

## O jantar está servido. Com ajuda da web.

Barbara Oliveira



*Restaurante La Mar, de São Paulo: comentários e preferências dos clientes sobre o atendimento são registrados. – Divulgação*

O paulistano adora comer fora, mas nem por isso deixa de aproveitar da comodidade das entregas de refeições em casa. Em ambas as situações sai ganhando. Com os serviços de reservas online em restaurantes, especialmente os badalados, evita a espera na fila por uma mesa; nas entregas em casa, o delivery, pode estudar bem o cardápio na tela do computador ou no celular antes de fazer o pedido. Os estabelecimentos, por sua vez, têm como melhorar a gestão e a movimentação de suas vendas.

São várias as empresas que dispõem de plataformas desses serviços na web. A tendência é que essas ferramentas online se incorporem ao cotidiano do consumidor, acostumado até aqui a usar o telefone para suas demandas, e ainda possam oferecer um valor agregado aos seus donos com a fidelização da clientela, avaliação dos comentários dos serviços e a integração desses dados com os softwares de gestão.

Pelo menos é o que pretende o Restorando, plataforma também disponível como aplicativo para Androids e iPhones. O Restorando atua no Brasil, Argentina, Chile, Colômbia e agora em novembro também estará funcionando no Uruguai e no Peru. Além de fazer reservas online em mais de mil bares e restaurantes no País, a ferramenta localiza para o usuário do aplicativo móvel bares e restaurantes no entorno de onde ele esteja (por geolocalização no mapa) e também por tipos de culinária.

Segundo Franco Silveti, um dos fundadores da empresa, apoiada por quatro fundos de investidores internacionais, o portal fechará o ano com 2.300 restaurantes cadastrados na América Latina e mais de 2,6 milhões de reservas efetuadas. Só em São Paulo cerca de 700 estabelecimentos estão conectados ao Restorando. Cada estabelecimento cadastrado paga R\$ 3,50 ao portal por pessoa a cada reserva pedida (se forem duas pessoas para a mesma mesa serão R\$ 7).

### **Processo facilitado**

Um dos locais que se vale do serviço é o restaurante La Mar, de São Paulo, franquia do renomado chef peruano Gastón Acurio. O proprietário da casa, Alexandre Miqui, aprova a aplicação como gestão de reservas, porque esse processo ficou mais fácil. "Agora eu sei se ainda tenho mesas livres e, quando a casa está cheia, consigo impedir que novas reservas sejam feitas. A ferramenta permite comentários dos clientes sobre o atendimento e também que ele escolha a posição da mesa, num lugar mais perto da cozinha ou numa área central, por exemplo", conta.



*Silveti, um dos fundadores do Restorando: 2,6 milhões de reservas em 2.300 restaurantes. – Divulgação*

Mas Miqui lamenta que a ferramenta ainda não faça um gerenciamento mais inteligente do banco de dados dos seus clientes (armazenados no Restorando). “Eu não sei se uma determinada pessoa costuma frequentar muito meu restaurante, que tipo de mesa ela prefere, quando vem aqui e se pede o mesmo prato ao vir”. Miqui espera um pouco mais da plataforma, pois quer conhecer o perfil dos clientes e tirar proveito dos dados coletados, ou seja, que o serviço se transforme em um sistema real de CRM.

### **Crescimento firme**

Silveti diz que o Restorando auxilia o proprietário ou gerente do estabelecimento porque está integrado aos softwares que gerenciam fornecedores, pagamentos e cobranças e automatiza um processo antes feito manualmente (em planilhas), e que a tendência é ampliar os recursos de inteligência para a gestão efetiva da empresa. “Já temos a pesquisa eletrônica pela qual o usuário responde como foi o atendimento e o serviço prestado”. Os e-mails, telefones e nome do usuário ficam guardados pelo banco de dados para o cliente receber mensagens sobre a confirmação da reserva.

A rede de comida chinesa Lig Lig, que possui 40 lojas no País, é usuária de outros produtos online para gerenciar seu delivery, que representa 65% das vendas. O responsável pela área de informática da rede, Eliângelo Cardoso, aposta em que os serviços pela Web de entregas em domicílio crescerão muito nos próximos anos. Por isso, a Lig Lig contratou três portais para gerenciar essas compras delivery: o Restaurante Web, o iFood e o Hello Food, que por enquanto, representam menos de 10% dos pedidos. “O público ainda está acostumado a usar o telefone e a tirar dúvidas com o atendente”, diz Cardoso. Hoje, 72 mil compras são feitos pelo telefone ou no balcão e cerca de 8 mil pelos portais.

“Mas vemos futuro nessas plataformas”, afirma Cardoso. Além disso, os restaurantes ganham em tíquete médio, pois quando a compra é feita pela web, o valor aumenta em 50% em relação à compra por telefone. “Entendemos que o cliente, aos poucos, vai avaliar as

vantagens de visualizar as fotos dos pratos, os tipos de cardápios e ter uma interação maior com o restaurante”.

### **Para pequenos**

Outras vantagens da ferramenta online são as promoções feitas pelos restaurantes para atrair mais clientes, e o fato de o software da empresa e o dos sites estarem integrados, facilitando o gerenciamento dos pedidos. “Isso nos permite ter um caixa único, informar a cozinha, analisar a rota pelo mapa na tela e despachar o motoqueiro, tudo de forma automática”, diz Cardoso. No caso do Lig Lig, o pagamento ainda é feito pela maquininha de cartões levada pelo motoqueiro à casa do cliente, mas isso também vai mudar com os sistemas de pagamentos integrados aos sites e já adotado por alguns portais.

Emerson Calegaretti, um dos sócios do Hello Food, também acredita no sucesso desse tipo de negócio online. Tanto que adquiriu, recentemente, três plataformas para pedidos delivery, o Mega Menu, o Já Na Mesa e o Peixe Urbano Delivery. Com essas aquisições, o Hello Food, com presença em 28 países e que começou em fevereiro deste ano no País já está presente em 20 cidades brasileiras, com dois mil restaurantes brasileiros cadastrados. “O Brasil tem um milhão de bares e restaurantes delivery, temos muito para crescer ainda”, diz Calegaretti. Ele destaca que com serviço online não tem linha ocupada, a escolha é feita com calma, o cliente vê os ingredientes dos pratos, o pedido pode ser feito pelo computador ou pelo celular (com o aplicativo) e o consumidor tem como reclamar se a não receber exatamente o que pediu. “Se for cliente frequente, seus pedidos ficam gravados e ele o refaz de forma automática, só apertando um botão”. O restaurante só paga um percentual sobre cada compra efetiva. “É um modelo de negócio em que todos ganham”, enfatiza o executivo da Hello Food.

Para ter acesso à tecnologia, o estabelecimento só precisa de uma conexão com a internet e um software simples de gerenciamento. Se for uma padaria ou pizzaria muito pequena que não os tenha, a Hello Food aluga uma máquina impressora pequenas (como um POS) que ficará conectada à rede de celular. É por ela que ele receberá o pedido do cliente a ser impresso. “É tudo muito simples, mas se for necessário mandamos alguém para fazer um treinamento interno no restaurante”, garante Calegaretti.

**Fonte: Diário do Comércio, São Paulo, 5 nov. 2013, Informática, p. 22.**