vinetur

Vendas da restauração canadiana ocultam queda dos lucros na maioria dos operadores

A Restaurants Canada prevê vendas de C $105,3 mil milhões em 2026, mas 67% das empresas dizem que a rentabilidade caiu e 44% registaram menos clientes

sábado, 21 de novembro de 2026



A restauração canadiana deverá registar vendas mais elevadas em 2026, mas um novo relatório indica que a maioria dos operadores está a ganhar menos e muitos recebem menos clientes.

Na sexta-feira, 20 de novembro, a Restaurants Canada afirmou que as vendas da restauração comercial deverão atingir C $105,3 mil milhões em 2026, mais 5,1% do que em 2025. A associação setorial disse que o aumento mostra que a despesa dos consumidores em restauração foi mais forte do que o esperado, após dois anos de crescimento modesto. No entanto, afirmou que o valor nacional das vendas oculta uma realidade menos favorável para muitos restaurantes.

De acordo com o mais recente relatório trimestral e inquérito da Restaurants Canada, 67% das empresas de restauração disseram que a rentabilidade era inferior à registada um ano antes. Apenas 14% afirmaram que tinha melhorado. A associação acrescentou que 44% das empresas de restauração registaram menos clientes do que no ano anterior, um sinal de que a afluência continua sob pressão, apesar do aumento das vendas totais do setor.

O relatório aponta para um fosso crescente entre o crescimento do setor e a situação financeira quotidiana dos restaurantes em atividade. A Restaurants Canada afirmou que apenas 35% das empresas de restauração registaram vendas superiores às de um ano antes, enquanto a mesma proporção, 35%, reportou vendas mais baixas. Por outras palavras, o crescimento global do mercado não está a ser sentido de forma uniforme em todo o setor.

A Restaurants Canada afirmou que uma das explicações é o ritmo de abertura de novos restaurantes. As vendas do setor incluem as receitas de estabelecimentos recém-abertos, enquanto as vendas comparáveis medem o desempenho dos locais já em atividade. Isto significa que o setor pode registar um crescimento agregado mesmo que os restaurantes estabelecidos estejam a perder clientes ou a vender menos.

A associação afirmou que esse padrão também se observa nos dados de pagamentos. Citou a Moneris Data Solutions, que identificou uma queda nas vendas comparáveis tanto nos restaurantes de serviço completo como nos de serviço rápido durante os primeiros nove meses de 2026, em comparação com o mesmo período de 2025. Os

dados sugerem que o crescimento das vendas a nível nacional foi parcialmente sustentado pela expansão do número de estabelecimentos, e não por melhores resultados nos locais já existentes.

Para os operadores de restaurantes, o problema mais grave é que os custos continuam a subir mais depressa do que a sua capacidade de aumentar os preços. A Restaurants Canada afirmou que as despesas com alimentos, mão de obra, rendas e serviços públicos continuam sob pressão. Ao mesmo tempo, muitos clientes tornaram-se mais sensíveis aos preços dos menus, deixando aos restaurantes pouca margem para transferir os custos mais elevados para os consumidores.

Esta pressão sobre os custos é importante para as empresas de hotelaria e restauração, uma vez que os restaurantes operam frequentemente com margens reduzidas. Mesmo quando as vendas aumentam em todo o mercado, o crescimento das despesas operacionais pode corroer os lucros ao nível de cada estabelecimento. Um restaurante que mantenha as receitas estáveis, mas enfrente salários mais elevados, ingredientes mais caros e rendas mais altas, pode ainda assim terminar o ano numa situação financeira pior.

Os resultados do inquérito sugerem que isso está a acontecer em grande parte do mercado canadiano da restauração. Uma empresa pode vender mais em termos monetários devido a aumentos de preços, mas isso não significa necessariamente que esteja a receber mais clientes ou a melhorar os resultados financeiros. A conclusão do relatório de que quase metade dos operadores registou uma diminuição do número de clientes reforça essa preocupação, pois uma menor afluência pode dificultar a distribuição dos custos fixos por um volume de vendas suficiente.

Esta distinção é importante para as empresas de todo o setor da hotelaria e restauração que recorrem aos dados globais do mercado para avaliar a procura. O crescimento do valor total do mercado pode indicar resiliência da despesa dos consumidores, mas não significa automaticamente que os operadores já estabelecidos estejam em melhor situação. Neste caso, a Restaurants Canada afirmou que os dados subjacentes mostram que muitas empresas continuam sob pressão financeira, apesar do aumento previsto das vendas anuais.

O material divulgado na sexta-feira, 20 de novembro, não incluía uma repartição regional nem identificava diferenças por dimensão dos restaurantes. No entanto, os números publicados indicam que a pressão é suficientemente generalizada para afetar uma grande parte dos operadores. Com 67% a reportarem uma rentabilidade inferior e 44% a registarem menos clientes, os dados da associação setorial apontam para um setor em que o crescimento das vendas, por si só, não resolve os desafios operacionais enfrentados pelos restaurantes.

A Restaurants Canada afirmou que está a recorrer às conclusões para defender políticas destinadas a reduzir os custos operacionais, responder às pressões sobre a acessibilidade dos preços e criar um ambiente empresarial mais sustentável para os operadores de restauração. A organização afirmou que estas questões afetam a capacidade dos restaurantes para investir, contratar e expandir, mesmo num ano em que se prevê um aumento das vendas totais do setor.