



OPORTUNIDADE



DICAS PARA QUEM QUER EMPREENDER NO MERCADO DE GASTRONOMIA

Seguindo alguns passos de grandes negócios, cada nicho de mercado oferece possibilidades de crescimento acelerado. O ramo de franquias alimentícias, por exemplo, é um dos setores que está liderando a corrida pela recuperação econômica – mesmo durante a pandemia –, segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF) e a empresa de pesquisas AGP; sendo uma oportunidade para empreendedores.

Para inovar no ramo de Gastronomia e indústria alimentícia, alguns passos podem ser seguidos. O Cofundador e CEO do grupo de investimentos Five Capital, Marlon Ceni, listou algumas dicas. Confira:

1 Resiliência – Quem quer empreender no ramo da gastronomia tem que ter em mente que sua trajetória não será fácil. Como todo negócio, o começo é guiado por muitas turbulências e desafios que só quem tem estômago e força de vontade consegue operar e guiar-se em meio a tantos desafios, como equipe, operação, logística de entrega e recebimentos, financeiro, roubos. Ser resiliente nos torna mais fortes para enfrentarmos as barreiras e desafios do dia a dia, focando sempre no bem comum e sucesso do negócio.

2 Processos – Como toda grande empresa, as pequenas e médias também precisam de processos organizados e manuais de treinamento impecáveis. Fazer o manual de A a Z de um restaurante passa por diversos setores e isso não se aprende apenas na faculdade. Lidamos com colaboradores e fornecedores que em grande parte não detêm conhecimento técnico para tais cargos e um bom manual de processos percorrendo por diversos setores do restaurante é essencial.

Esse manual vai desde assuntos relacionados ao fluxo de compras, financeiro, atendimento ao público, "cookição", reposição, limpeza, empratamento, trabalho em equipe, tecnologia, marketing entre outros que, no caso do Nattu, gerou mais de 80 manuais processuais internos separados em cinco setores que são, operação, financeiro, marketing, compras e recursos humanos. Isto foi um grande aprendizado, ainda mais pensando na expansão do negócio.



3 Padronização – O mais importante aspecto pensando em capilaridade e crescimento de uma marca, é a padronização do seu produto, não importando o local onde ele está inserido, por isso a importância de processos bem listados e montados como falamos acima. Quanto mais exigente nisso você for, melhor vai ser seu produto e a expansão da sua marca. Padronizar para crescer! Esse é o caminho!

4 Time – Lidar com muitas pessoas em diferentes setores é sempre um desafio e requer habilidades como criatividade e liderança para aplicação de cultura dentro dos restaurantes. São colaboradores que, em grande parte, possuem vícios de mercado que não condizem com o que queremos para dentro da empresa, trazendo um desafio de treinamento para exercerem um dos principais pilares de um restaurante: experiência.

Quando um cliente chega no restaurante ele quer ter uma experiência incrível, não é só a comida, é o ambiente, o atendimento, o público, o seu propósito. Levar a melhor experiência para o cliente depende do comprometimento do seu time, eles que vão fazer a diferença no seu restaurante e treiná-los para atender o gosto do seu público é nosso principal desafio. Então como lição para este ponto é sempre ter um time alinhado com os objetivos da sua empresa, que visa o conforto e qualidade para com o cliente em primeiro lugar.

5 Produto – Vamos para o calcanhar de Aquiles dos restaurantes: produto. Nele está inserida a experiência final do cliente depois de passar por um ambiente limpo e bem decorado, ser atendido com excelência pelos colaboradores chegamos na fase final da percepção do cliente e o local onde você ganha ou perde dinheiro. Primeiro passo é definir seu produto de acordo com o que você é.

Se seu restaurante é uma hamburgueria seu foco é vender hambúrguer, se é de produtos naturais seu foco é alimentos saudáveis, se é um bar seu foco é drinks e cervejas e assim por diante. Um grande erro dos empreendedores é não ter foco e querer ser de tudo um pouco. Não desfoque nunca do seu verdadeiro produto, temos que oferecer qualidade e objetivo.

Bônus: precificação – Aprendemos muito criando o preço correto para nosso produto e analisando toda a cadeia produtiva do mesmo. A famosa curva ABC. Entre outros aspectos que trazem uma outra visão do business restaurante. Outro aspecto importante é compras, você passa a ser praticamente um comprador de ações na bolsa, negociando compras como nos anos 90.

Ligação e preços ditam a regra. Passamos por alguns pontos cruciais de vida em um restaurante. O dia a dia no business é primordial para o aprendizado. Em meio a um ano como 2020, ser resiliente é crucial, buscando métricas de redução de custos e otimização de equipe. Algumas decisões podem ser críticas, segundo Ceni. "Em pouco mais de cinco anos, pude acompanhar mudanças no comportamento do consumidor no quesito alimentação.

Se antes ele pensava em comer rápido e alimentos mais calóricos, hoje ele busca opções mais saudáveis que irão trazer benefícios a longo prazo. Esse é o tipo de visão que o empreendedor deve ter para crescer rápido e, talvez, até mudar drasticamente o negócio para acompanhar tendências de crescimento", explica o empresário.

