

soluções

# Automação e design **DE MÃOS DADAS**

Empresas de food service investem em produtos diferenciados para garantir atendimento prático, seguro e funcional

Por Eloisa Rangel

*Smart Bell: clientes acionam o botão para chamar o garçom*

Garçom! Amigão! Chefe! É assim que os clientes costumam chamar a atenção dos empregados responsáveis pelo atendimento em seu estabelecimento? Foi justamente pensando em evitar essa prática que o proprietário do **restaurante Josephine Bistrô**, Jesse de Andrade, decidiu implantar um novo sistema de atendimento. Trata-se do Smart Bell, mais conhecido como "botão do garçom".

Fabricadas na Coréia do Sul e comercializadas com exclusividade pela empresa 5S Soluções Inteligentes, as campainhas são distribuídas por todas as mesas do estabelecimento. Ao chamar o garçom, o cliente não

precisa levantar a mão, gritar ou mesmo passar pelo constrangimento de não ser visto; basta acionar o botão que o atendente vai rapidamente à mesa em que é solicitado para fazer o atendimento.

Assim que o cliente aperta a campainha, o número da mesa aparece em um display, que é facilmente visualizado pelo atendente. Aliado a esse equipamento, também existe um relógio digital que o garçom coloca no braço, que, além de exibir o número da mesa, vibra no momento do chamado. O relógio ainda não foi lançado oficialmente no Brasil, apesar de estar em testes no Josephine Bistrô, mas deverá ficar disponível nos próximos meses.

Jesse de Andrade conta que a instalação do novo sistema propiciou maior conforto aos clientes, pois, dessa maneira, é possível atender mais mesas de modo personalizado. “Temos um movimento intenso nos horários de almoço e jantar e não podemos admitir que os clientes demorem a ser atendidos ou se

## Os novos produtos trazem maior segurança alimentar e mantêm a higiene na cozinha

sintam ignorados pelos garçons”, ressalta o empresário.

Outro restaurante que apostou em aparatos tecnológicos para agradar ainda mais os consumidores foi o Alimentari di Sergio Arno, que firmou parceria com as agências Imais9prumo e Pocket Mídia para investir em uma ação “móvil”, que proporciona aos clientes a possibilidade de receber em seus aparelhos celulares, gratuitamente, as receitas do cardápio, enquanto estão no estabelecimento. A tecnologia possibilita, via Bluetooth, a transmissão de conteúdos a uma distância de até 30 metros da fonte emissora e é compatível com mil celulares de diferentes marcas e operadoras.

### Utensílios avançados

Inspiradas na criação de grandes artistas do “Novo Design” – como Philippe Starck, que, com um talento extraordinário para inventar objetos, fez sucesso ao prestar consultoria para grandes marcas do ramo hoteleiro –, algumas empresas brasileiras estão investindo em novos conceitos para aumentar

as vendas de utensílios destinados ao mercado de Food Service.

A gaúcha Di Solle é uma delas. Fundada há 12 anos, a cutelaria encontrou na inovação uma maneira de fornecer aos estabelecimentos produtos para consumidores com diferentes necessidades. Assim, desde 2006, a empresa procura fugir do convencional, com talheres de design arrojado e moderno.

No ano passado, lançou a linha Inova, que se destaca por não permitir que as pontas dos talheres encostem na mesa. Neste ano, a novidade foi a linha Tatile, cujas impressões em braille localizadas no cabo dos utensílios ajudam deficientes visuais a diferenciarem o garfo da faca e da colher.

De acordo com o gerente comercial da marca, Sérgio Bartz, depois de realizar um estudo, a Di Solle

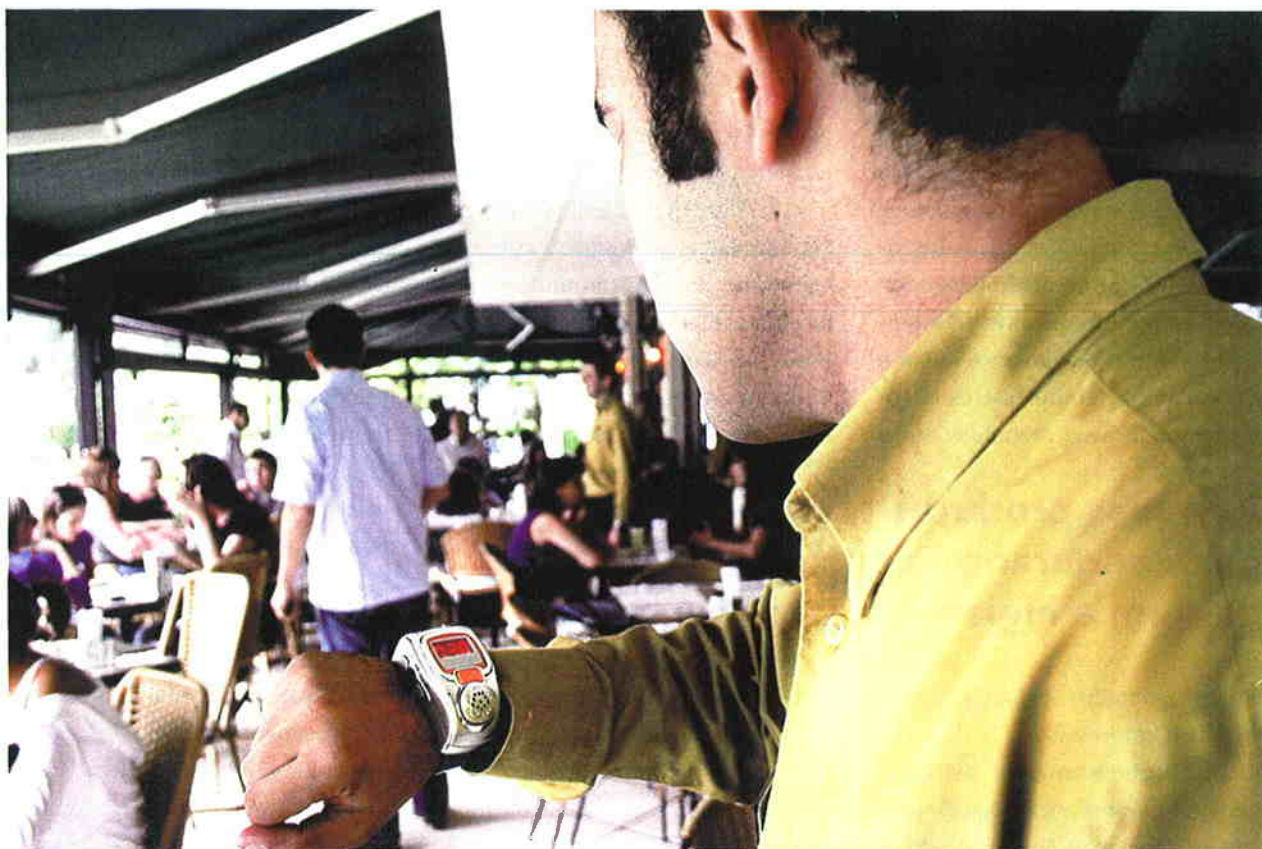
detectou que 7% dos brasileiros sofrem de algum tipo de deficiência visual. Desta maneira, a empresa encontrou uma oportunidade de chegar até essa parcela da população, auxiliando-a durante as refeições. “Sempre víamos muitos restaurantes com cardápio em braille. Depois da pesquisa, percebemos que existia uma possibilidade de propiciar a essas pessoas um hábito alimentar diferenciado”, afirma Bartz.

Também atenta às tendências do design moderno, a Brinox, fabricante de utilidades domésticas feitas de aço inox, resolveu estimular o desenvolvimento de peças que aliam durabilidade e beleza. O resultado são produtos que garantem maior segurança alimentar, como é o caso do apoio para colheres ou escumadeiras, que ajuda a manter a higiene e a organizar a cozinha ou a mesa do restaurante, evitando sujeira na área de trabalho.



Apoio para utensílios ajuda a manter a higiene na cozinha do restaurante





Relógio digital comercializado pela 5S Soluções Inteligentes: o aparelho vibra ao ser solicitado atendimento à mesa

Segundo o gerente comercial da Brinox, Aguinaldo Fantinelli, desde que começou a operar, a empresa tem como um de seus princípios a inovação, mas, nos últimos cinco anos, tem olhado com mais atenção para o design das peças. “Buscamos uma diferenciação no mercado e prezamos pela funcionalidade dos produtos de cozinha”.

## Soluções inovadoras garantem atendimento mais personalizado

Com experiência de mais de 50 anos na fabricação de cerâmica de mesa, a Oxford também percebeu que estava na hora de apresentar uma coleção que atendessem aos altos padrões exigidos por hotéis, bares e restaurantes, e lançou a li-

nha Gourmet Ultraporcelaná. Feita de massa cerâmica com adição suplementar de óxido de alumina e de zircônio, as peças são mais resistentes e brilhantes.

“Como foram criadas para suportar altas temperaturas, as peças da Linha Gourmet podem ser utilizadas em todos os equipamentos de limpeza, inclusive na autoclave, que esteriliza a louça por meio do calor e da pressão. Por tudo isso, é perfeita para hotéis, restaurantes, hospitais ou qualquer outro estabelecimento que trabalhe com grandes quantidades de louças”, afirma Sami Oumairi, gerente da Linha Gourmet da Oxford.

A francesa Le Creuset, referência na produção de painéis de ferro fundido e esmaltadas, passou a desenvolver linhas para o merca-

do de Food Service, apostando em tonalidades tropicais, como Azul Caribe, Amarelo Dijon, Kiwi e Azul Cobalto, para alavancar as vendas de painéis da marca nos estabelecimentos brasileiros, deixando suas cozinhas com ares mais modernos.

Outro setor que também segue a tendência de cores para agradar o gosto dos proprietários dos restaurantes é o têxtil. Roberto Toschi, gerente de marketing da Sabie, empresa especializada na produção de toalhas, guardanapos e cobremanchas para hotéis e restaurantes, aconselha o investimento em tecidos de qualidade e com cores firmes. “É terrível ter uma toalha que fica com aspecto de velha após algumas lavadas. Pensando nisso, desenvolvemos o tecido Cristal Premium Peletizado, que é antimancha e pode ser elaborado em variados tons.” ●