

**HARMO + abrasel**

**STATE OF  
REPUTATION  
2023/24**

**PANORAMA DE REVIEWS  
NO SETOR DE BARES E  
RESTAURANTES**

Edição especial com  
associados ABRASEL



# Sumário

Introdução.....	3
Metodologia.....	4
A importância dos reviews na jornada do cliente.....	5
Dados demográficos.....	8
Média de reviews por local.....	10
Taxa de resposta.....	12
Taxa de sentimento.....	14
Análise textual.....	16
Nota do segmento geral.....	18
Conclusão.....	20





# Introdução

O **State of Reputation: Panorama de Reviews no Setor de Bares e Restaurantes** é um estudo exclusivo e inédito, realizado em parceria entre a **Harmo** e a **Abrasel** (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes), entidade que atua no desenvolvimento do setor de alimentação fora (AFL) do lar no Brasil. O setor de AFL é o maior empregador nacional, com grande potencial para criar novos postos de trabalho, especialmente para o primeiro emprego e mão-de-obra não especializada, impulsionado pela regulamentação do trabalho intermitente em 2017.

Neste levantamento, foram **avaliadas mais de 3.000 marcas do segmento**, configurando o maior estudo de reviews online no Brasil para esse setor. Coletamos e **analisamos 279 mil reviews** publicados entre janeiro de 2023 a setembro de 2024 no Google Perfil de Empresas, que expressam as experiências e opiniões dos clientes de forma quantitativa e qualitativa.

O relatório oferece uma visão detalhada sobre a reputação online desses estabelecimentos, a partir da voz dos próprios clientes. Nosso objetivo é fornecer ao mercado um benchmarking exclusivo, permitindo que as empresas comparem seu desempenho, identifiquem oportunidades de melhoria e fortaleçam suas estratégias de negócios.

Este material é essencial para gestores, empreendedores e profissionais do setor, ajudando-os a transformar seus negócios e a promover experiências cada vez mais personalizadas e adequadas às expectativas de seus clientes.

# Metodologia

Neste relatório, utilizamos como fonte de dados os reviews publicados pelos consumidores, nos perfis públicos dos mais de 3 mil locais selecionados, no **Google Perfil de Empresas, no período de janeiro de 2023 a setembro de 2024.**

A seleção das marcas considerou os seguintes critérios: fazer parte da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel).

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

**2023/24**

Marcas

**3.006**

Total de locais

**3.104**

Reviews analisados

**279.317**

Amostragem

**12,4%**



# 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**. A localização, a nota e a quantidade de reviews no Google são cruciais, já que as pessoas estão buscando restaurantes como o seu até 8 vezes mais, segundo o Google. Além disso, as buscas por "restaurantes com as melhores avaliações" aumentaram em 500% anualmente, evidenciando a confiança dos consumidores nas opiniões de outros clientes.

Nesse contexto, a experiência do cliente e a gestão da reputação online passam a ser fundamentais para atrair, conquistar e fidelizar mais clientes.

## Decisão Rápida

Mais da metade dos clientes já sabem o prato que desejam consumir e 82% baseiam sua escolha em imagens atrativas. (Google)

## Ação Imediata de Compra

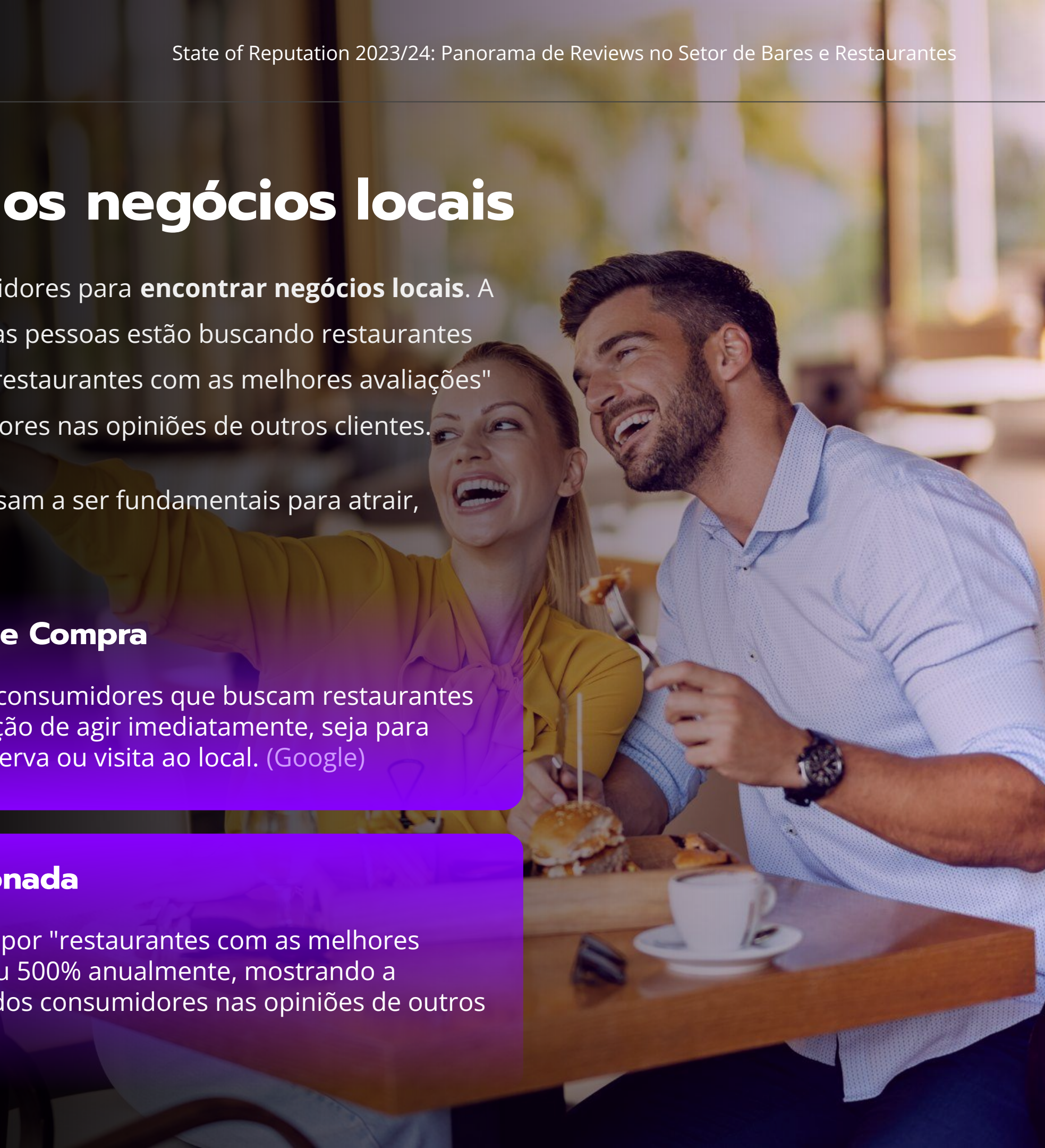
Mais da metade dos consumidores que buscam restaurantes no Google têm intenção de agir imediatamente, seja para retirada, entrega, reserva ou visita ao local. (Google)

## Credibilidade e Confiança

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

## Pesquisa Direcionada

O número de buscas por "restaurantes com as melhores avaliações" aumentou 500% anualmente, mostrando a crescente confiança dos consumidores nas opiniões de outros clientes. (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.

### **Influência de Imagens Atrativas**

Perfis no Google com fotos atualizadas recebem 42% mais solicitações de rotas até o estabelecimento. (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)



## Paulo Solmucci

Presidente-Executivo

abrasel

*Essa pesquisa mostra o quanto as avaliações dos clientes **impactam diretamente a escolha** de bares e restaurantes. Ter uma nota alta e um bom volume de avaliações é crucial para **atrair novos consumidores**.*

*Os estabelecimentos precisam estar atentos a essa tendência e, mais do que nunca, investir em sua reputação online.*

*Não basta apenas ter uma boa nota. É essencial que o perfil no Google esteja bem estruturado, com fotos, cardápios, horários e, principalmente, respostas ativas às avaliações. **Isso faz toda a diferença na decisão do cliente.***

*Boa Leitura!*

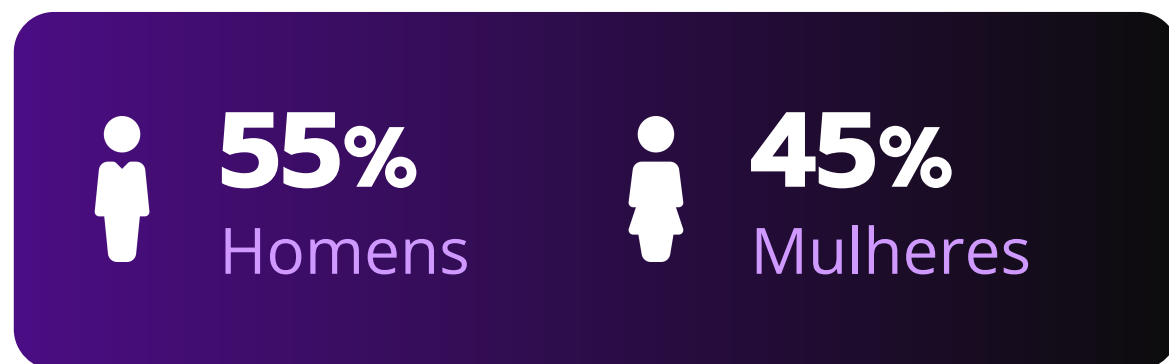
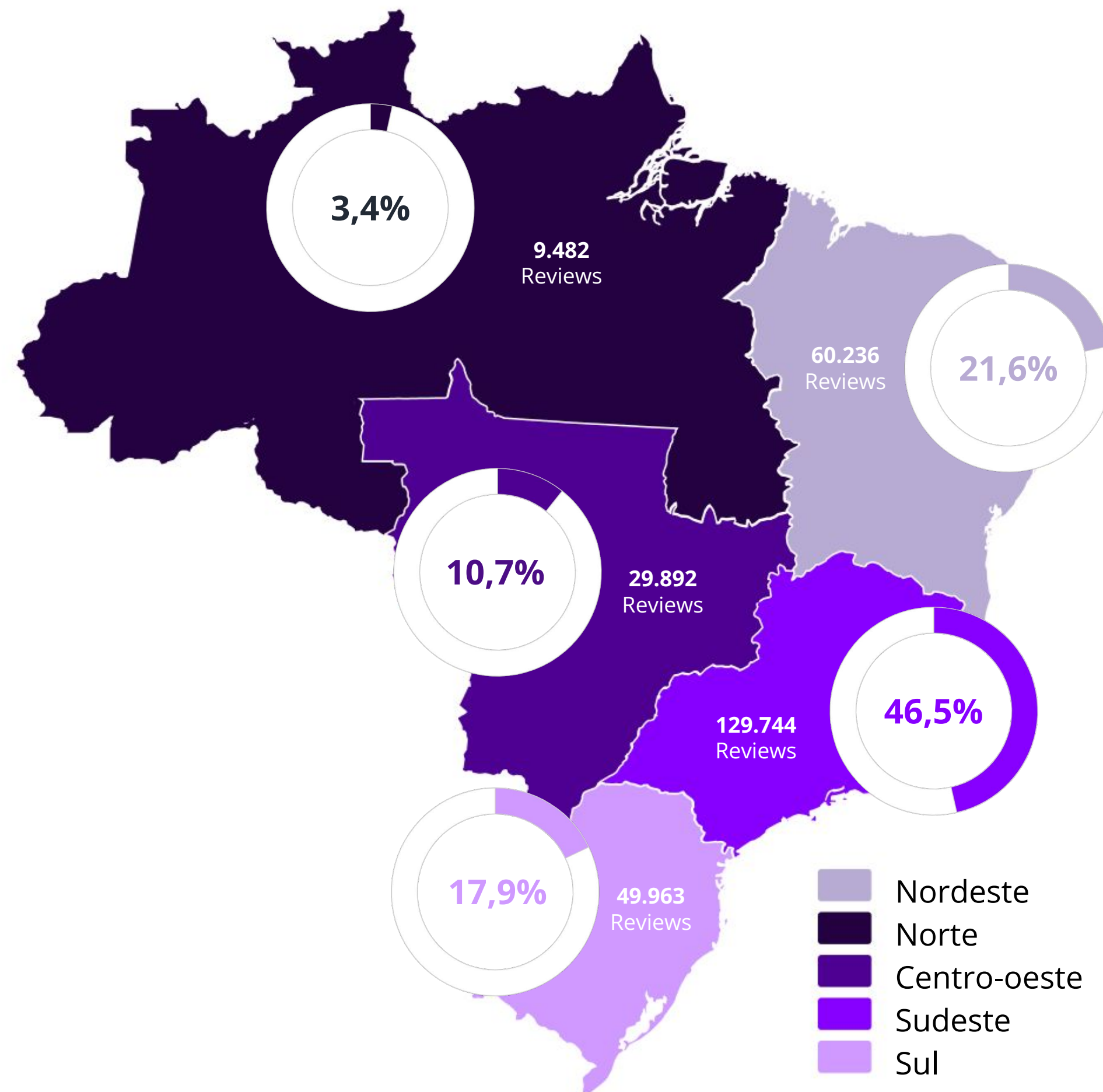


# Dados demográficos

As redes selecionadas para o estudo têm uma maior atuação nas regiões Sudeste (46,5%), Nordeste (21,6%) e Sul (17,9%), o que se reflete no alto volume de reviews nessas áreas, **representando um mais de 85% do total.**

A proporção de reviews feitas por homens e mulheres está dividida em: 55% foram feitos por homens e 45% 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.



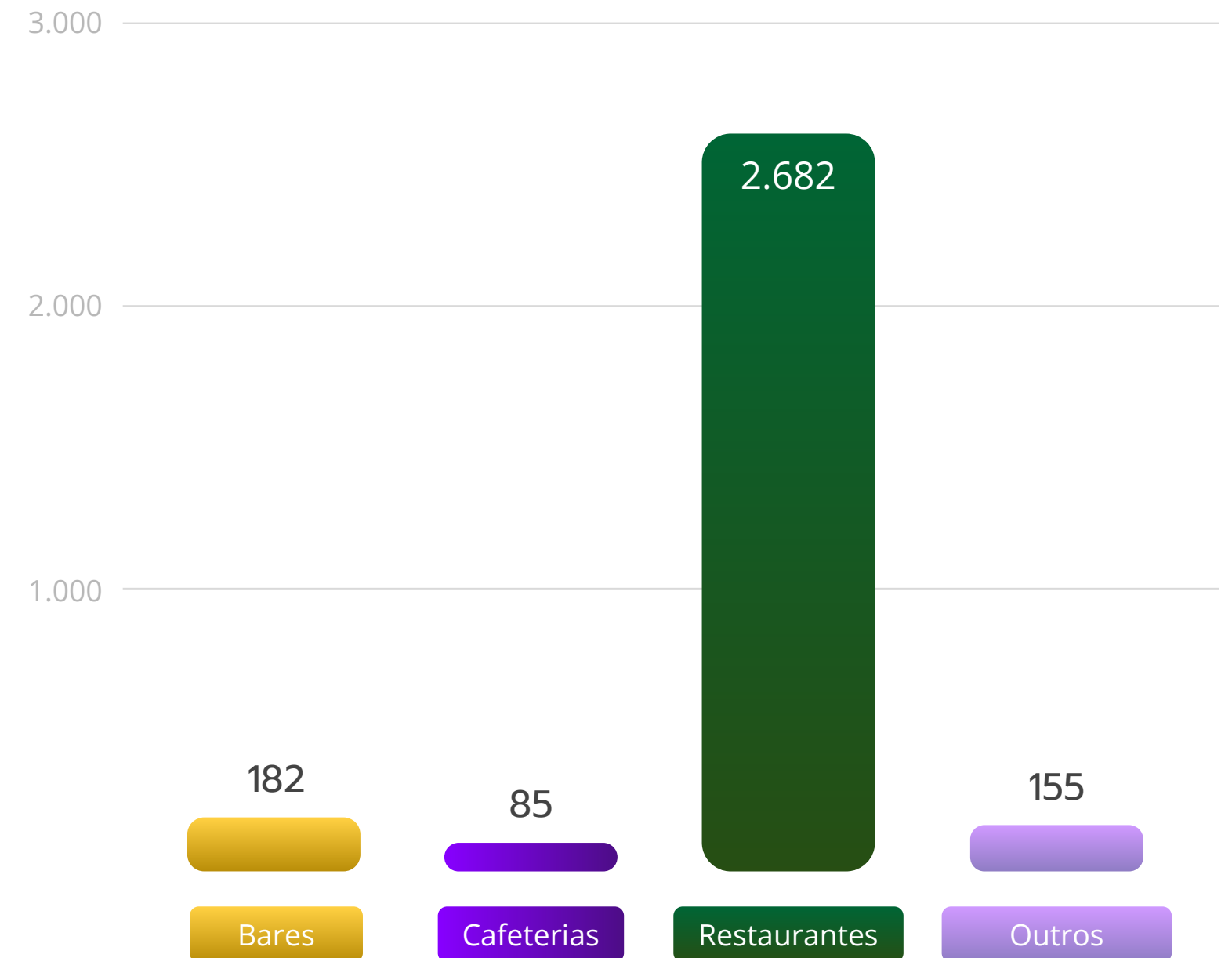


# Locais analisados

A amostra dos locais analisados, composta por associados da ABRASEL, revela uma clara predominância da categoria **Restaurantes**, com 2.682 estabelecimentos avaliados, representando a maior parcela do estudo. Em seguida, aparecem **Bares** com 182 locais, a categoria **Outros** com 155, e, por fim, as **Cafeterias**, com 85 avaliações.

Essa diferença no volume de reviews destaca a representatividade da **categoria de Restaurantes, que concentra a maior parte dos dados analisados.**

Ainda assim, a amostragem de 12,4% dos associados da ABRASEL oferece uma visão confiável do setor, permitindo análises valiosas, mesmo com foco em uma parcela específica de marcas.



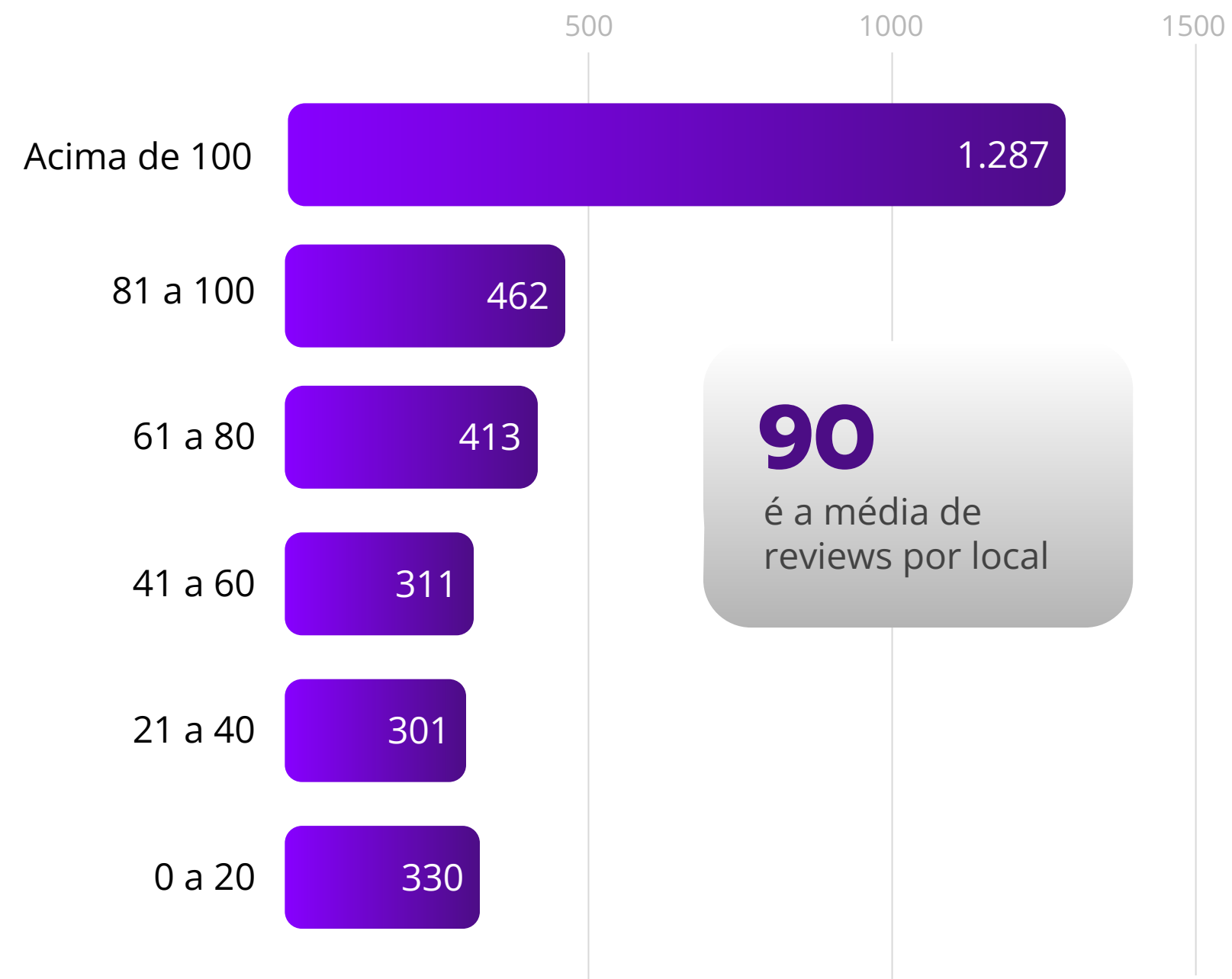


# Média de reviews por local

A média de reviews recebidos por local no período de 23/24, foi de **90**. Dos 3.104 locais analisados, em torno de 40% receberam mais de 100 reviews por loja, e 60%, recebeu menos de que - o que é considerado baixo, dado o alto fluxo de consumidores que passam nas lojas diariamente.

É importante mencionar que **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".*

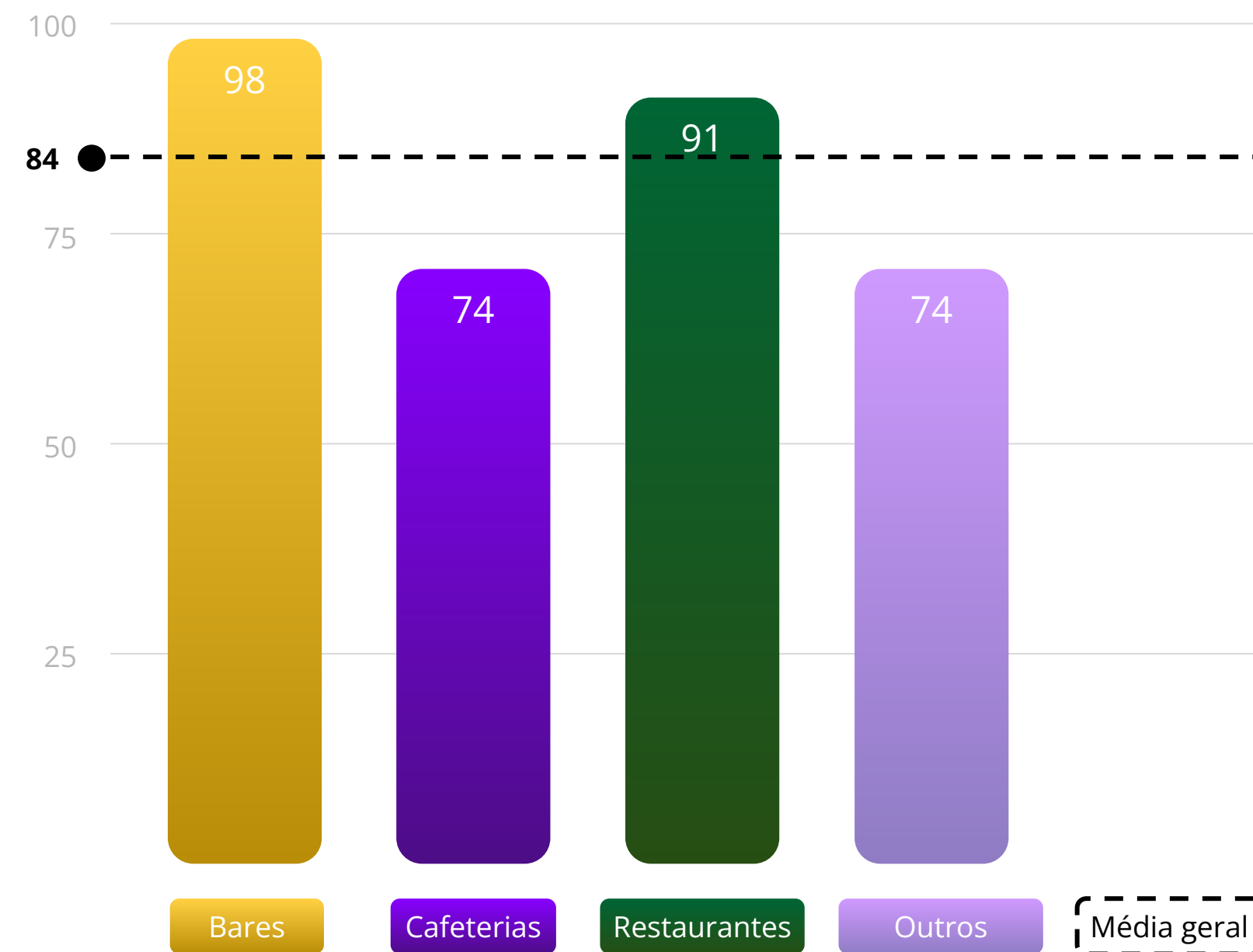


# Média de reviews por categorias

Entre as categorias analisadas, a categoria de **cafeterias e outros** apresentam as menores médias de reviews por local, com apenas 74 reviews. Por outro lado, a categoria de **bares se sobressai com a maior média**, atingindo 98 reviews por local.

**Aqui está a primeira grande oportunidade para o setor.** Aumentar o volume de reviews no Google é essencial para a reputação de uma marca, pois melhora a visibilidade e transmitem confiança aos consumidores.

Segundo estudo, [90%](#) dos consumidores leem avaliações online **antes de visitar uma loja física**, e [76%](#) afirmam ler essas avaliações **regularmente ou sempre** antes de tomar uma decisão de compra. Isso reforça o impacto significativo das avaliações na decisão de visitar ou não um local físico.



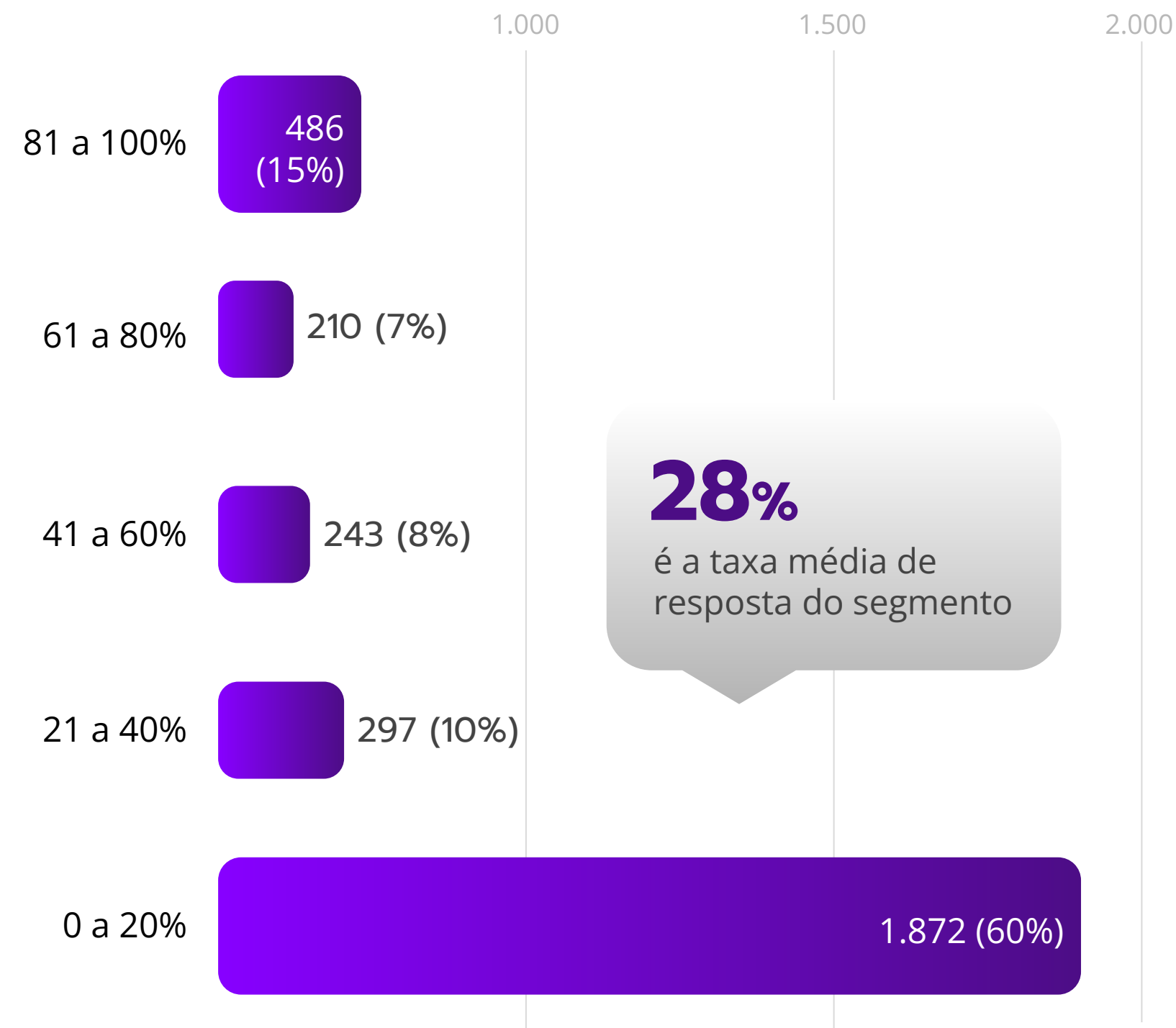


# Taxa de resposta geral

A baixa taxa média de resposta a reviews no setor de bares e restaurantes, atualmente em **28%**, destaca a **segunda grande oportunidade do setor**. A grande maioria das marcas não alcançou a **taxa ideal de resposta, que é acima de 80%**, evidenciando a importância de adotar essa prática.

[Responder aos clientes é uma ação simples](#), mas de grande impacto, pois mostra que o estabelecimento **valoriza a opinião dos consumidores**, gerando um efeito positivo na percepção de outros potenciais clientes que buscam informações sobre a empresa no Google.

Estudos mostram que a interação com avaliações, especialmente as negativas, pode reverter percepções e influenciar diretamente a decisão de compra. Esse é um aspecto que merece atenção especial do setor, já que, segundo dado de 2024 da [Local Consumer Review Survey](#), **88%** dos consumidores afirmam que preferem fazer negócios com empresas que **respondem a todas as avaliações**.



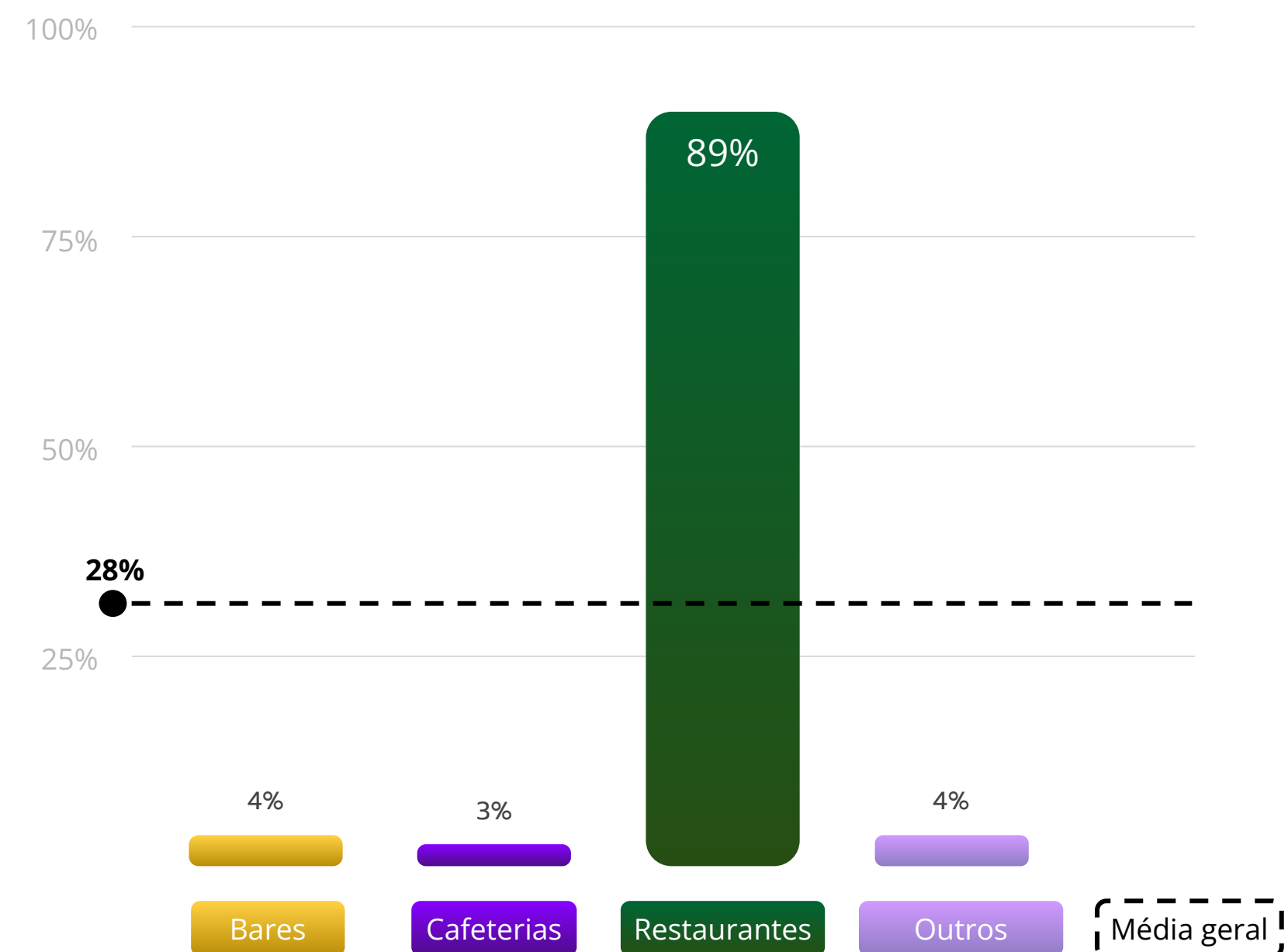


# Taxa de resposta por categoria

O gráfico revela que a **categoria de Restaurantes** se destaca com uma **taxa ideal de 89%** de respostas a reviews, demonstrando que as empresas deste setor compreendem a importância de responder aos clientes, tanto para atrair novos consumidores quanto para construir confiança.

Em contrapartida, as demais categorias — **Bares (4%), Cafeterias (3%), e Outros (4%)** — apresentam taxas extremamente baixas de resposta, o que sugere uma oportunidade de melhoria significativa. Essas categorias precisam reconhecer o [valor de responder às avaliações](#) como uma forma de engajar clientes e melhorar a percepção de sua marca.

Um [dado adicional](#) para reforçar essa importância: As empresas que respondem a pelo menos **25%** de suas avaliações geram 35% mais lucros do que as empresas que não respondem. Isso ressalta a urgência de um esforço maior das empresas em engajar seus clientes nas avaliações e melhorar a percepção de marca.



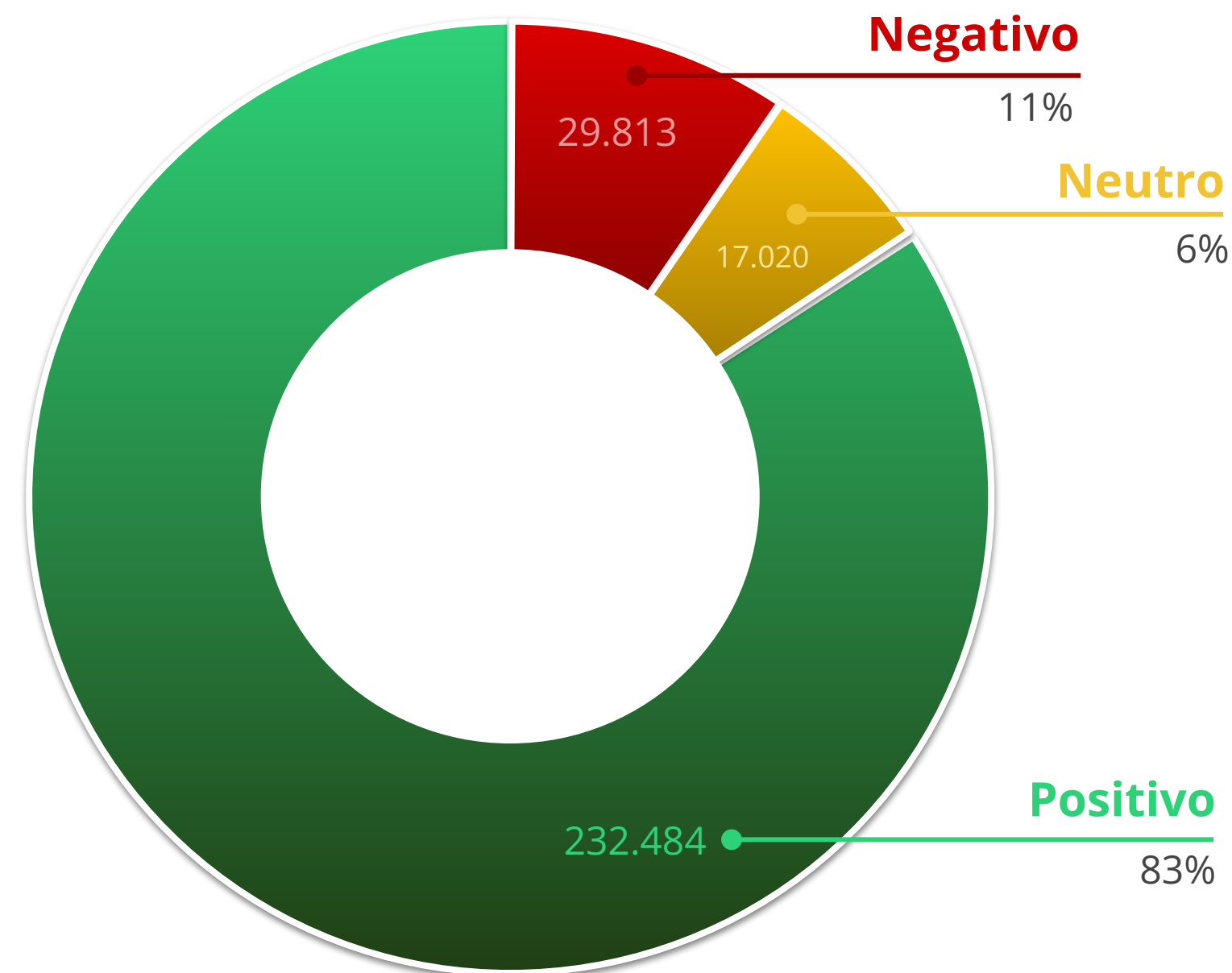
# Taxa de sentimento geral

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. Essa categorização é o padrão mundial desta popular métrica que reflete a opinião pública dos clientes.

A taxa de sentimento baseada nos reviews coletados no estudo mostra que **83%** dos reviews são positivos, **6%** são neutros e **11%** são negativos. A proporção de reviews negativos no setor está acima do ideal, que é de 5%.

Focar em reduzir a taxa de reviews negativos aumenta a percepção positiva dos clientes e impacta o ranqueamento orgânico dos negócios nas buscas locais. E para diminuir essa taxa de negativos só existe um caminho: atender bem o cliente e conquistar mais reviews positivos.

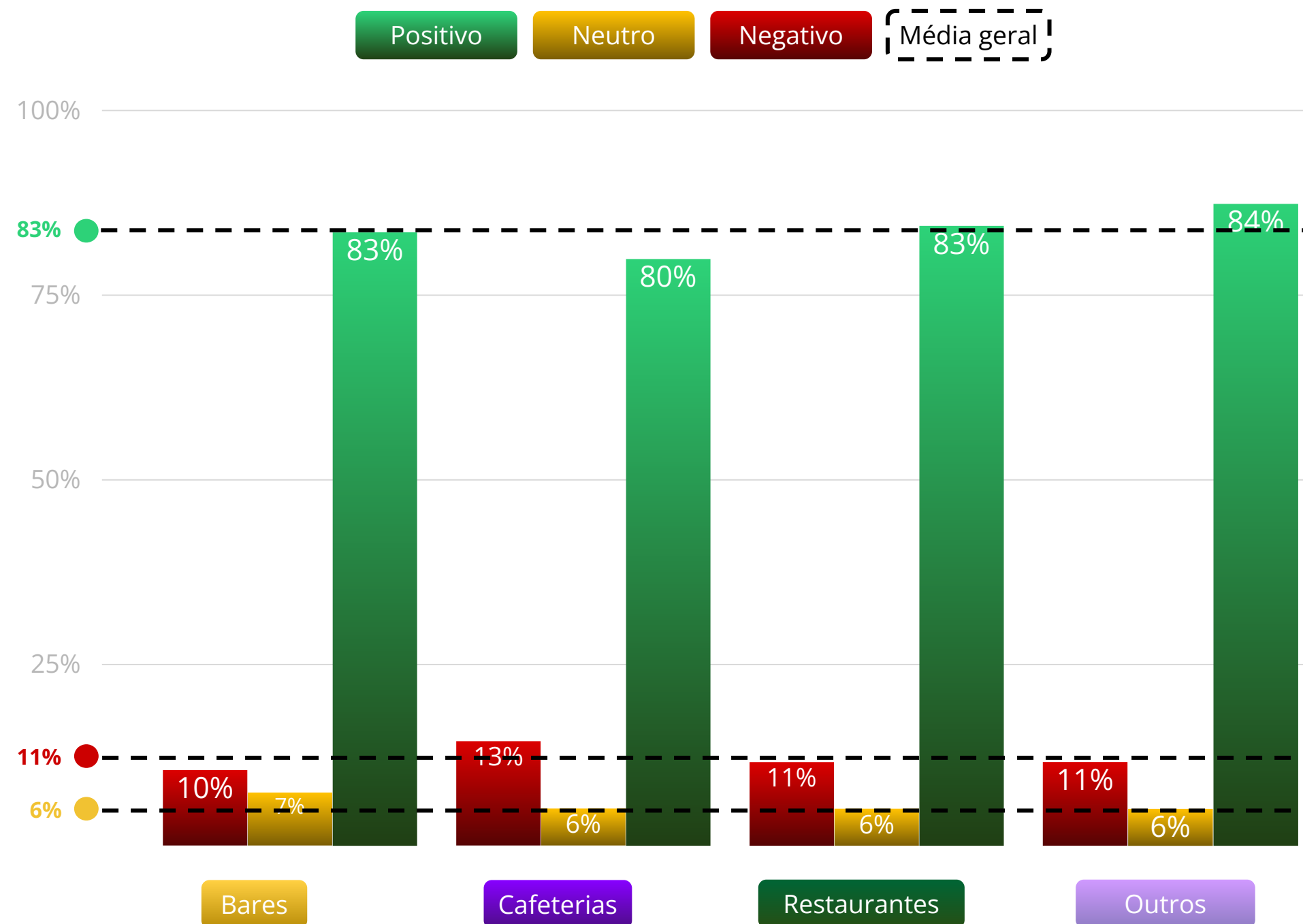
Essas ações não só aumentarão o volume de reviews, mas também terão um impacto direto no ranqueamento orgânico nas buscas locais





# Taxa de sentimento por categoria

Ao analisar a taxa de sentimento por categoria, percebe-se uma **pequena variação nos reviews positivos**, que ficam entre 80% e 84%. No entanto, no caso dos reviews negativos, as **cafeterias se destacam de forma negativa**, com **13%** de avaliações desfavoráveis, enquanto as demais categorias mantêm uma taxa média de 11%. É importante destacar que a categoria de **bares** **apresentou desempenho abaixo da média** nos três indicadores de sentimento, enquanto **restaurantes e outras categorias superaram** os mesmo indicadores.



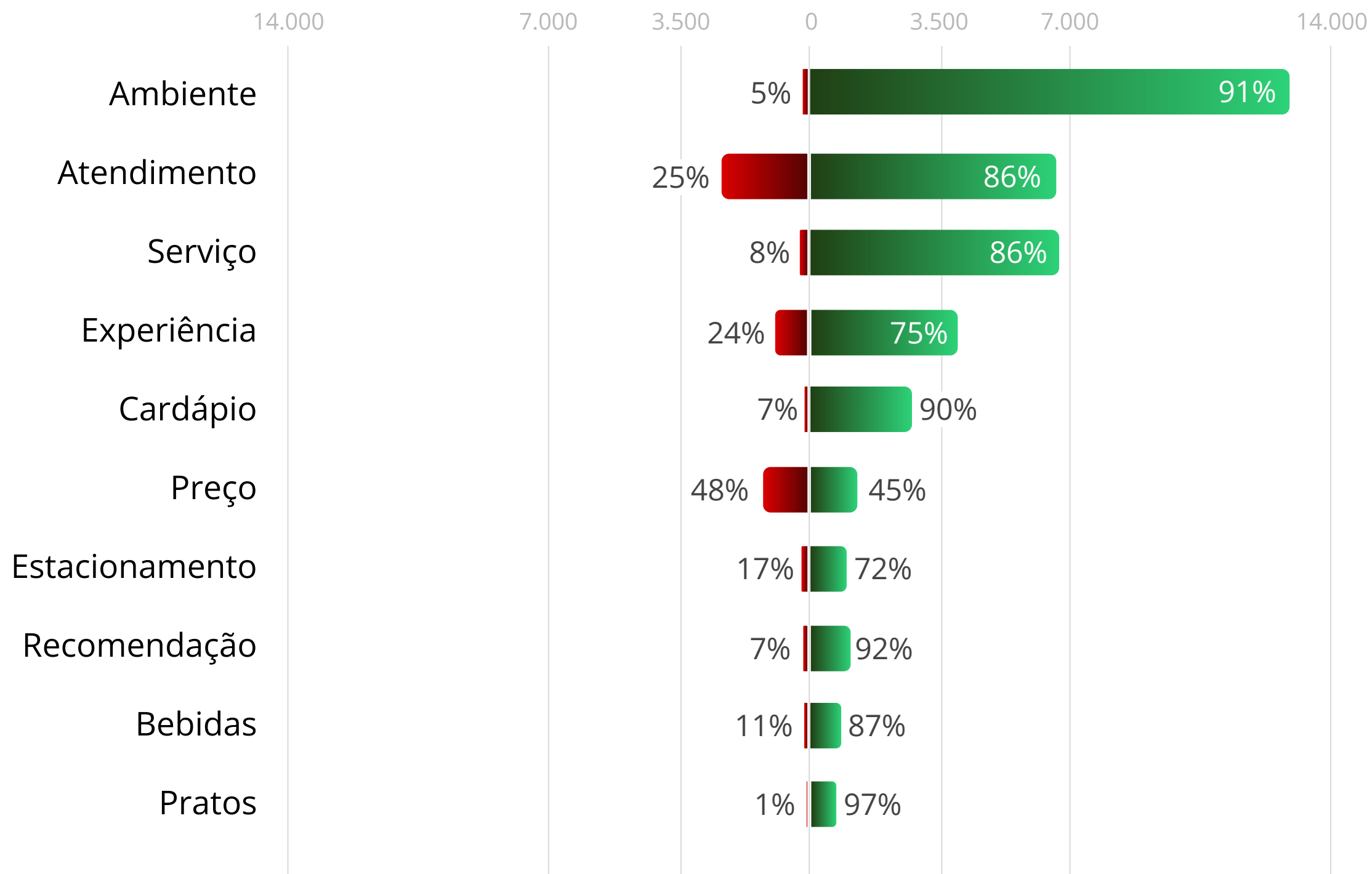
<p><b>Bares</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>10%</li> <li>7%</li> <li>83%</li> </ul>	<p><b>Restaurantes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>11%</li> <li>6%</li> <li>83%</li> </ul>
<p><b>Cafeterias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>13%</li> <li>6%</li> <li>80%</li> </ul>	<p><b>Outros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>11%</li> <li>6%</li> <li>84%</li> </ul>

# 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 279.317 reviews públicos analisados no ano de 2023 e 2024, 48,7% 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:

- O atendimento é frequentemente criticado por ser **lento, desorganizado e, por vezes, rude**;
- **Qualidade da comida inconsistente**, com relatos de pratos mal preparados e sem sabor;
- Os preços são considerados elevados em relação à qualidade oferecida, gerando **insatisfação quanto ao custo vs benefício**;
- Ambientes com **excesso de ruídos**;
- **Falta de opções para dietas específicas**;
- Muitos clientes expressam **decepção e relutância em retornar** aos estabelecimentos.

## Resumo positivos

No geral, os estabelecimentos proporcionam experiências gastronômicas satisfatórias, combinando boa comida, serviço de qualidade e ambientes agradáveis, atendendo a diferentes gostos e ocasiões.

Destacam-se:

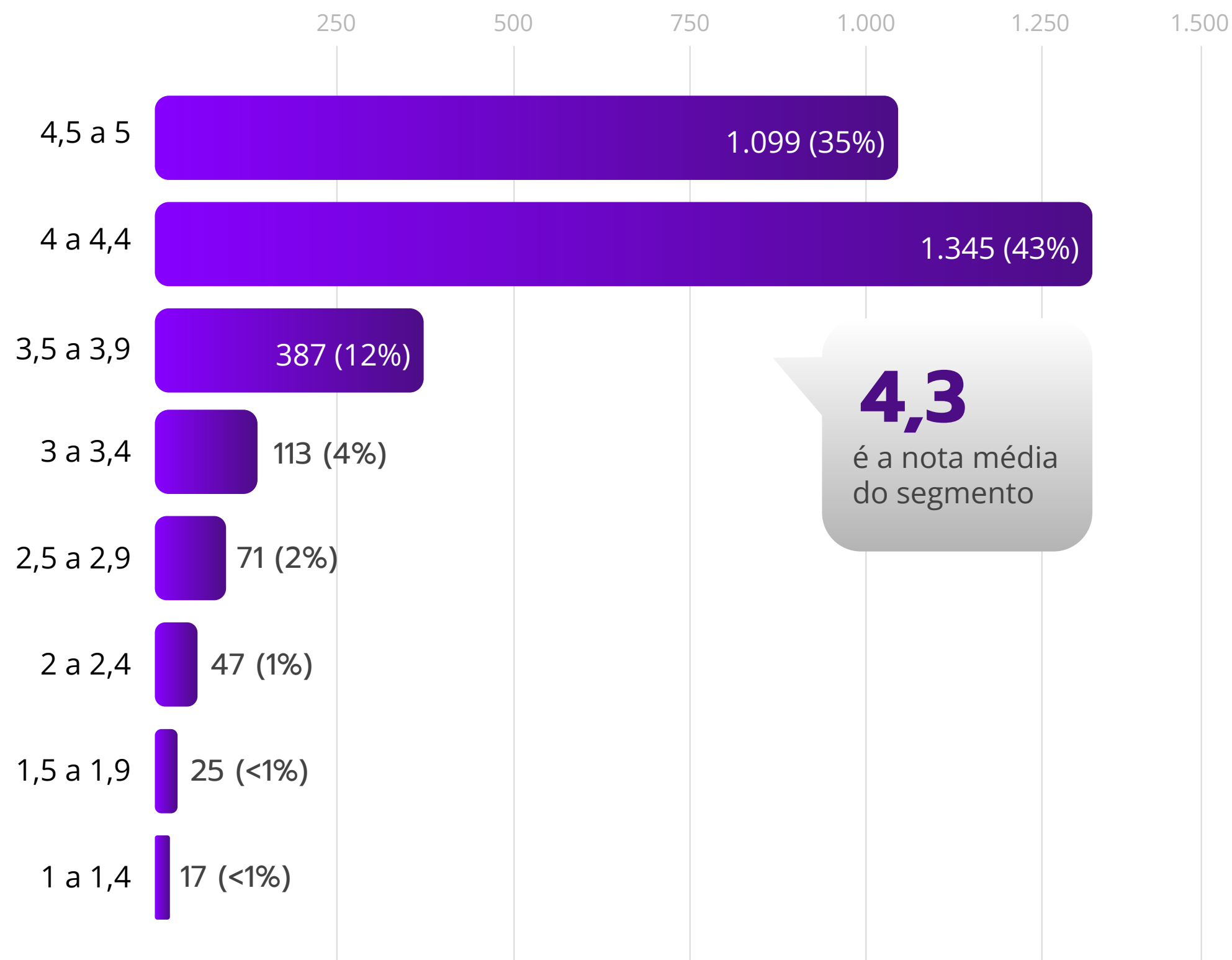
- **Qualidade da comida**, com pratos variados e saborosos, atendendo a diferentes preferências culinárias.
- O serviço é frequentemente elogiado como **atencioso e eficiente**.
- Os ambientes são descritos como **acolhedores e agradáveis**, adequados para diversas ocasiões.
- Facilidades como **estacionamento**.
- Alguns estabelecimentos se destacam por características únicas, como **vistas panorâmicas, opções para dietas específicas e música ao vivo**.

# Nota do segmento geral

No período, a nota média das marcas analisadas no setor foi de **4,3** estrelas no Google, próximo da excelência, que começa acima de 4,5.

A análise das avaliações revela que 1.559 locais (**50%**) **superaram a média do segmento**, alcançando notas **superiores a 4,3**, enquanto os demais 50% ficaram na média ou abaixo dela. Segundo o estudo, [92%](#) dos consumidores consideram comprar apenas de empresas com classificações de 4 estrelas ou mais, e, no atual levantamento, 50% das marcas atingiram essa nota mínima.

Contudo, é importante destacar que **160 locais ficaram abaixo da nota de 3 estrelas**. Dados recentes mostram que a confiança dos clientes cai drasticamente em [67%](#) quando a nota baixa de 4 para 3 estrelas.



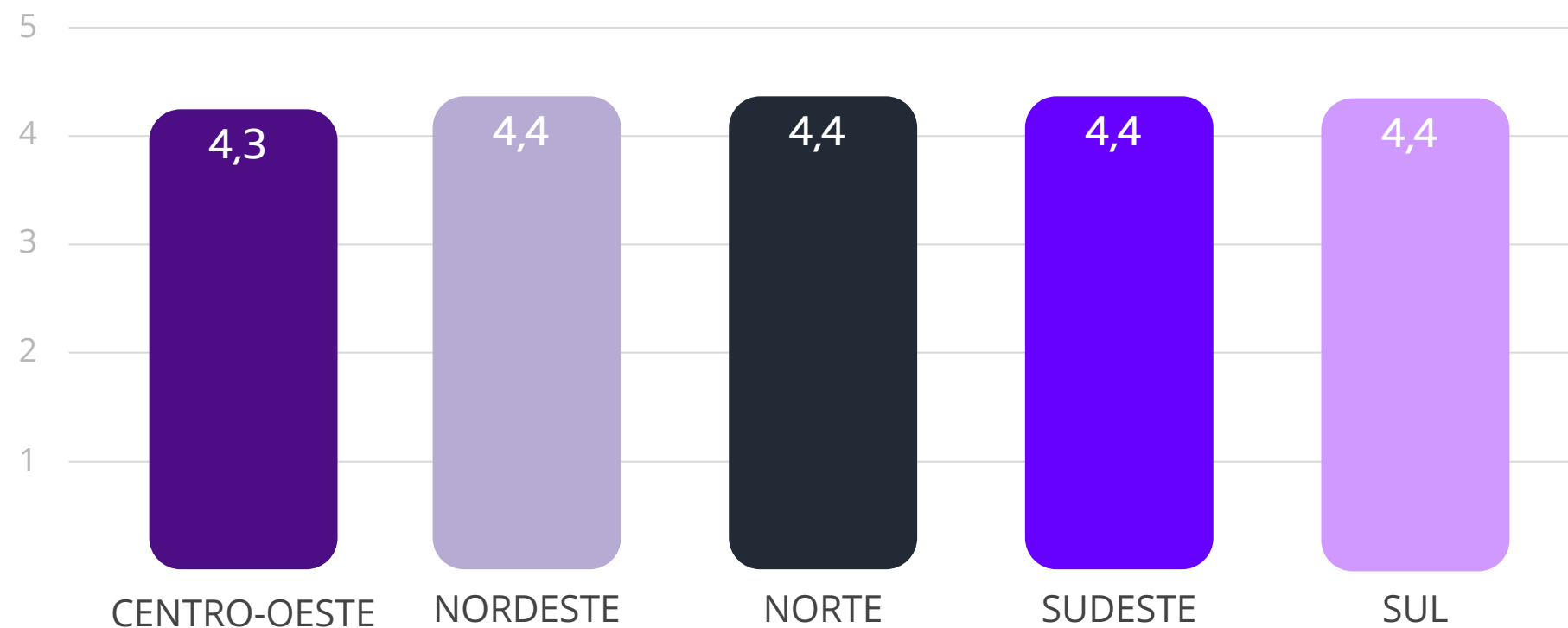
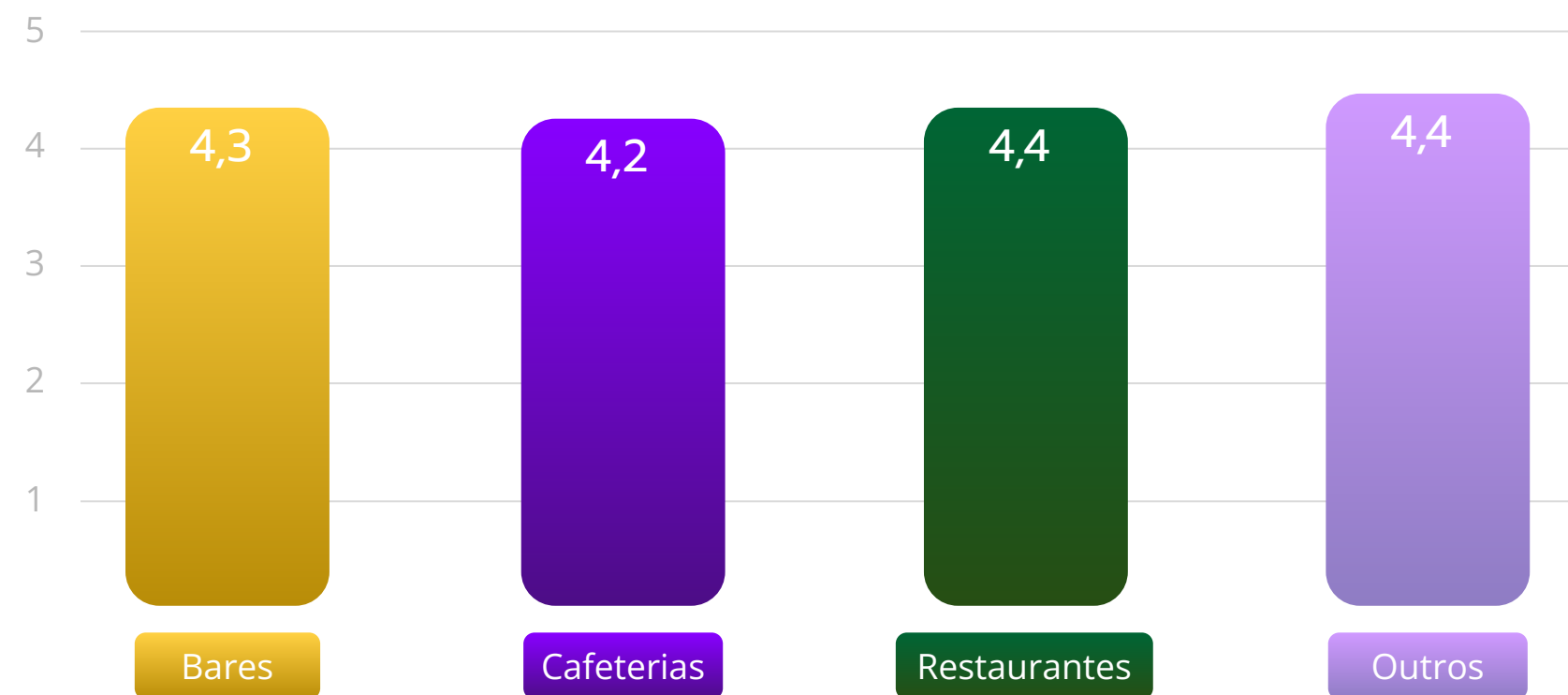
Deseja saber a posição da sua marca? [Entre em contato](#) conosco para ter acesso ao relatório completo.



## Nota do segmento por categoria e regiões

Embora a **variação de notas entre as categorias seja pequena**, vale destacar que **bares e cafeterias** apresentam uma média de **4,2 e 4,2**, enquanto **restaurantes e outros** alcançam **4,4**. Essa leve diferença sugere uma percepção de qualidade relativamente uniforme entre as categorias, com uma margem mínima de variação.

Esse comportamento consistente também se reflete na análise regional, como ilustrado no gráfico ao lado, o que pode indicar que as expectativas dos consumidores em relação à experiência e atendimento são semelhantes, independentemente da localização ou do tipo de estabelecimento. Essa uniformidade ressalta a **importância de manter um padrão elevado em todas as frentes**, já que pequenas melhorias podem ser decisivas para superar a concorrência e alcançar a excelência em qualquer segmento.



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

# Conclusão

O estudo revelou dados estratégicos para entender o desempenho dos bares e restaurantes associados à Abrasel no ambiente digital, especialmente no Google. A categoria de **restaurantes, a mais representativa do estudo**, se destacou em indicadores como **nota média, volume de reviews e taxa de resposta**. Esses dados mostram que os restaurantes estão cada vez mais cientes da importância de gerenciar sua reputação online, compreendendo o impacto direto de **responder às avaliações para atrair e fidelizar clientes**.

De uma perspectiva mais ampla, o **mercado de bares e restaurantes está em crescimento constante**. Segundo a [Abrasel](#), o faturamento do setor deve atingir **R\$ 428 bilhões** até o final de **2024**, um aumento de **3,3%** em relação ao ano anterior. Esse crescimento reflete a retomada do consumo das famílias, que aumentou 1,5% no primeiro trimestre de 2024, superando o crescimento geral do PIB. Além disso, um estudo da [Abrasel em parceria com a Stone](#) revelou um aumento de 5,2% no movimento em bares e restaurantes em março, comparado ao mês anterior, destacando o dinamismo do setor.

Este cenário evidencia a relevância de uma gestão ativa da reputação online como um diferencial competitivo. **As empresas que respondem regularmente aos reviews atraem mais clientes**, consolidam uma presença digital positiva e influenciam diretamente a decisão de compra. De acordo com [estudo](#), 4 em cada 5 consumidores mudam de ideia após ler uma avaliação negativa online, destacando o impacto dos reviews na jornada de compra e decisão.

Além disso, pesquisas mostram que [50%](#) dos consumidores que pesquisam online, visitam uma loja física dentro de 24 horas, e o valor médio de compra em lojas físicas é 20% maior do que em lojas online, segundo a Forrester. Esses dados reforçam a importância de manter perfis digitais otimizados e de responder aos reviews para maximizar o potencial de conversão de clientes.

Essas informações mostram que o setor está evoluindo para um modelo mais digital e centrado na experiência do cliente. Empresas que reconhecem o Google como um canal estratégico de atração de clientes terão uma vantagem significativa, visto que [82%](#) dos consumidores pesquisam online antes de visitar uma loja física.



# 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](#)

