

Tendências Alimentação

SÉRIE SEBRAE FUTUROS



A força do empreendedor brasileiro.

Sumário

Introdução **Tendências**

01. Escapismo
02. Menus Inclusivos
03. Comida de bem-estar
04. Comida social
05. Comida de experiência
06. Revolução verde
07. Eficiência digital
08. À base de plantas
09. Restaurante Tech
10. Personalização

Perfil dos empresários alagoanos de alimentação fora do lar



Introdução

O mundo está mudando rapidamente e, para ajudar os negócios a se anteciparem e se prepararem para essas transformações, o **Sebrae Alagoas** lança a série **Sebrae Futuros**, que irá abordar movimentos emergentes que vão impactar em segmentos específicos. O material conta com dados, informações, inovações e oportunidades das mais recentes tendências de mercado. A proposta é se tornar uma ferramenta útil para o desenvolvimento de estratégias orientadas ao futuro e a criação de negócios inovadores que respondam aos anseios e às necessidades do mercado e dos consumidores.

Esta edição da série traz luz às tendências que despontam no setor de **alimentação fora do lar**, que está sendo impactado por novos formatos de alimentação, com dietas inclusivas e também focadas na imunidade e na longevidade. Além disso, as novas experiências no ato de comer e sua projeção para o mundo digital ganham enfoque e demandam do mercado soluções, produtos e serviços. Igualmente, a tecnologia, auxiliando desde o sistema de gestão e autoatendimento, até a personalização da alimentação, está entre as principais tendências de alimentação fora do lar que aparecem no horizonte e pedem atenção das PMEs.

Como funciona este material?

Movimento de mudança que está ocorrendo.

Perguntas de reflexão para gerar insights que poderão ser implantados no negócio.



#01 Escapismo

O consumidor contemporâneo e pós-pandêmico busca cada dia mais novas formas de escapar da rotina. Ao escolher um local para se alimentar fora de casa, esse consumidor busca locais que promovam relaxamento, experiências diferentes e sensação de liberdade.

Hoje, **82% dos consumidores** buscam locais abertos e ventilados, locais que contenham varandas, mesas ao ar livre e contato com a natureza. Em Nova York, **95% dos proprietários** de restaurantes acreditam que a modalidade de refeições ao ar livre foi muito importante para a sobrevivência dos seus negócios nos últimos anos e **mais de 90% acreditam** que jantares ao ar livre devem permanecer e são forte tendência para os próximos anos.

06

O restaurante **Ama.zo** – Cozinha Peruana é um grande exemplo de empreendimento adepto ao movimento do escapismo. Lá, são servidas comidas clássicas da culinária peruana, fazendo com que o cliente se sinta imerso em outra cultura. Já a **Trattoria Fasano**, também localizada em São Paulo, serve comida clássica italiana e é um ambiente sofisticado, de alto luxo e com disponibilidade de lounges ao ar livre. Já a **Birch Community** oferece várias opções de experiências gastronômicas ao ar livre.

Na pandemia, uma das estratégias de escapismo muito buscadas pelos indivíduos ao redor do mundo foi o consumo de álcool. **35% das pessoas** na faixa etária entre 20 e 29 anos aumentaram significativamente o consumo de álcool nesse período. Assim, empresas como a **AMBEV** criaram campanhas de consumo consciente de álcool.

O ato de comer também tem proporcionado momentos de escape com o conceito de “dinnertainment”. A churrasceria japonesa **Kasai Scottsdale** incorpora uma chapa chamada teppan, com uma apresentação com fogo, além de jogar comida na boca dos convidados. Já o **Le Petit Chef** é uma experiência culinária imersiva animada em 3D, onde um pequeno chef entretém o cliente enquanto o prato é feito.

Inovando!

- Como podemos promover encantamento, lazer e entretenimento na loja física?
- Como podemos melhorar a experiência de interatividade em loja em relação aos concorrentes e ao setor varejista como um todo?

Soluções Sebrae

- Deseja ajuda para potencializar seu negócio orientado ao futuro? Conheça as nossas soluções!
- Conecte-se com a analista do Sebrae mais próxima da sua cidade: **Cristina Moreira e Vânia Brito** (Maceió), **Suzy Santos** (Arapiraca), **Edilma Gonçalves** (Penedo) e **Flávia Regina** (Delmiro Gouveia).

07

Nome da Tendência

Descrição da tendência, com dados e links de inovações que estão ocorrendo ao redor do mundo.

Acesso às soluções e aos analistas do Sebrae que vão ajudar a potencializar seu negócio.

Tendências

As tendências são movimentos de transformação emergentes que englobam diversos níveis: sociedade, economia, política, meio ambiente e tecnologia. O seu crescimento e adoção podem ser mais lentos ou acelerados a depender do ambiente e de fatores de impacto. É um recurso útil para entender quais as mudanças que vão influenciar o mercado futuro e tornar os negócios aptos a respostas mais ágeis a essas transformações.





#01 Escapismo

O consumidor contemporâneo e pós-pandêmico busca cada dia mais novas formas de escapar da rotina. Ao escolher um local para se alimentar fora de casa, esse consumidor busca locais que promovam relaxamento, experiências diferentes e sensação de liberdade.

Hoje, **82% dos consumidores** buscam locais abertos e ventilados, locais que contenham varandas, mesas ao ar livre e contato com a natureza. Em Nova York, **95% dos proprietários** de restaurantes acreditam que a modalidade de refeições ao ar livre foi muito importante para a sobrevivência dos seus negócios nos últimos anos e **mais de 90% acreditam** que jantares ao ar livre devem permanecer e são forte tendência para os próximos anos.

O restaurante **Ama.zo** – Cozinha Peruana é um grande exemplo de empreendimento adepto ao movimento do escapismo. Lá, são servidas comidas clássicas da culinária peruana, fazendo com que o cliente se sinta imerso em outra cultura. Já a **Trattoria Fasano**, também localizada em São Paulo, serve comida clássica italiana e é um ambiente sofisticado, de alto luxo e com disponibilidade de lounges ao ar livre. Já a **Birch Community** oferece várias opções de experiências gastronômicas ao ar livre.

Na pandemia, uma das estratégias de escapismo muito buscadas pelos indivíduos ao redor do mundo foi o consumo de álcool. **35% das pessoas** na faixa etária entre 20 e 29 anos aumentaram significativamente o consumo de álcool nesse período. Assim, empresas como a **AMBEV** criaram campanhas de consumo consciente de álcool.

O ato de comer também tem proporcionado momentos de escape com o conceito de “dinnertainment”. A churrasceria japonesa **Kasai Scottsdale** incorpora uma chapa chamada teppan, com uma apresentação com fogo, além de jogar comida na boca dos convidados. Já o **Le Petit Chef** é uma experiência culinária imersiva animada em 3D, onde um pequeno chef entretém o cliente enquanto o prato é feito.

Inovando!

- Como podemos promover encantamento, lazer e entretenimento na loja física?
- Como podemos melhorar a experiência de interatividade em loja em relação aos concorrentes e ao setor varejista como um todo?

Soluções Sebrae

- Deseja ajuda para potencializar seu negócio orientado ao futuro? Conheça as nossas soluções!
- Conecte-se com a analista do Sebrae mais próxima da sua cidade: **Cristina Moreira** e **Vânia Brito** (Maceió), **Suzy Santos** (Arapiraca), **Edilma Gonçalves** (Penedo) e **Flávia Regina** (Delmiro Gouveia).



A alimentação inclusiva é a prática de incluir as pessoas que possuem restrições alimentares em qualquer ambiente. Hoje em dia, cresce expressivamente a busca por locais que tenham opções para pessoas que possuem demandas e preferências diferenciadas.

Estima-se que a intolerância à lactose possa fazer parte do dia a dia de cerca de **70% dos brasileiros**. Já a alergia alimentar acomete cerca de **3% da população adulta**. Em relação ao glúten, estimativas apontam que até **2 milhões de brasileiros** são sensíveis a essa proteína. Muitas pessoas também precisam fazer restrição de açúcar, pois cerca de **9,2% dos adultos têm** diabetes no Brasil. Além disso, muitas pessoas fazem restrições alimentares específicas por ideologia, filosofia e estilo de vida.

#02 Menus inclusivos

A mercearia **Rundel General** abriu suas portas neste ano com um local em que restrições e exigências dietéticas difíceis estão no centro do negócio. A loja oferece produtos frescos, orgânicos e livres de alergênicos, e inclui café e locais aconchegantes para seus clientes. A **Mandala Comidas** se destaca oferecendo produtos diversos como lanches, sopas, salgadinhos, pães e doces totalmente livres de alergênicos. A **Bendita Horta** é um mercado e restaurante especializado em alimentos orgânicos e alimentos naturais, sem glúten e sem lactose.

Imagina uma doceria para diabéticos? A **Confeitaria Diet** é especializada na produção artesanal de alimentos (doces e salgados) sem adição de açúcar. Já a doceria **Perfeito Pedaco** se denomina uma doceria inclusiva e tem um menu completo, repleto de comidas sem glúten, sem leite, ovo, soja, nuts e oleaginosas e, ainda, sem conservantes.

Inovando!

- Como podemos desenvolver pratos que ajudam pessoas com restrições alimentares?
- Como podemos informar para o consumidor que o negócio possui adaptações para restrições alimentares?

Soluções Sebrae

- Deseja aprender mais para potencializar seu negócio? Participe dos cursos e eventos e fique por dentro das novidades!
- Visite o site do **Sebrae** e conheça nossos conteúdos!



#03 Comida de bem-estar

Os últimos dois anos evidenciaram a importância do cuidado e atenção à saúde física e mental. Diante da acentuação desse comportamento, novas práticas tomaram o protagonismo nos momentos de alimentação fora do lar, a partir da demanda de consumidores que desejam saúde e bem-estar holístico.

Alavancada pela mudança de hábitos por parte dos consumidores, o comer e beber foi ressignificado pela busca da inclusão de alimentos probióticos e funcionais no dia a dia. Nesse contexto, **36% das pessoas** consomem mais alimentos e bebidas saudáveis que poderiam auxiliar na sua imunidade.

Diante disso, a criatividade passa a desbravar o mundo das bebidas, abrindo novas possibilidades de composições de drinks sem álcool. Os chamados “**mocktails**” não se limitam apenas a misturas de novas tinturas e ingredientes fermentados. A **Driftwell** é uma bebida desenvolvida pela PepsiCo, enriquecida com magnésio e L-theaina, e que promete trazer relaxamento. Na alimentação, a composição de cardápios funcionais e democráticos, aliados aos superfoods, criam um ambiente **inclusivo frente às restrições alimentares**.

O período pandêmico também apontou o movimento em direção a uma abordagem mais reconfortante diante dos alimentos, principalmente ao sentimento de nostalgia ligado às comidas caseiras e receitas passadas por gerações. Alicerçado nesse conceito, o festival gastronômico **Rio Restaurant Week** de 2021 possibilitou aos chefs se reconectarem com sua cultura e história, através da temática “Sabores da infância”. O restaurante **Moon Rabbit** traz em seu cardápio misturas de comidas e chefs que reconectam as pessoas com suas culturas e criam alimentos representativos e cheios de significados.

Inovando!

- Como podemos elevar o propósito dos nossos produtos e serviços a fim de nos conectarmos com um consumidor mais exigente?
- Como podemos desenvolver um cardápio com elementos que contribuam para a saudabilidade do consumidor?

Soluções Sebrae

- Vem ser um negócio do futuro com as soluções do Sebrae! Saiba mais!
- Conecte-se com o Sebrae pelo **WhatsApp** e tire todas as suas dúvidas!



As mídias sociais estão modificando totalmente a maneira como o consumidor adquire alimentos e produtos alimentícios. Hoje, ela é uma presença inevitável no setor de foodservice.

O Brasil é o terceiro país do mundo que mais usa redes sociais. Segundo pesquisa da plataforma **Cupom Válido**, os brasileiros ficam em média 3h42 por dia conectados. O levantamento aponta que a faixa que mais acessa as redes sociais no país é a de 16 a 24 anos, que conta com 150 milhões de usuários, cerca de 70,3% da população total.

#04 Social food

A sorveteria **RollMeu** faz sucesso com sua comunicação extremamente original e atrativa, através da plataforma TikTok, onde tem 1.1 milhão de seguidores. Eles preparam tutoriais narrados e com uma grande pegada de humor, mostram a montagem de seus produtos. De olho nesse crescimento, surge o **TikTok Kitchens**, com o intuito de levar aos usuários as receitas mais populares da rede, em parceria com a Virtual Dining Concepts (VDC) e mais de 300 restaurantes dos Estados Unidos.

A rede de franquias **Denny's**, lanchonete tradicional norte-americana, fez muito sucesso com uma campanha feita em parceria com influenciadores digitais, onde lançaram o novo menu do local, feito e criado pelos próprios influenciadores.

O **Paris 6**, rede de franquias brasileira, é famoso por batizar seus pratos com nomes de influenciadores digitais e celebridades.

Outro marco importante do comportamento do consumidor contemporâneo é a sua constante preocupação com o impacto social e a humanização das marcas. A rede **McDonalds** lançou uma campanha chamada **Future 22**, que ocorreu no Mês da História Negra, com o objetivo de homenagear e elevar 22 líderes negros de diferentes partes da sociedade. Já o **Burguer King** faz muitas das suas campanhas voltadas a causas sociais e sempre mostra seu posicionamento, abordando temas como **voto em branco** e apoio à comunidade **LGBT**.

Inovando!

- Como podemos utilizar as redes sociais para promover encantamento, lazer e entretenimento da marca com o consumidor?
- Como podemos utilizar as redes sociais para contar histórias e defender causas vinculadas à marca?

Soluções Sebrae

- Quer alinhar o seu negócio com as mudanças de comportamento emergentes? Saiba mais sobre as nossas soluções!
- Ligue para **0800 570 0800** e descubra como podemos te ajudar!



#05 Comida de experiência

O consumidor do século 21 busca experiências e não apenas produtos. O escritor Simon O. Sinek, fundador do conceito **Golden Circle**, afirma que as pessoas não compram o que você faz, mas o porquê você faz.

Segundo uma pesquisa realizada pela **Adobe**, empresas líderes em criação de experiência, independente do ramo de atuação, têm uma percepção de marca **1,6 vez maior com 1,7 vez mais retenção de novos clientes e crescimento da receita 36% mais rápido.**

Restaurantes com espaços muito bem decorados, vistas incríveis e pratos que parecem obras de arte, viram espaços "Instagramáveis". O restaurante **Septime**, em Paris, tem uma decoração super despojada e cozinha aberta com pegada industrial. Já o **Oteque**, no Rio de Janeiro, possui um menu de degustação minimalista e inventivo, com pratos sofisticados, lindos e muito delicados.

O restaurante **Bompas & Parr** lançou um pop-up de sushi bar que brilha no escuro. Eles misturam uma combinação de luz ultravioleta e ingredientes bioluminescentes e oferecem coquetéis coloridos e pratos com nigiri rosa fluorescente e maki em tons de azul elétrico e verde neon, tudo isso utilizando alimentos e nutrientes específicos. O **Doodle Bar** também utilizou a tecnologia de alimentos e iluminação para produzir **tacos que brilham no escuro**, em homenagem ao dia dos mortos.

A **Le Dolci**, uma das principais padarias sediadas em Toronto e nascidas no Reino Unido, uniu-se ao primeiro refeitório virtual de Toronto, o Kitchen Hub, para oferecer aos torontenses um menu de sobremesas por tempo limitado, inspirado na popular série da Netflix Bridgerton.

O restaurante **Fundos da Floresta** agrega experiência na vida de seus consumidores por meio de um menu temático, com petisco como “Feitiço da Lua”, “Pergaminhos do Mago” e “Doce Veneno”. Já o restaurante **Vassoura Quebrada** é um dos restaurantes temáticos mais bem avaliados do mundo, trazendo como tema a saga Harry Potter. Lá, os drinks são chamados de “poções” e os lanches, de “feitiços”.

Inovando!

- Como podemos desenvolver uma experiência gastronômica para engajar o cliente?
- Como podemos aprimorar o ambiente físico para que ele se torne parte da experiência gastronômica?

Soluções Sebrae

- Vem ser um negócio do futuro com as soluções do Sebrae! Saiba mais!
- Conecte-se com a analista do Sebrae mais próxima da sua cidade: **Cristina Moreira e Vânia Brito** (Maceió), **Suzy Santos** (Arapiraca), **Edilma Gonçalves** (Penedo) e **Flávia Regina** (Delmiro Gouveia).



JÁ FUI
MANDIOCA!

#06 Revolução verde

A atenção aos temas relacionados à sustentabilidade tornaram-se presentes em diferentes setores e segmentos, demonstrando uma preocupação geral por parte do consumidor.

É possível notar um movimento diante da busca por empresas “amigas do clima”, compreendendo que **68% dos consumidores** procuram identificar marcas sustentáveis e ambientalmente responsáveis. Dentro desse movimento, empresas como a **Vytal** e a **Já Fui Mandioca** têm desenvolvido embalagens biodegradáveis e compostáveis à base de mandioca, que viram adubo em até 90 dias.

A temática da sustentabilidade abre espaço para novas maneiras de se consumir alimentos. Conceitos como “**Farm to Table**” (da fazenda para mesa) incentivam a ideia da composição de pratos elaborados com ingredientes sustentáveis fornecidos por pequenos produtores, considerando a qualidade e a redução de produtos químicos destes alimentos. No restaurante **Aipo Superfoods**, o menu é pautado pelas frutas e verduras da estação, priorizando a aquisição de insumos fornecidos por produtores locais.

O **Corrutela** é pensado para gerar o mínimo de impacto ambiental possível, aderindo a preceitos como lixo zero e redução da pegada de carbono.

O restaurante é certificado com nota máxima, considerando os pilares: recursos, meio ambiente e sociedade. Igualmente, começam a surgir restaurantes “zero carbono”, como o **McDonald's** que abriu a sua primeira unidade net zero, que abarca desde a construção até a operação.

Para ajudar à adaptação dos negócios preocupados com a sustentabilidade e a pegada de carbono, surgem iniciativas como o software **Watershed Climate**, que foi criado com objetivo de auxiliar empresas a diminuïrem a sua pegada de carbono, planejando e orientando a execução das etapas necessárias. Também tem o aplicativo **Klimato**, que permite que os restaurantes calculem o impacto climático dos pratos em seu cardápio.

Inovando!

- Como podemos repensar o destino dos resíduos e sobras de alimentos no negócio?
- Como podemos adaptar o cardápio para incluir produtos das estações e produtores locais?

Soluções Sebrae

- Seu negócio quer inovar? Potencialize seu negócio com nossas soluções!
- Acesse o site do **Sebrae** e saiba mais!



#07 Eficiência digital

O mundo aderiu à tecnologia com mais velocidade por conta da pandemia, e esta, por sua vez trouxe maior capacidade e eficiência operacional para o mercado, determinante para facilitar conveniências e consolidar a descentralização de compras, além de evitar ambientes aglomerados.

Com a velocidade na qual a tecnologia penetrou no dia a dia, a autonomia se tornou a palavra da vez. Compras on-line, pedidos delivery e reservas antecipadas em restaurantes fazem parte de um novo consumidor que busca praticidade e agilidade. Diante dessas mudanças comportamentais, Food Techs, como **Liv Up** e **Pratí**, apresentam novas possibilidades de composições alimentares, permitindo que o consumidor decida a maneira com a qual deseja sua refeição.

Sistemas de autoatendimento também são capazes de oferecer uma experiência única e descomplicada, dando ao cliente o poder de decisão sobre seus próprios pedidos dispensando a necessidade de um intermediário. A **Sweetgreen**, uma cadeia de restaurantes de comida saudável, anunciou que lançará a 'sweetlane', uma pista drive-thru dedicada a clientes exclusivamente digitais. No Brasil, a **Fastget** possui soluções de gerenciamento autônomo e oferece um sistema exclusivo de cardápios digitais com design personalizável e funcionalidades adaptadas à necessidade de cada negócio.

O restaurante do futuro contará com a eficiência da incorporação da tecnologia, que permitirá uma maior personalização, pontos de interesse adicionais, menos ruptura, storytelling muito dinâmico, podendo ser mudado com a frequência do on-line, interações surpreendentes e pagamento sem atrito, como o apresentado pela **Wingstop** em sua nova loja recentemente inaugurada e exclusivamente digital, prometendo transformar a forma como os clientes interagem nas lojas e pedem a comida.

Inovando!

- Como podemos tornar a experiência do cliente mais autônoma e facilitada?
- Como podemos identificar e implantar tecnologias que facilitem e aproximem a relação com o cliente?

Soluções Sebrae

- Quer saber como se preparar para o futuro do seu negócio? O Sebrae Alagoas pode te ajudar!
- Conecte-se com o Sebrae pelo **WhatsApp** e conheça as nossas soluções!



#08 À base de plantas

As pessoas estão tendo mais preocupação sobre a forma de consumo e o quanto a alimentação pode ser ferramenta de mudança de estilo de vida, questões de saúde e impacto no meio ambiente.

Evoluções no fornecimento de produtos com sabor, cor e textura semelhantes à carne animal movimentam o mercado de produtos plant based (à base de plantas). De 2012 para os dias de hoje, o número de pessoas vegetarianas em regiões metropolitanas teve um **aumento de 75%**. Além disso, **55% dos brasileiros** declaram que consumiriam mais produtos vegetarianos, caso as embalagens estejam sinalizadas.

No tocante à alimentação, a empresa **Ozo Foods** está trazendo, pela primeira vez, produtos de frango e bacon à base de plantas, preocupada com a diminuição de conservantes, corantes e gordura saturada. Os produtos são voltados para o público flexitariano, que são pessoas que buscam diminuir o consumo de proteína animal o máximo possível, geralmente motivados por causas ambientais ou de saúde.

A empresa **Love Handle** começou como um restaurante casual de hambúrgueres vegetarianos e hoje tem um balcão de açougue fresco totalmente vegano. A **Momom Veggies** fornece marmitas vegetarianas, por um preço baixo, utilizando apenas ingredientes naturais.

Já o restaurante **Vegano SP** possui um ambiente arborizado e agradável, além de funcionar também na modalidade delivery. Em seu cardápio, há opções de refeições completas, além de bolos, sobremesas e sucos.

Ao explorar as possibilidades de leites vegetais, a **Next Level Burguer** possui diversos sabores de milk-shake, como Cookies N' Cream, que é feito com soja orgânica caseira ou sorvete de coco orgânico, e biscoitos de chocolate orgânicos caseiros. Já a **Hummus & Pita Co** combina hummus, banana congelada, canela e leite de amêndoa para dar um toque delicioso ao milk-shake tradicional.

Inovando!

- Como podemos inserir no menu cardápio à base de plantas?
- Como podemos melhorar a experiência do cliente com produtos à base de plantas, mas com sabor e textura semelhantes ao original?

Soluções Sebrae

- Alinhe seu negócio com o futuro. Conheça as nossas soluções!
- Conecte-se com a analista do Sebrae mais próxima da sua cidade: **Cristina Moreira** e **Vânia Brito** (Maceió), **Suzy Santos** (Arapiraca), **Edilma Gonçalves** (Penedo) e **Flávia Regina** (Delmiro Gouveia).

#09 Comida personalizada

A personalização chega com força após um período de grande incerteza vivido desde 2020. Clientes mais exigentes buscam por opções que os recebam de forma única e personalizada, do atendimento ao prato servido.

A customização de itens de acordo com o interesse tem feito brilhar os olhos dos clientes mais exigentes e a possibilidade de compor a refeição, incluindo os ingredientes que mais os agradam, torna esses clientes cativos da marca. Empresas como a **Oven** e + atuam no mercado de refeições personalizadas, tendo como foco central a experiência do cliente.

A possibilidade de customização é o primeiro passo no caminho da personalização. Nesse sentido, a **Chipotle** também investiu na primeira entrada personalizável da cadeia em 17 anos, o “Hand-Crafted Quesadilla”, que está disponível agora como um item apenas de menu digital.

Os avanços correlacionando a gastronomia e a saúde hoje permitem aprofundar ainda mais os conceitos de personalização. A nutrição personalizada, que proporciona ao indivíduo um autoconhecimento nutrigenético, tem ganhado espaço e possibilitado reconhecer os alimentos benéficos e maléficos para cada DNA analisado. A **Vita Mojo** é um restaurante e empresa que unificou o DNAFit I - processo de coleta de informações genéticas - com seu sistema que indica e sugere os mais benéficos pratos do restaurante de acordo com o DNA do indivíduo.

Outro ponto de atenção está na potencialidade de unir a tecnologia à busca por higiene e limpeza. Frente ao desejo por diversificação aliado à segurança alimentar, a Chowbotics é um robô que cumpre essa função, capaz de elaborar saladas personalizadas sob demanda, com ingredientes frescos protegidos em um recipiente refrigerado e hermético, não tornando necessário o contato entre pessoas durante o processo.

Inovando!

- Como podemos criar e oferecer categorias de personalização para o cliente?
- Como podemos adaptar um cardápio para sugerir customizações personalizadas?

Soluções Sebrae

- Quer saber como se preparar para o futuro do seu negócio? O Sebrae Alagoas pode te ajudar!
- Conecte-se com o Sebrae pelo **WhatsApp** e conheça as nossas soluções!



#10 Restaurante Tech

A relação com os restaurantes e bares passará por ainda mais modificações, deixando de ocupar estritamente a função gastronômica, para se tornar cada vez mais um lugar de experiências tecnológicas e digitais.

Como resposta à crise gerada pela Covid-19, novos formatos seguem surgindo a fim de evoluir o mercado da alimentação. O drive-thru passa a ocupar o protagonismo em redes como o **Taco Bell**. A fast food americana tem como projeto para 2022 a inauguração de lojas sem atendimento interno, sendo este substituído por esteiras de até seis estações de entregas no formato drive-thru. Os pedidos serão realizados por aplicativo ou diretamente no balcão, focando na velocidade e praticidade.

O desuso do dinheiro de papel também acarretará em modificações no dia a dia dos empreendedores do segmento alimentício. Com o processamento de pagamentos on-line, a comodidade se alia à recepção e entrega de pedidos. Igualmente, ferramentas como o **garçom digital** possibilitam que o pedido seja realizado e finalizado na mesa via QR Code, diminuindo o tempo de espera e colaborando com a otimização da equipe. Já a startup francesa **Ekim** desenvolveu um quiosque automatizado de pizza fresca 24 horas, comandado por um chef robô conhecido como PAZZI.

Aliado à transformação de significado que o segmento gastronômico apresenta, novas oportunidades começam a despontar diante do mercado de NFTs (non-fungible token). O que antes se restringia a conteúdos digitais, hoje se apresenta nas possibilidades de tornar um restaurante um token não fungível. Dessa maneira, pode monetizar, gerando curiosidade e exclusividade àqueles que o adquirem. O restaurante **Flyfish Club** é um dos casos que apresentam grande repercussão diante do tema, tendo o seu acesso restrito a membros.

Inovando!

- Como podemos facilitar o acesso do cliente a produtos ou serviços no ambiente físico?
- Como podemos melhorar e agilizar o processo de tiragem de pedidos e pagamentos para o cliente?

Soluções Sebrae

- Conheça nossos conteúdos, cursos e eventos e aprenda como potencializar seu negócio!
- Acesse o site do **Sebrae** e se capacite!

Perfil dos empresários alagoanos de alimentação fora do lar

A partir de entrevistas qualitativas realizadas com empresários do setor alagoano de alimentação fora do lar, mapeamos perfis empreendedores diferentes em suas atitudes, necessidades e comportamentos. Descubra em qual deles você se encaixa.

O conservador

Esse perfil tem certo receio em fugir do padrão e testar novidades. Por ser centralizador, muitas vezes não dá abertura para a equipe criar. Por insegurança, pode perder oportunidades. O seu maior desafio é delegar as muitas atividades e aceitar as mudanças do mercado e do comportamento de consumo.

O inovador

Com um perfil bastante confiante, não tem medo de arriscar. Sabe administrar os momentos difíceis e buscar as soluções. Tem facilidade de implantar coisas novas, sendo mais voltado à ação. Confia nas suas ideias e na experiência pessoal. O desafio é ter liberdade para desenvolver uma cultura de equipe com uma pegada inovadora.

O experiente

Esse perfil possui experiência prática no ramo de gastronomia. Tem uma preocupação com a gestão, foca na equipe para alcançar resultados e deseja um crescimento sustentável para o negócio. Possui um forte feeling para negócios e apostas, pois está atento ao mercado e observa as inspirações, além de ouvir os clientes, o que embasa suas decisões. O seu desafio é se adaptar às mudanças e se manter relevante.

O cuidador

Esse perfil se preocupa com o meio no qual está inserido e deseja causar impacto positivo no ecossistema. Nutrir as pessoas é seu foco principal, e é o motivador para continuar trabalhando. O seu maior desafio é encontrar o equilíbrio para tornar o negócio próspero e humano ao mesmo tempo.

©2022. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Alagoas – Sebrae/AL

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9610).

José da Silva Nogueira Filho
Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Marcos Antonio da Rocha Vieira
Diretor Superintendente

Vinicius Lages
Diretor Técnico

José Roberval Cabral da Silva Gomes
Diretor de Administração e Finanças

Henrique Soares
Gerente da Unidade de gestão Estratégica

Editoria Mescla

Renata Mendonça
Coordenação de Pesquisa

Giovanna Marchesine
Olivia Sillero
Pesquisadores

Carlos Araújo
Designer

Informações e contatos:

Rua Doutor Marinho de Gusmão – nº 46 – Centro

Maceió/AL CEP 57020-565

Telefone: 0800 570 0800

www.al.Sebrae.com.br



A força do empreendedor brasileiro.