

# EXPERIÊNCIAS E vivÊNCIAS NA PRODUÇÃO DE ALIMENTOS NOS SEGMENTOS DO SELF-SERVICE E LANCHONETE



Priscila Fiorito de Oliveira

**M**eu pai, empreendedor nato, montou uma lanchonete no centro de São Paulo e lá fui eu aos meus treze anos trabalhar com ele, foi exatamente aí que começaram minhas experiências e vivências profissionais.

Na Lanchonete Hot Bread fiquei por trinta e seis anos e foi um desafio e tanto manter o local por todo este tempo focando sempre na qualidade do produto e excelência no atendimento. Hoje entendo, era um local que não havia apenas um atendimento e sim um tratamento diferenciado a todos que lá chegavam. Meu pai é uma pessoa muito comunicativa, adora futebol e conhece São Paulo como ninguém, e na lanchonete ele passava horas conversando estes e muitos outros assuntos com os clientes, havia um balcão comprido onde eram servidos apenas pães de queijo (receita desenvolvida pela minha mãe Maria) simples ou recheados com catupiry, patê de atum, presunto ou frango, doce de leite, goiabada ou mel, refrigerantes, iogurtes e café. Após um ano começamos a servir quitutes e sanduíches com nomes peculiares tais como desembargador, promotor, corintiano, palmeirense entre outros, assim havia um bom “bate papo” e quando menos se esperava estavam todos, conhecidos e desconhecidos, conversando e se deliciando com sanduíches

saborosos, quitutes fresquinhos e sucos naturais que eram feitos à frente do cliente com combinações deliciosas que eram sugeridas para cada gosto do cliente tais como, manga com maracujá, nutritivo, melancia com canela, ótimo para ressaca, abacaxi com menta, muito refrescante.

Na Hot Bread tivemos o prazer de trabalhar com um profissional que meu pai já conhecia e o convidou para fazer parte da equipe, o Carlão, fazia sanduíches como ninguém, além de ter uma memória maravilhosa de dar inveja, quando um cliente que entrava na loja e falava “Carlão faz o meu” ele já sabia qual era o produto que o cliente estava se referindo, sem mesmo mencionar o nome. E o Carlão trouxe o “tio” Sr. Amarílio, muito educado, pessoa simples, que nunca havia estudado nem tampouco se especializado em sua profissão, mas que tinha “mãos de fada” e fazia uma coxinha que desmanchava na boca e trazia gostinho de quero mais. Alguns anos depois, se juntou à equipe o Vicente que cuidava da copa e fazia sucos na medida certa, tanto na textura quanto no sabor e saladas de frutas cortadas em cubos tão certinhos que agregava valor ao produto. E por fim não menos importante juntou-se a nós a Graça, confeitadeira de mão cheia com doces caseiros de dar água na boca, fazia pavês, bolos, mousses, tortas e assim formaram a equipe perfeita. E por muitos anos seguimos bem.

Após dezesseis anos abrimos o Restaurante Dona Maria, ao lado da Hot Bread, a alimentação fora do lar, conhecida também pelo termo food service que tem por definição todos os estabelecimentos como restaurantes, lanchonetes, bares e outros agentes que oferecem serviço de alimentação, cresceu muito e vimos a oportunidade de expansão. Lá foi feito um sistema de buffet self-service por quilo diferenciado, atendia o

público da área jurídica tais como desembargadores, juízes, promotores, advogados entre outros. A partir daí começamos a trabalhar com um cardápio extenso contendo 16 tipos de saladas, 4 tipos de molhos elaborados, 12 tipos de pratos quentes contendo diariamente opções de massas, carnes vermelhas, aves, peixes e 3 tipos de salgados, entre fritos e assados além de 8 tipos de sobremesas.

Seguimos com um novo negócio que apesar de ser também da área de alimentação era completamente diferente do primeiro, até ajustarmos todos os processos levou um tempo, no início não foi fácil, tivemos alguns problemas tais como comida fria, reposição não ajustada, às vezes faltava algum item nos momentos de pico e assim fomos aprendendo no dia a dia, e digo que esta forma de aprender não é muito boa, pois se soubesse todos os processos corretos antes, teria feito muito melhor e conseqüentemente sofreria menos, mas são com os erros que aprendemos certo? Após um período de adaptação nos ajustamos e o restaurante se tornou conhecido e conceituado, faziam filas enormes na hora do almoço e tínhamos um ambiente muito agradável e aconchegante, lá fazíamos ações para melhorar nosso faturamento tais como festivais temáticos, italiano, espanhol, francês, português, natal, páscoa entre outros onde era feito uma pesquisa sobre os pratos locais além da ambientação do nosso espaço e caracterização de nossos colaboradores pertinentes ao tema. Eram eventos que deram tão certo que nossos clientes nestes dias específicos traziam seus familiares e amigos aumentando ainda mais nossa satisfação em fazer um trabalho bem feito. Assim o Restaurante Dona Maria foi uma experiência de negócio que gerou um convite para

participarmos de uma licitação para operar uma filial dentro do Tribunal de Justiça por 5 anos, a qual tivemos a honra de sermos aceitos e montar lá toda uma estrutura completa e com uma bagagem vinda não só de nossas experiências vividas em nossa empreitada profissional como também através da capacitação minha e da minha sócia na pós graduação, Gestão de Negócios de Alimentação que fizemos no Senac, imaginem o quão importante é ter o conhecimento vivido e o adquirido. Porém como sabemos um bom negócio só é bom se vender bem, com uma margem de lucro satisfatória, sem desperdícios, ou seja, um conjunto de ações bem feitas que irá gerar um resultado almejado.

Para realmente ter um negócio de sucesso na área de alimentação é necessário muito mais do que apenas fazer uma comida ou um sanduíche gostoso, o empresário precisa ter visão e se preparar para a jornada empresarial. Ações estratégicas devem ser consideradas em qualquer negócio, na área de finanças, marketing, regularizações sempre com foco em resultados. Mesmo assim não significa que você terá o resultado desejado, você precisa se empenhar em atrair diversos clientes, ter um diferencial. Combos promocionais e entregas na hora do almoço são boas alternativas. Você também pode criar combinações de sabores diferentes ou dar nomes inusitados aos pratos do cardápio, criando identificação com seu público. Exemplos claros que dei aqui, os festivais temáticos, os nomes de lanches pertinentes ao local que eu estava.

Sempre ofereci comidas artesanais e com um mínimo de produtos industrializados, referências vindas da minha mãe, e no atual cenário temos um forte apelo emocional que despertam lembranças da infância e o



saudosismo. Hoje temos um grande número de pessoas que não querem, não tem tempo, ou não sabem cozinhar, e aí surge justamente a força da venda, nos casos da pressa ou emergência, e ainda muitos desses casos são associados com a comodidade de ter uma alimentação de qualidade por um preço acessível, o que tem se tornado uma forte tendência no mercado.

Com a pandemia optamos por fechar os três estabelecimentos e neste interim passei por um pequeno restaurante vegano e vegetariano o qual percebi a similaridade aos negócios que tive e hoje estou gerenciando uma hamburgueria e uma casa árabe, e com certeza em todos os lugares visualizei que são extremamente parecidos, todos devem ter uma padronização no produto e serviço com qualidade, dentro dos padrões de segurança alimentar agregados a um ambiente agradável e acolhedor e para isso devemos nos atentar a vários aspectos:

- seleção criteriosa de colaboradores que compactuem com os valores da empresa, que queiram encantar o cliente com o seu trabalho, sejam responsáveis, pontuais, assíduos, tenham uma postura condizente à empresa, asseio pessoal, que entendam a importância de seguir à risca os processos diariamente e estejam sempre dispostos a evoluir.
- ter uma pessoa responsável para fazer a compra das matérias-primas, estocagem e distribuição para os devidos setores sempre se preocupando não só com preço e sim qualidade dos insumos, onde os mesmos deverão ser conferidos e manuseados evitando sempre o desperdício.

- na área de produção é extremamente importante seguir os processos básicos que são seguir as fichas técnicas, que nada mais é do que um documento onde contém os ingredientes e quantidades para o preparo de uma receita, o que assegura a padronização do produto mesmo quando é feito por pessoas distintas contendo inclusive fotos, além de garantir ao gestor da empresa a informação de quanto custa cada receita e seu rendimento.

- um cardápio harmonioso, bem elaborado para suprir todas as necessidades e ainda mais, os desejos do cliente. Este deve estar de acordo com o conceito do negócio, já que o consumidor precisa sentir confiança no produto que ele está adquirindo, produto que foi feito com todas as normas e padrões, com insumos de qualidade, com preço justo e por fim feito com boa energia e muito amor.