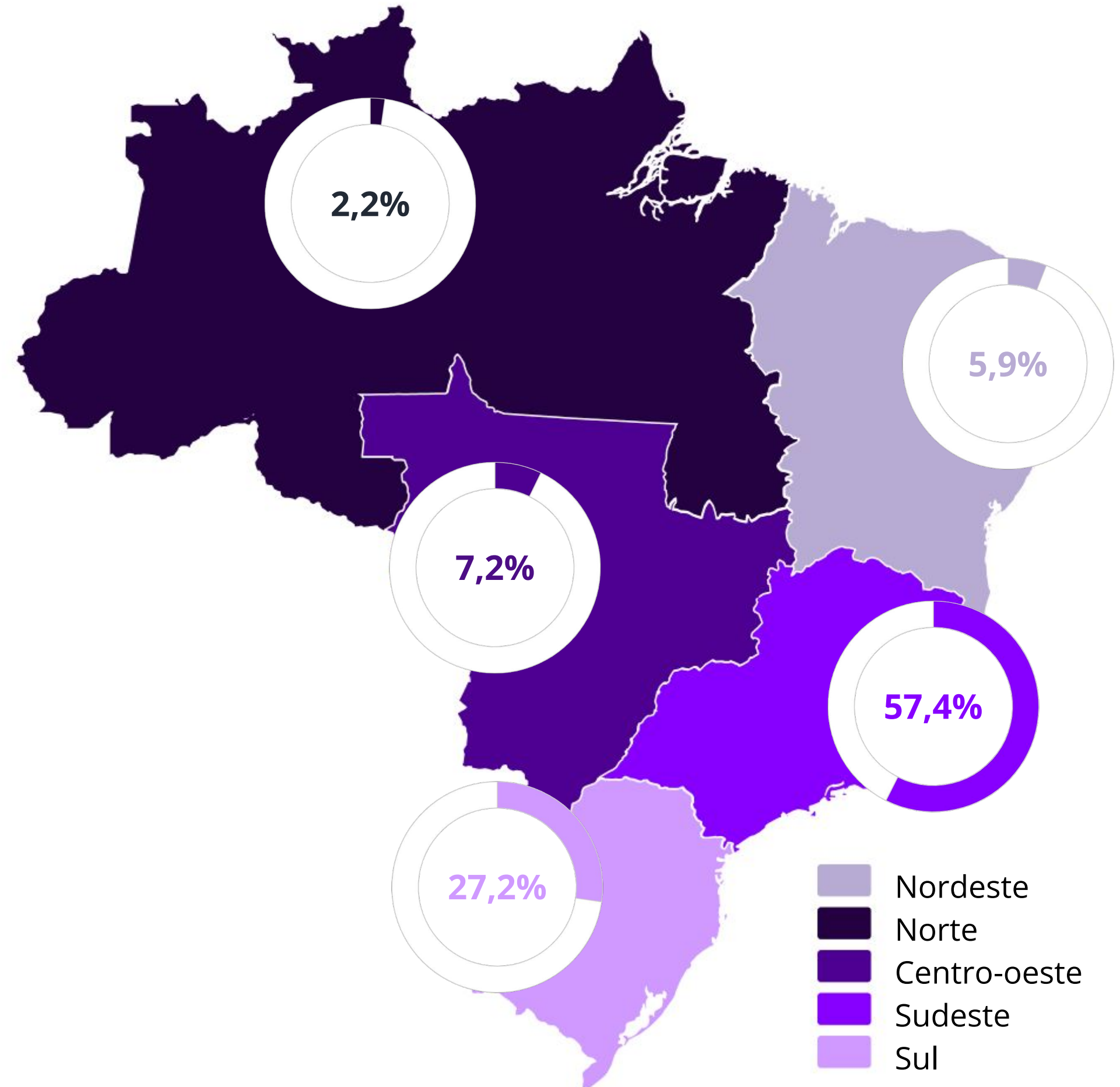


# Dados demográficos

As redes selecionadas para o estudo têm uma maior atuação nas regiões Sul e Sudeste, o que se reflete no alto volume de reviews nessas áreas, **representando mais de 80% do total.**

A proporção de reviews feitas por homens e mulheres está bem equilibrada: 50,7% foram feitos por homens e 49,3% por mulheres.

A classificação do gênero é realizada por meio de inteligência artificial, que realiza a identificação com base no nome dos usuários no Google.

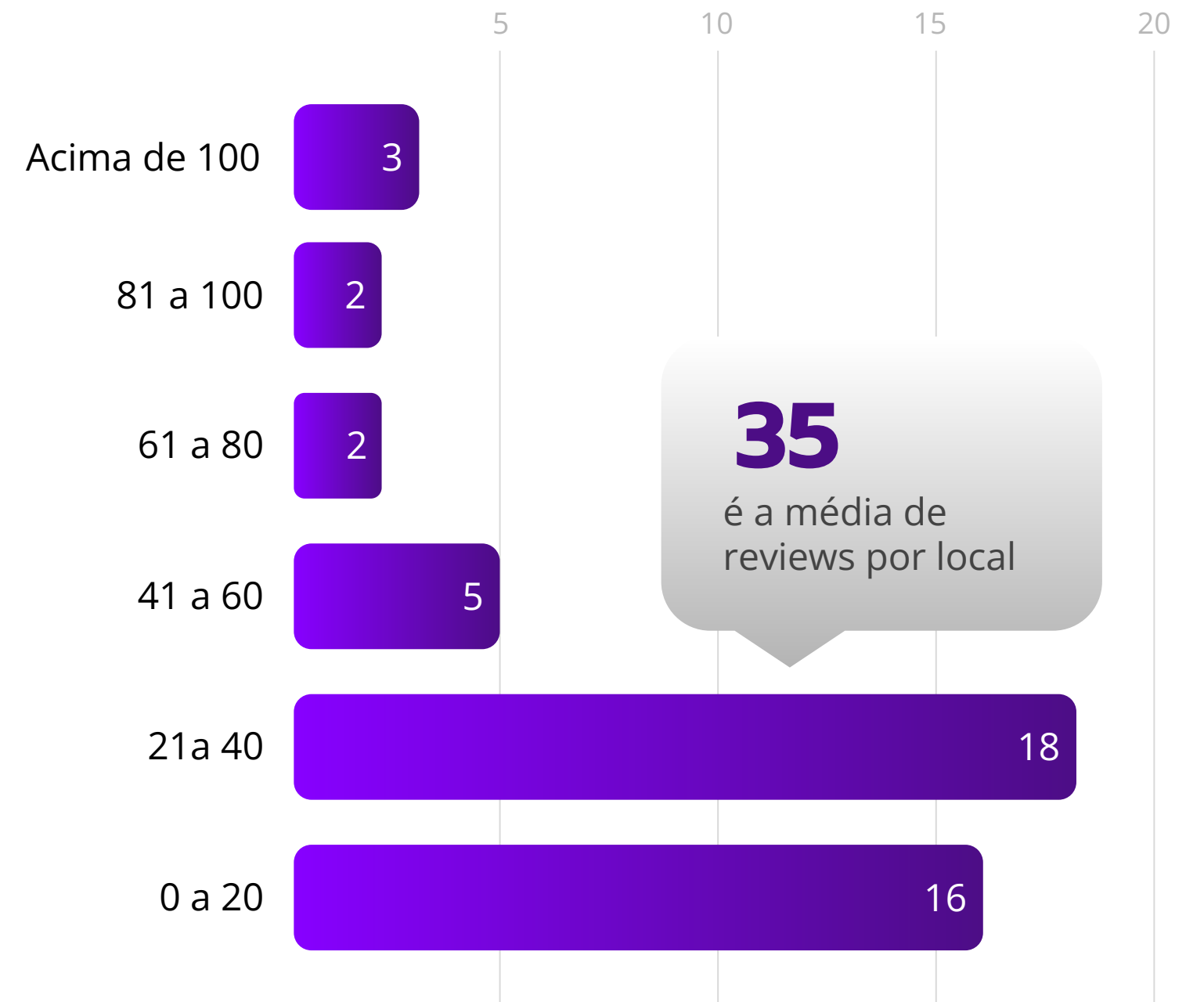


# Média de reviews por local

A média de reviews recebidos por local, em 2023, foi de apenas **35**, o que significa que cada local recebeu, em média, apenas 1 review a cada 10 dias durante todo o ano. Das 46 empresas analisadas, apenas 3 receberam mais de 100 reviews por local, o que ainda assim é pouco, dado o alto fluxo de consumidores que passam nessas lojas, diariamente.

Além disso, **reviews funcionam como prova social**, quanto mais reviews uma empresa recebe, mais confiável ela será aos olhos dos consumidores. Neste ponto, podemos afirmar que os locais analisados, em sua maioria, estão aquém do ideal.

Portanto, **há uma clara oportunidade para as marcas aumentarem o número de reviews** e, conseqüentemente, melhorar sua reputação online e engajamento com os clientes.



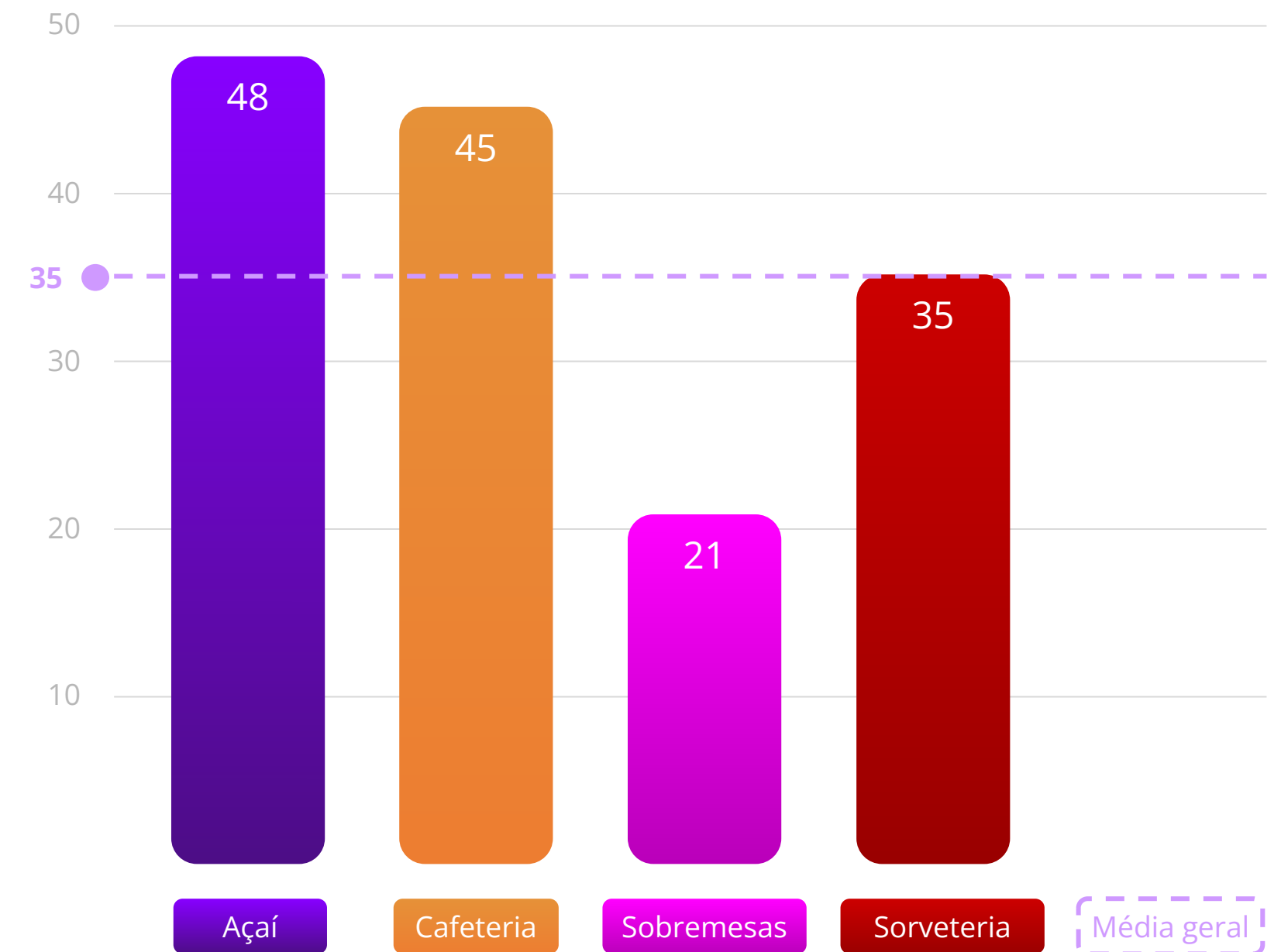
*"Um estabelecimento que abre todos os dias, precisa receber reviews todos os dias".*

# Média de reviews por local por categoria















































Este gráfico detalha a média de reviews por local, dividida pelas 4 categorias do estudo. Notavelmente, entre as categorias analisadas, **apenas o setor de cafeterias possui uma média acima de 100 reviews por local**, destacando-se significativamente dos demais

A categoria de **açaí** segue com a melhor média de reviews por local entre as demais, com 48, enquanto a categoria de **sobremesas** possui a menor média, com apenas 21 reviews por local.

Essa segmentação permite analisar o desempenho específico de cada tipo de estabelecimento, destacando as categorias com mais e menos feedback dos clientes. Isso ajuda as marcas a identificar melhorias e incentivar mais reviews, **aumentando sua reputação online e a chance de serem escolhidas pelos consumidores.**



# Posição das marcas por média de reviews por loja

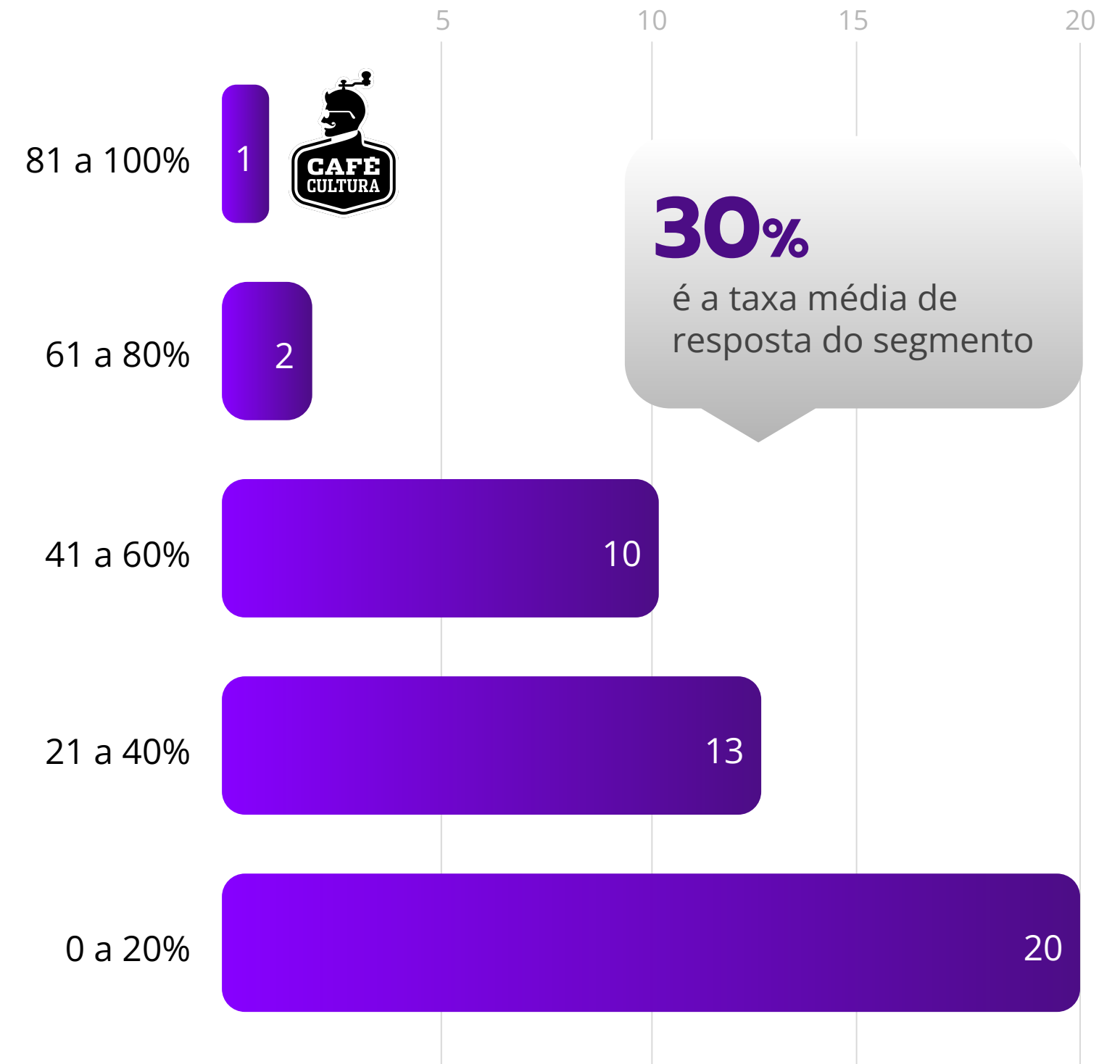
Faixa de reviews	Marcas
Acima de 100	  
81 a 100	 
61 a 80	 
41 a 60	    
21 a 40	                 
0 a 20	               

# Taxa de resposta geral

A taxa de resposta indica a porcentagem de reviews respondidos pelas marcas. Este é um importante indicador de como as empresas estão engajadas com o feedback dos clientes e sua preocupação com a experiência do consumidor. **A taxa média do segmento ficou em 30%.**

No gráfico podemos ver que a maior parte das empresas (20 marcas) tem uma taxa de resposta de até 20% dos reviews, enquanto apenas 1 marca (Café Cultura), atingiu a taxa ideal, que é acima de 80%. Este é um ponto que requer atenção redobrada do setor.

Segundo o estudo [Local Consumer Review Survey 2024](#), **88%** dos consumidores fariam negócios com uma empresa que **respondem a todas as avaliações.**



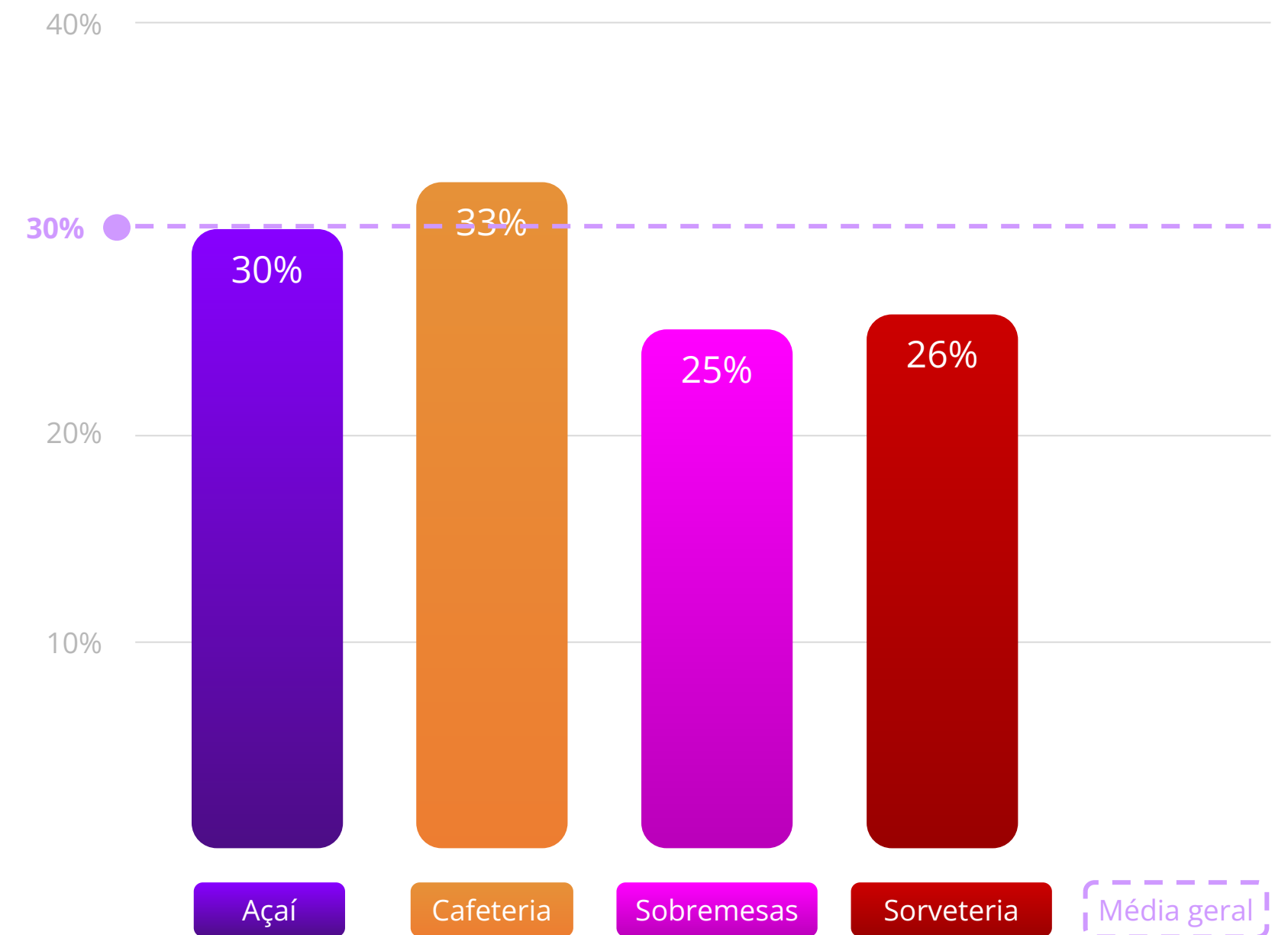
# Taxa de resposta por categoria

Este gráfico mostra a taxa de resposta das marcas, dividida por categoria. A análise por categoria permite identificar quais tipos de estabelecimentos estão mais atentos ao feedback dos clientes e quais podem melhorar sua taxa de resposta.

Entre as categorias analisadas, a de **cafeteria** se destaca com a melhor taxa de resposta, 33%, enquanto a categoria de **sobremesas** possui a menor média, com apenas 25%.

Este padrão que se repetiu, no gráfico de média de reviews por local.

Vale lembrar que uma alta taxa de resposta é um sinal de que a empresa está valorizando o engajamento com os clientes.

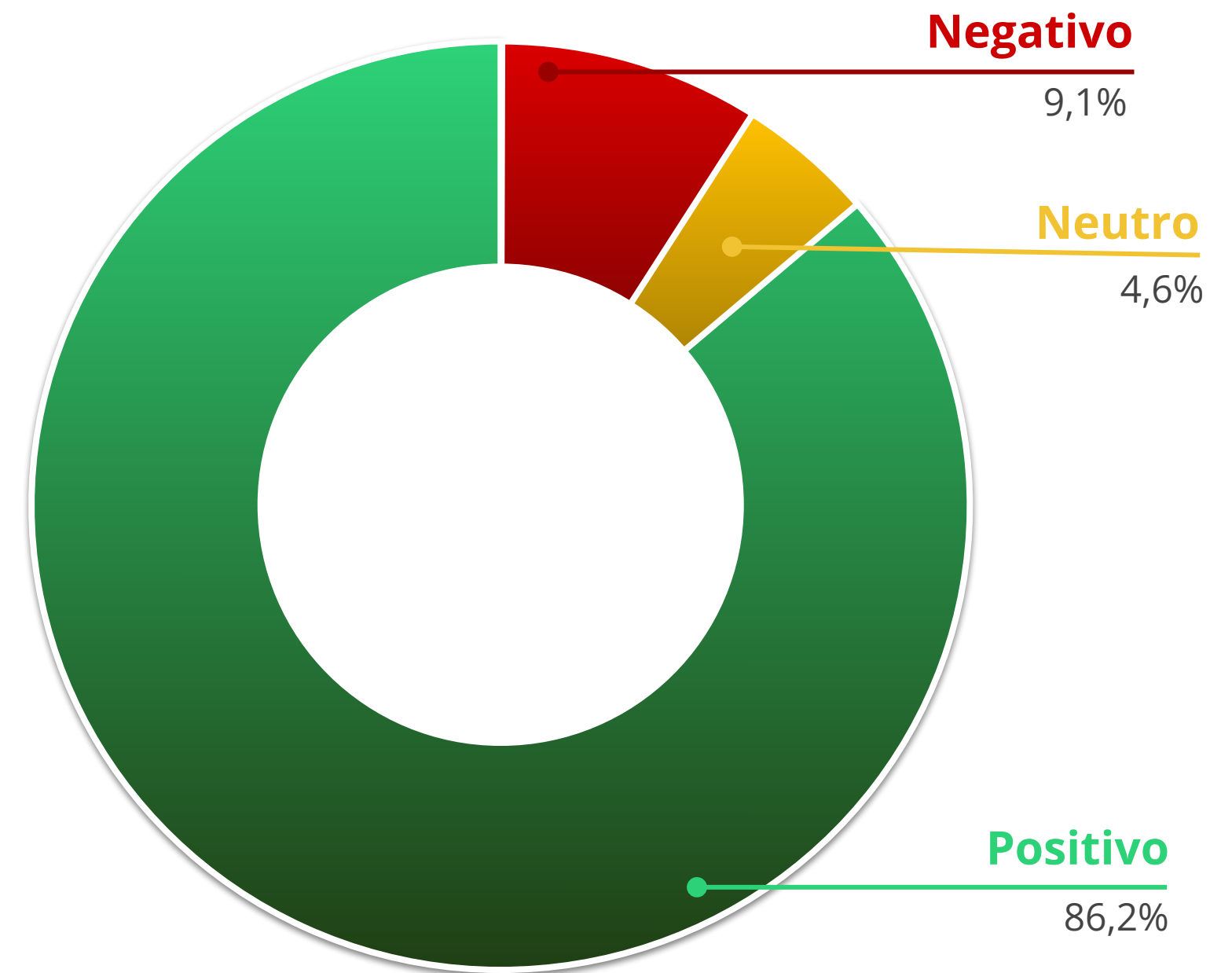


# Taxa de sentimento geral

O gráfico representa a taxa de sentimentos dos reviews de acordo com as estrelas dadas pelos consumidores. Categorizamos reviews 1 e 2 estrelas como **negativos**, 3 estrelas como **neutros** e 4 e 5 estrelas como **positivos**.

De acordo com o benchmark de mercado, o setor está dentro da taxa de reviews positivos, sendo um setor com uma boa experiência ao cliente no geral, com **86,2%** dos reviews sendo positivos. No entanto, a taxa de reviews negativos é de **9,1%**, quase o dobro do ideal de 5%.

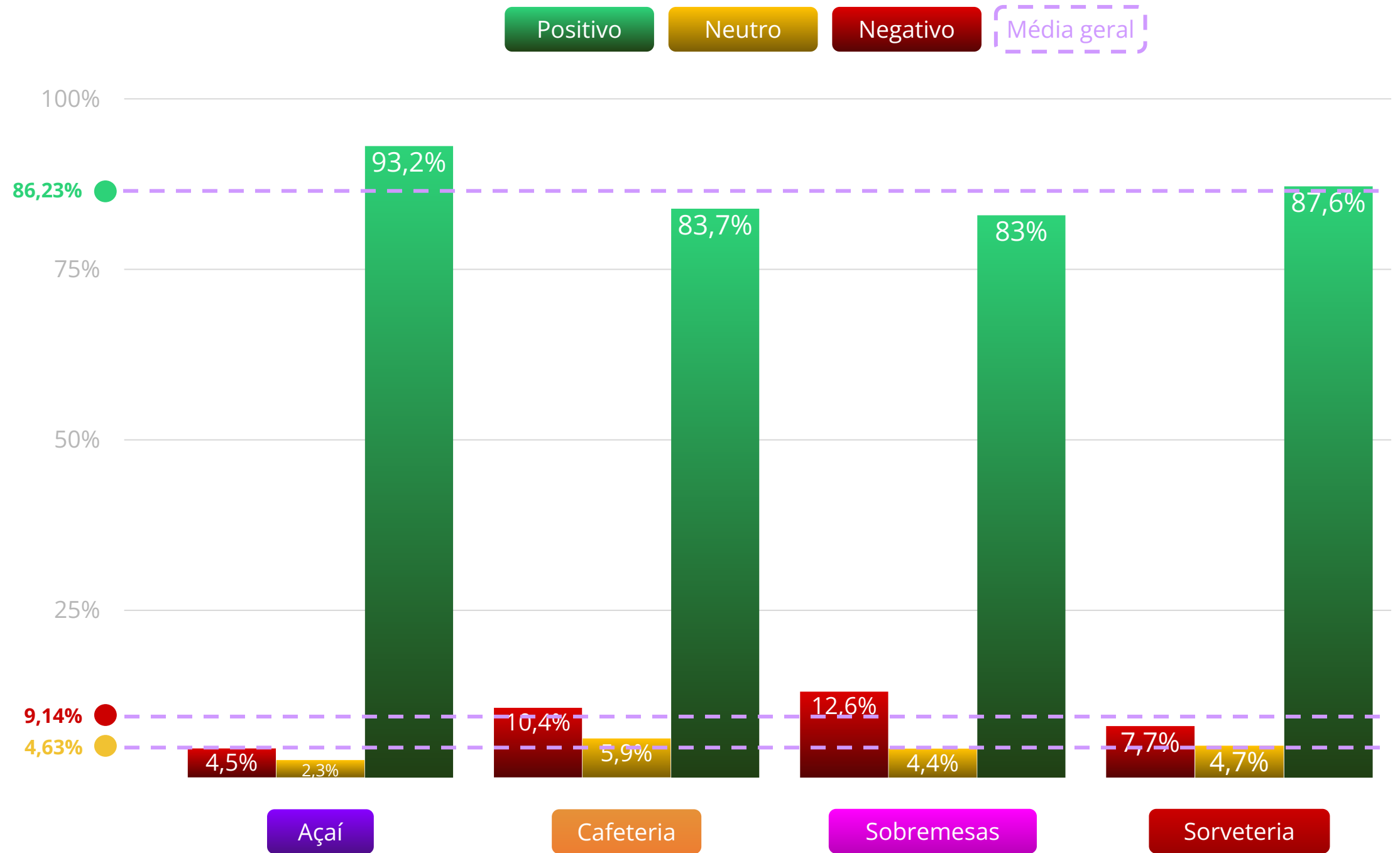
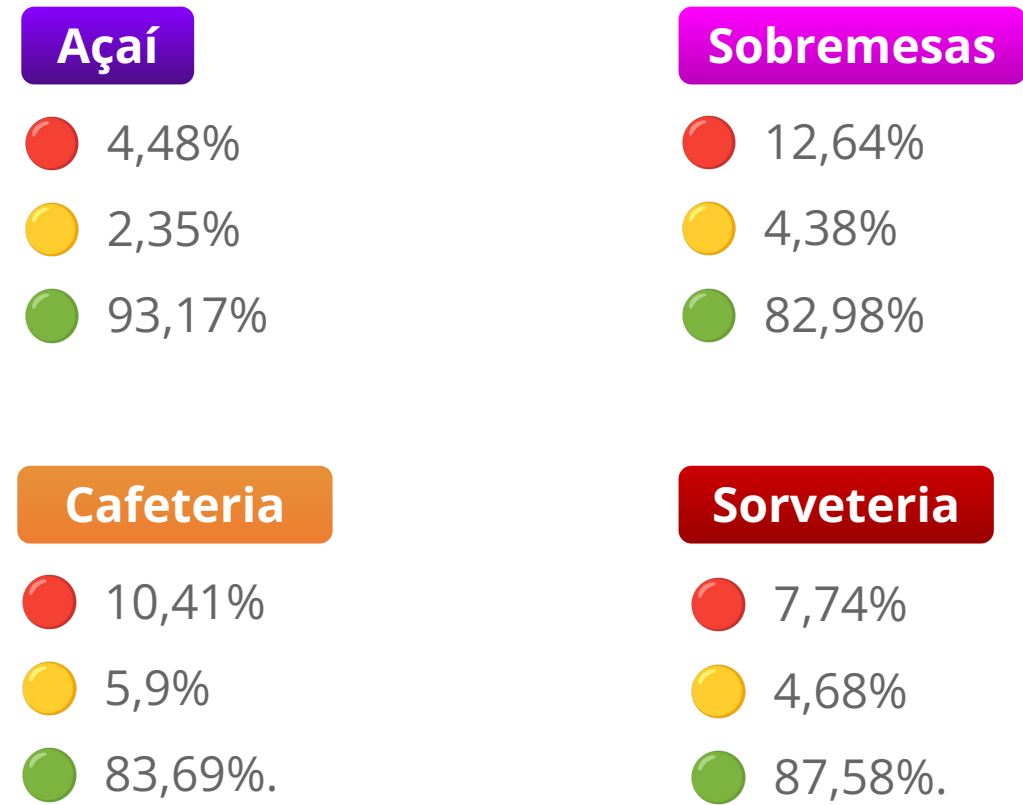
Para melhorar, as empresas devem focar em aumentar o volume de reviews (uma deficiência no setor), principalmente os positivos, pois isso irá impactar positivamente o ranqueamento orgânico dos negócios nas buscas locais e ações de melhoria na experiência do cliente para diminuir os reviews negativos, melhorando assim o seu serviço prestado e a retenção de clientes.





# Taxa de sentimento por categoria

Nesta visualização comparativa da taxa de sentimento entre as categorias, é possível identificar que a **categoria de Açaí é a categoria melhor avaliada**, e também a única de acordo com o benchmark de mercado, possuindo menos de 5% de reviews negativos e mais de 90% de positivos.

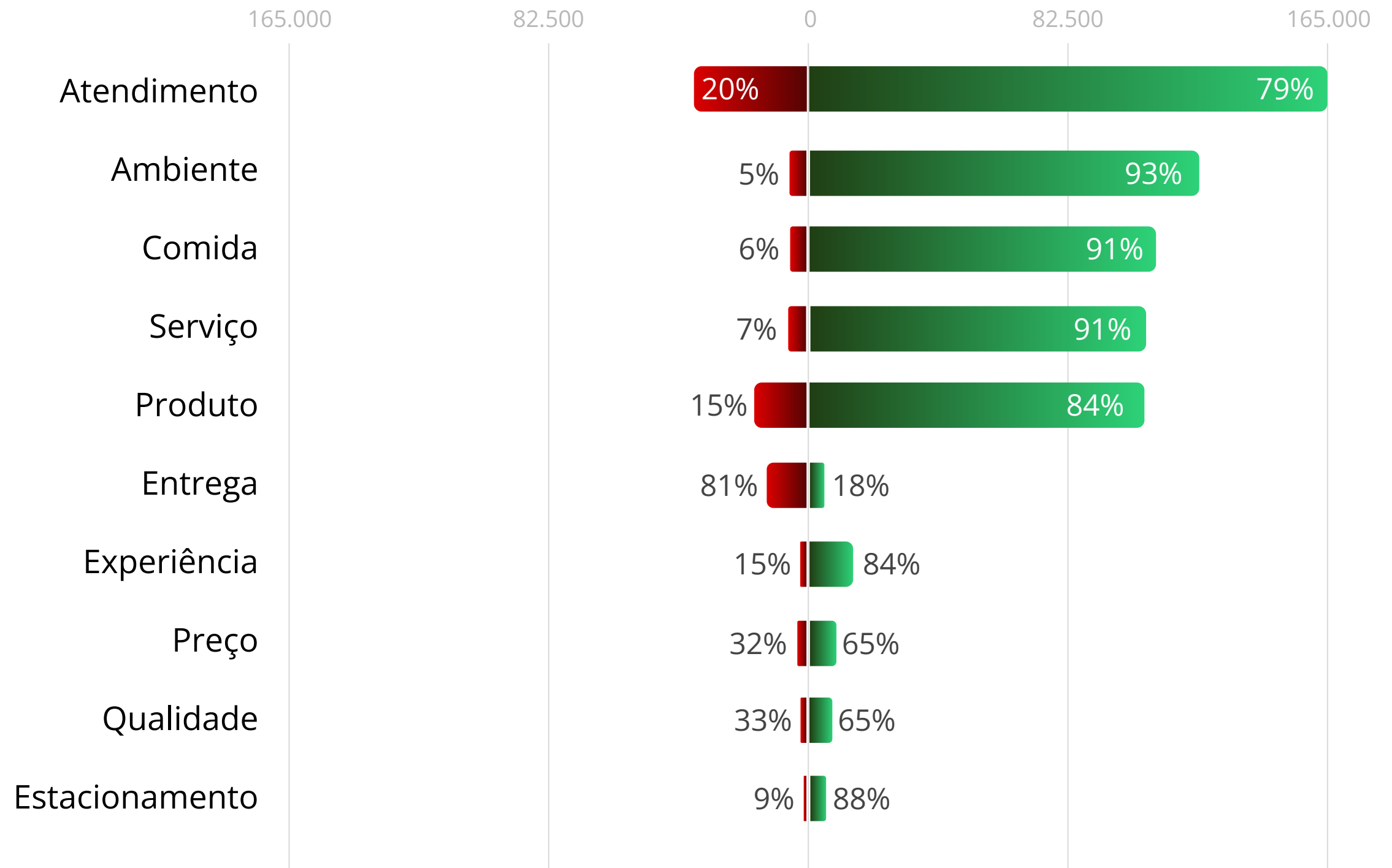


# Análise textual

Os resultados desta análise foram gerados por inteligência artificial, que categoriza o texto e atribui o sentimento da verbalização dos clientes.

Dos mais de 165 mil reviews públicos analisados no ano de 2023, 43% continham um comentário descrevendo a experiência com o estabelecimento.

O gráfico ao lado apresenta os tópicos mais comentados pelos consumidores e o sentimento do consumidor em relação a eles. Na próxima página disponibilizamos um resumo geral dos tópicos.



Deseja saber os detalhes da sua marca? [Entre em contato](#) conosco para ter acesso ao relatório completo.

# Análise textual

## Resumo negativos

De acordo com as avaliações negativas analisadas, os principais problemas enfrentados pelas marcas analisadas incluem:

- **Atendimento insatisfatório**, com funcionários mal-humorados e pouco dispostos a ajudar os clientes. Há reclamações sobre a **demora** no atendimento e entrega dos pedidos.
- **Qualidade inferior dos produtos**, com sabor, textura e apresentação aquém do esperado pelos consumidores, especialmente considerando os preços praticados.
- Questões relacionadas à **limpeza e organização** dos ambientes;
- Descumprimento dos **horários de funcionamento** informados.

## Resumo positivos

De modo geral, as marcas proporcionam uma excelente experiência aos clientes, eles tendem a recomendar fortemente esses estabelecimentos como opções agradáveis e satisfatórias para uma refeição ou lanche. As principais características positivas destacadas pelos consumidores incluem:

- **Ótima qualidade e sabor dos produtos**, especialmente pratos, sorvetes, cafés e chocolates.
- **Excelente atendimento** pelos funcionários, com destaque para a simpatia e atenção no atendimento.
- **Ambientes agradáveis, aconchegantes e bem cuidados**, com limpeza e organização.
- **Variedade de opções no cardápio**, incluindo alternativas saudáveis.
- Conveniência e comodidade, como **estacionamento gratuito** disponível em alguns estabelecimentos.

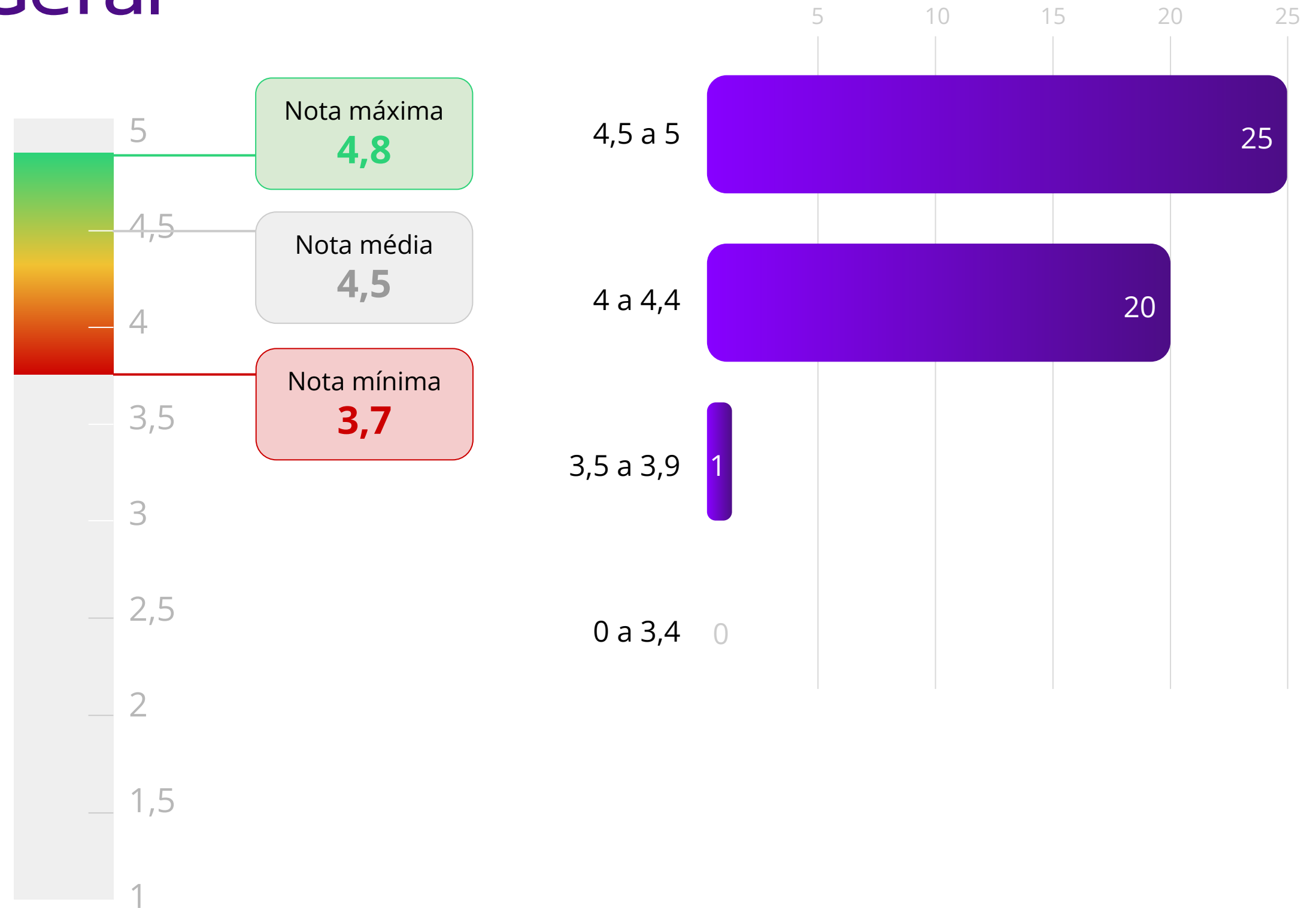
# Nota do segmento: Geral

A nota média das marcas analisadas em 2023 foi de **4,5**. ★★☆☆☆

A distribuição das notas revela que 21 das 46 marcas presentes no estudo superaram a média geral do segmento, enquanto apenas uma marca ficou abaixo da nota 4.

De acordo com o [estudo](#), 92% dos consumidores só consideram comprar de empresas que tenham uma classificação mínima de 4 estrelas.

Isso evidencia que este segmento é altamente competitivo e oferece uma excelente experiência aos consumidores, mantendo uma nota média acima de 4 estrelas, que é considerada ideal.



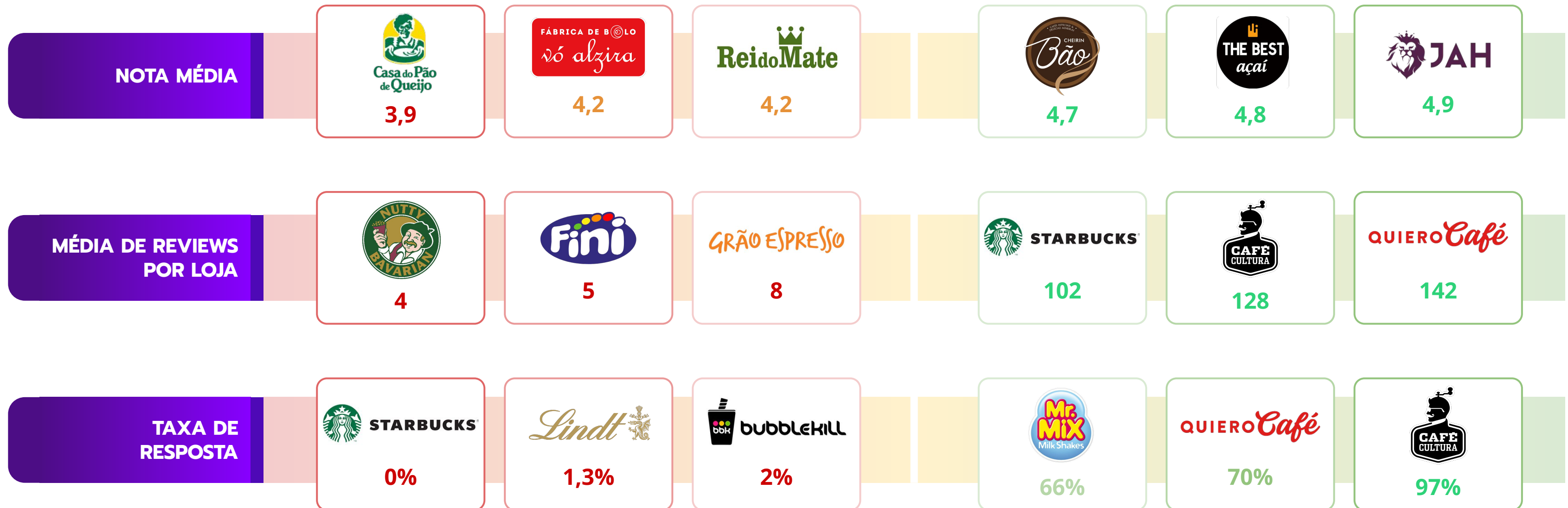
Deseja saber a posição da sua marca? [Entre em contato](#) conosco para ter acesso ao relatório completo.

# Ranking de marcas Geral

Neste relatório, utilizamos apenas dados públicos do Google Perfil de Empresas.

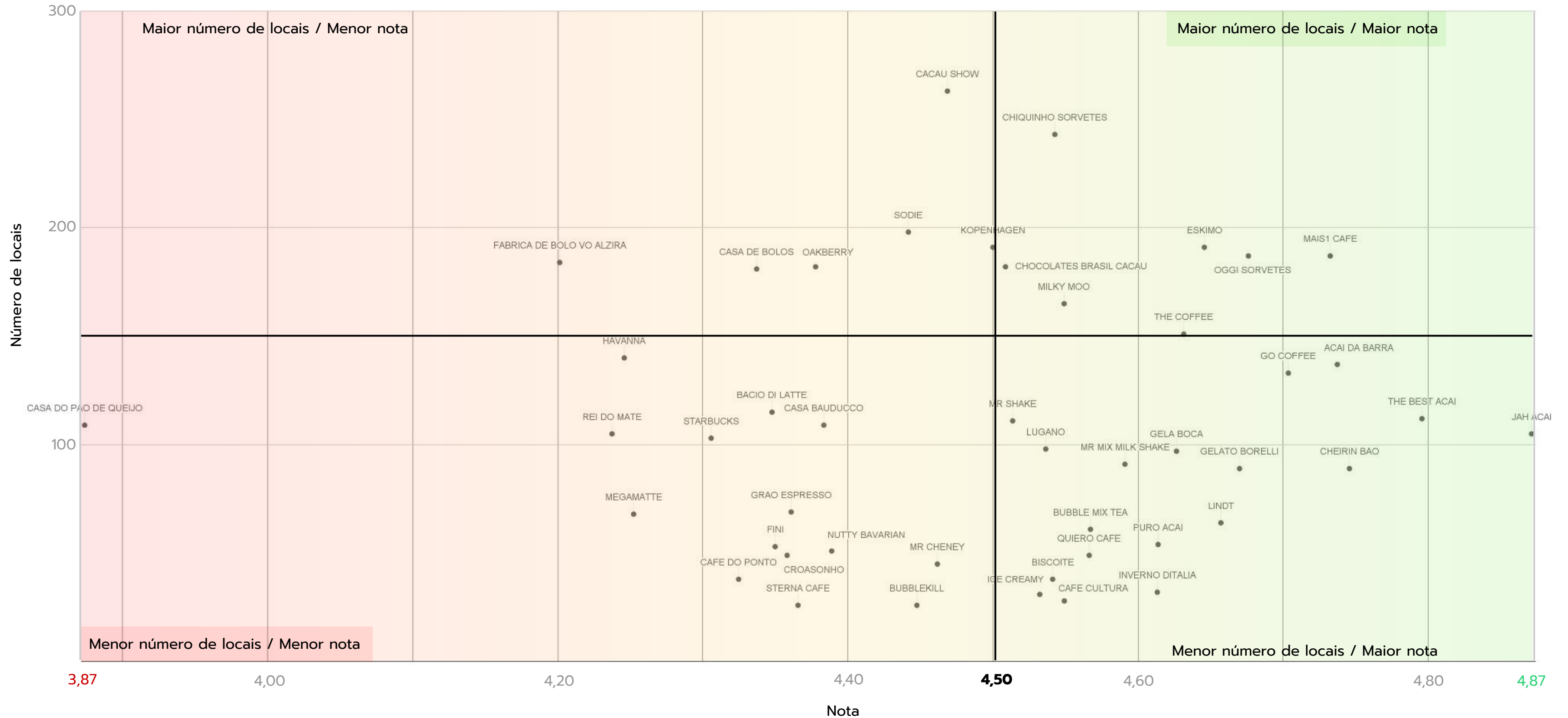
Piores avaliadas

Melhores avaliadas



Deseja saber a posição da sua marca? [Entre em contato](#) conosco para ter acesso ao relatório completo.

# Comparativo: Número de locais e Nota

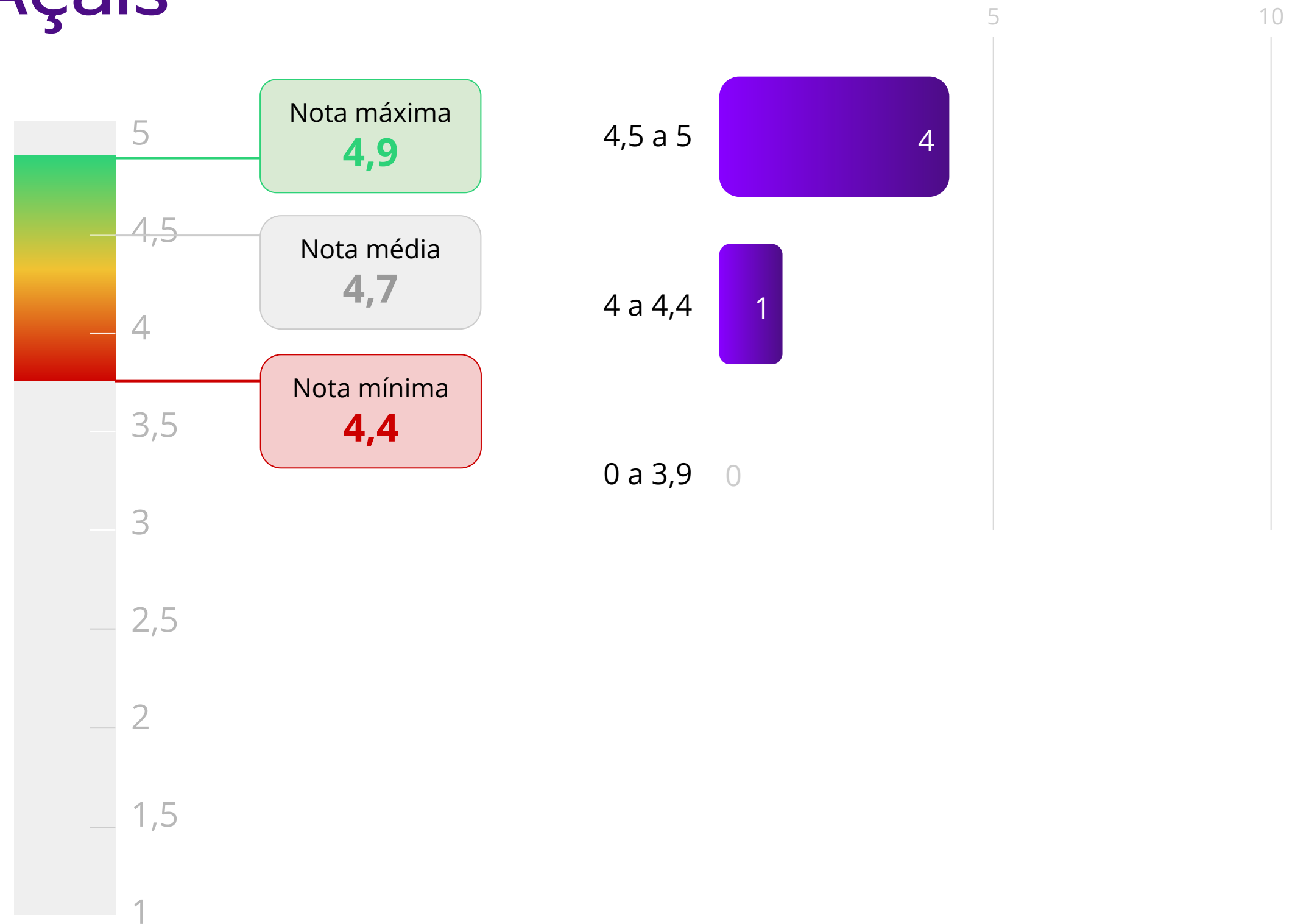


# Nota do segmento: Açaís

A nota média das marcas analisadas em 2023, na categoria de açaí foi de **4,7**. ★★★★★

Além disso, esta categoria possui a **maior média de reviews por local** e também a **maior nota entre as outras três categorias** analisadas.

Isso mostra que as redes de açaí destacam-se no geral pela alta qualidade percebida dos clientes.



Deseja saber a posição da sua marca? [Entre em contato](#) conosco para ter acesso ao relatório completo.

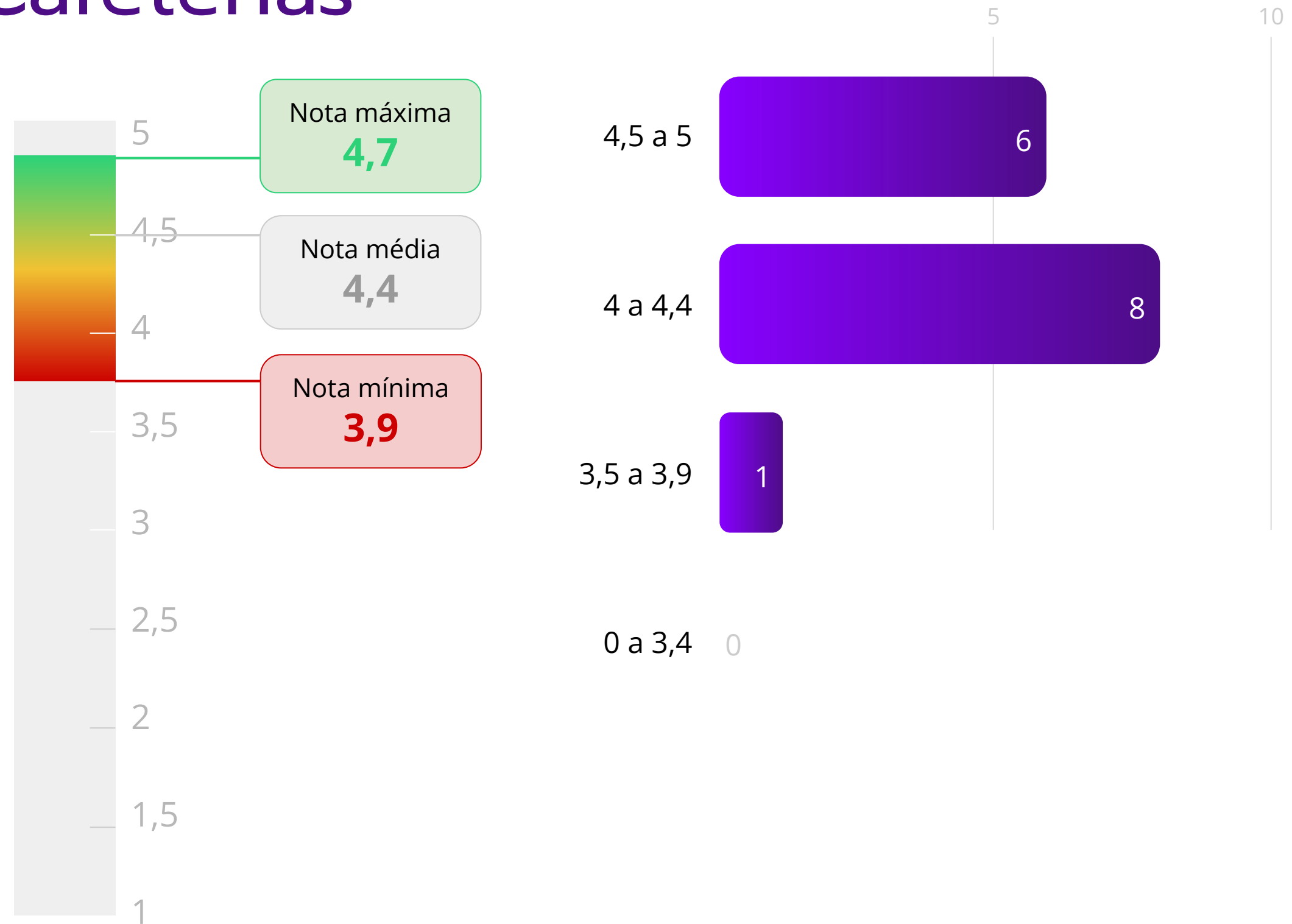
# Nota do segmento: Cafeterias

A nota média das marcas analisadas em 2023, na categoria de cafeterias foi de **4,4**. ★★☆☆☆

Embora esta categoria tenha a **menor nota entre as outras três categorias** analisadas, ela possui a **maior taxa de resposta do segmento**, com 32,73%.

É importante contextualizar que uma nota 4,4 ainda é considerada excelente.

Segundo [estudos](#), consumidores consideram empresas com avaliações entre 4 e 4,5 estrelas como altamente confiáveis e de boa reputação.



Deseja saber a posição da sua marca? [Entre em contato](#) conosco para ter acesso ao relatório completo.



# Nota do segmento: Sobremesas

A nota média das marcas analisadas em 2023, na categoria de sobremesas, foi de **4,5**. ★★☆☆☆

Apesar de ser a categoria com **menor média de reviews por local** e **menor taxa de resposta**, uma nota de 4,5 ainda é considerada excelente.

Entretanto, a baixa quantidade de reviews e a menor taxa de resposta podem impactar negativamente a longo prazo.

[Estudos](#) mostram que a interação das empresas com os consumidores é crucial. Cerca de 53,3% dos consumidores esperam uma resposta a suas avaliações dentro de uma semana.

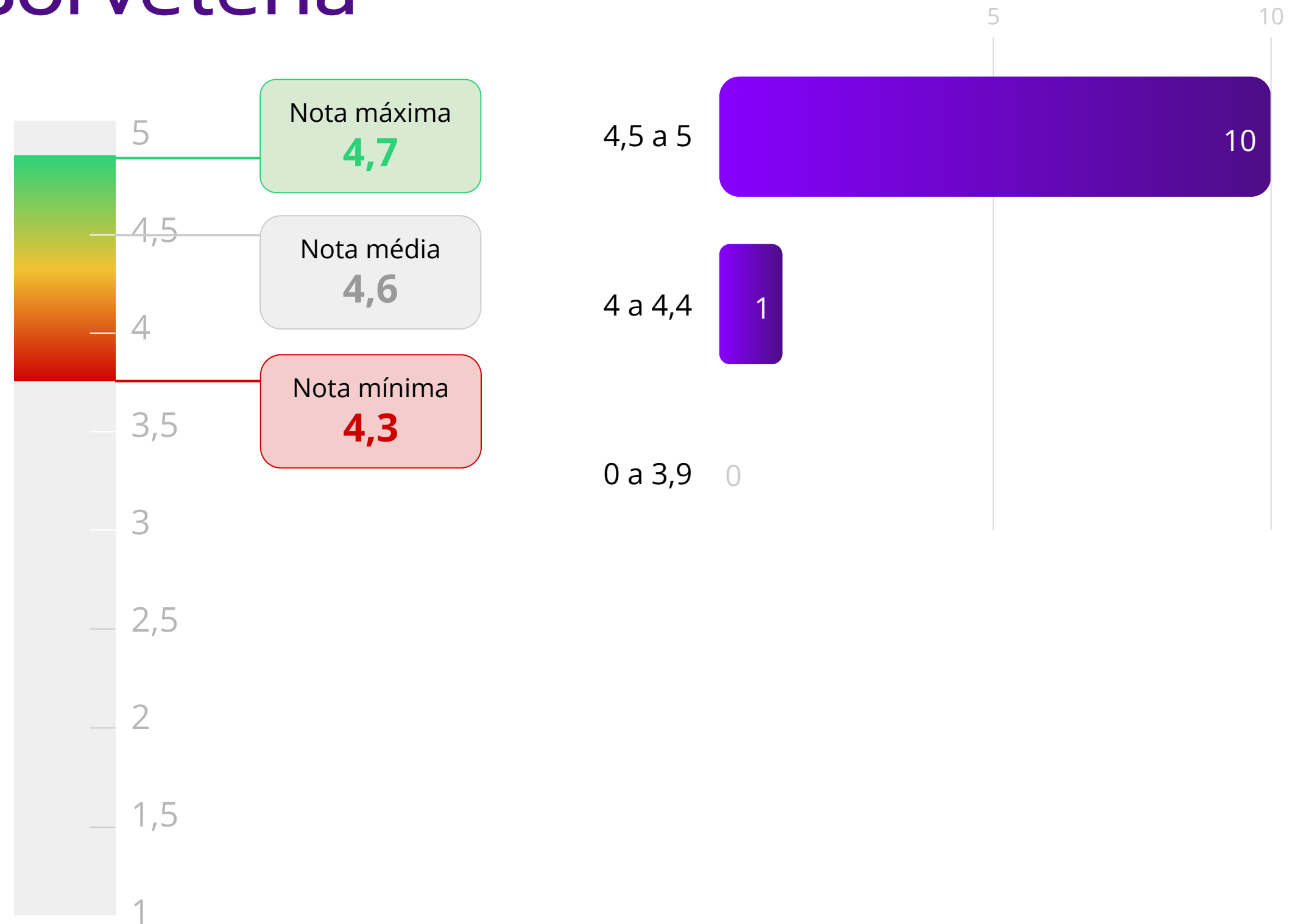


Deseja saber a posição da sua marca? [Entre em contato](#) conosco para ter acesso ao relatório completo.

# Nota do segmento: Sorveteria

A nota média das marcas analisadas em 2023, na categoria de sorveteria, foi de **4,6**. ★★☆☆☆

Empresas que mantêm uma classificação média de 4,5 estrelas ou mais tendem a ver um aumento nas receitas. Por exemplo, um [estudo](#) mostrou que a melhoria de uma estrela na classificação, pode aumentar as receitas entre 5% e 9%



Deseja saber a posição da sua marca? [Entre em contato](#) conosco para ter acesso ao relatório completo.

# Posição das marcas por faixa de nota

Neste relatório, utilizamos apenas dados públicos do Google Perfil de Empresas.

Nota	Marcas
4,5 a 5	
4 a 4,4	
3,5 a 3,9	

Deseja saber a posição da sua marca? [Entre em contato](#) conosco para ter acesso ao relatório completo.



## Carlos Zilli

Diretor de Transformação Digital



*"A publicação de reviews, tanto positivos quanto negativos, demonstra transparência e compromisso com a qualidade e a satisfação do cliente e servem também como **marketing boca-a-boca**.*

***Os reviews positivos aumentam a credibilidade e a confiança dos consumidores**, influenciando decisões de compra e a identificação precoce de problemas ou falhas permitem que as empresas façam correções rápidas e evitem reviews negativos futuros.*

***Comentários e avaliações frequentemente atualizados podem melhorar o ranking nos motores de busca**, aumentando a visibilidade online. Além disso, proporcionam uma plataforma para interação entre consumidores e empresas, promovendo um relacionamento mais próximo e fidelidade à marca.*

*Os feedbacks auxiliam na identificação de pontos fortes em áreas que precisam de melhorias, ajudando no desenvolvimento contínuo de produtos, serviços ou performances. As empresas podem usar esses feedbacks para ajustar e aprimorar suas ofertas, atendendo melhor às expectativas dos clientes.*

*Ajudam também outros consumidores a tomarem decisões mais informadas e assertivas com base nas experiências de outros. Reviews podem destacar características únicas e vantagens competitivas de um produto ou serviço.*

*Esses benefícios combinados podem levar a uma melhor reputação, maior retenção de clientes e crescimento de forma sustentável."*

# Conclusão

O estudo revela que **o setor de cafeterias e sobremesas está em pleno crescimento**, impulsionado pela sólida reputação das marcas que se refletem em uma **nota geral de 4,5 estrelas**. Esse cenário é essencial para o desempenho econômico do setor, considerando que 92% dos consumidores só visitariam empresas com pelo menos quatro estrelas, segundo o [Exploding Topics](#).

O impacto econômico também é notável. Entre 2019 e 2022, o número de franquias de açaí no Brasil cresceu 200%, com expansão significativa no número de estabelecimentos e faturamento, de acordo com a [ABF](#). Isso demonstra a correlação entre uma boa reputação e o crescimento econômico: marcas que priorizam a qualidade e satisfação atraem mais clientes e garantem lealdade.

Categorias como sorveterias e açaís se destacam ainda mais, com notas médias de 4,6 e 4,7 estrelas, respectivamente. Essas avaliações não apenas indicam um excelente nível de qualidade e atendimento, mas também se traduzem em maior frequência de visitas e um aumento no volume de negócios. Mesmo as categorias de cafeterias e sobremesas, com notas de 4,4 e 4,5, têm a oportunidade de elevar sua reputação, aproveitando o feedback dos consumidores para melhorar continuamente seus serviços.

Além disso, [85%](#) dos consumidores deixam avaliações para ajudar outros ou as empresas, tornando o feedback essencial para aprimorar a operação. A gestão ativa das respostas é crucial: [88%](#) dos consumidores preferem empresas que respondem a todas as avaliações, o que pode melhorar vendas e fidelização.

Em resumo, marcas que entendem a importância de uma reputação online sólida e trabalham ativamente para melhorar a experiência do cliente estão melhor posicionadas para crescer, tanto em termos de número de locais quanto em faturamento. A conexão entre reputação e crescimento não é apenas uma tendência, mas uma realidade que está moldando o futuro de muitas empresas do varejo.

# HARMO

A Harmo é uma solução **drive-to-store**.

Ajudamos mais de 40.000 pontos de venda a aumentar o fluxo de clientes para suas lojas físicas.

---

Deseja acessar os dados da sua marca ou compará-la com os dados do segmento? Entre em contato conosco:

[Entrar em contato](#)

