
Inovação na Restauração – a interação entre o cliente e as iguarias

Carla Catarina Vieira Gonçalves* (carla_catarina_j@hotmail.com)

David Baltazar Soares* (dd_jiaho@hotmail.com)

Diogo André Damião Santos* (diogoadslb@hotmail.com)

Vitor Manuel Gomes Roque* (vitor.roque@ipg.pt)

**Escola Superior de Turismo e Hotelaria/Instituto Politécnico da Guarda*

“**Resumo:** Numa época marcada pela revolução tecnológica, são cada vez mais os casos em que a tecnologia ganha mais notoriedade nos vários âmbitos empresariais.

Assim sendo, e no âmbito da unidade curricular de Sistemas de Informação, da licenciatura de Gestão Hoteleira (ano letivo de 2011/2012), quisemos conciliar esta vertente com a hoteleira, ou seja, iremos demonstrar e analisar criticamente o rumo que a restauração irá tomar em termos de novas tecnologias, e também todos os seus aspetos positivos e negativos.

Nesta discussão procurar-se-á dar ênfase à interação entre o cliente e as iguarias, através da vertente tecnológica, como por exemplo, os menus interativos, que contêm imagens das iguarias, onde é possível efetuar os pedidos através desse mesmo menu; as plataformas da internet que permitem fazer reservas em restaurantes; e também verificar algumas inovações tecnológicas a que o consumidor pode ter acesso quando se desloca a um estabelecimento de restauração.

Concluindo, pretendemos auferir a pertinência do impacto do uso dos sistemas de informação na restauração.

Palavras-Chave: Sistemas de Informação; Restauração; Tecnologias; Interação; Menu.”

Introdução

Atualmente e no mercado competitivo global, também as empresas de restauração têm que se adaptar às novas tecnologias, pois caso contrário podem ter graves dificuldades em sobreviver num mundo cada vez mais digital.

Vamos demonstrar como é que os sistemas de informação começam a ser atrativos no negócio da restauração. Para isso iremos reportar sobre o trabalho efetuado por algumas das principais empresas que trabalham esta vertente do ramo da restauração (e a forma como o fazem, quer seja através de reservas online, ou com uma aplicação de i-phone; quer através das redes sociais e da interação do cliente com a iguaria através desta vertente tecnológica.

Serão também mostrados alguns casos práticos do impacto exercido por estes mesmos sistemas de informação.

Por último far-se-á um ponto da situação das vantagens e desvantagens dos sistemas de informação na restauração bem como também do que poderemos esperar no futuro, neste segmento de negócio.

1. História da Restauração

A proveniência do termo Restaurante ou Restauração, não é tão antiga quanto se possa imaginar, sendo que não está ligada aos primórdios da alimentação, como poderia indicar em princípio.

“Em meados do século XVIII, mais precisamente até 1765, apenas se serviam refeições em Albergues e Estalagens, sendo que nestes espaços existiam menus fixos e hora fixa. Porém, a partir desta altura, surgiu um individuo de Nome *‘Boulangier’* que vendia sopas na *‘Rue des Paulies’* em Paris e as quais considerou muito boas para a “restauração” das forças humanas, assim chamou ao seu espaço *‘Restaurants’* escrevendo um leiteiro por cima da porta: *‘Boulangier fornece restaurants divinos’*, juntando ainda a frase, *‘Vinde a mim, vós que padeceis de estômago e eu vos aliviarei’*, escrita em latim.” (Valente, 2010)

Depois da criação do seu *‘Restaurante’*, querendo melhorar a sua ementa e vendo que não lhe era consentido servir guisados ou molhos, já que esta era uma regra legislativa de então para quem não pertencia à Associação dos Estalajadeiros, *Boulangier* resolveu servir aos seus clientes “pés de borrego com molho branco.” (Valente, 2010) Esta ação valeu-lhe um processo movido pela Associação, processo esse que acabou por resultar em seu benefício. Finalmente, *Boulangier* ganhou a causa, já que o Parlamento considerou que “Pés de Borrego com molho branco não era um guisado *‘ragoût’*, e assim toda a cidade de Paris quis atestar do valor gastronómico e imaginativo da iguaria de *‘Chez Boulangier’*, iguaria essa que até o *Rei Louis XV* quis provar, embora este

último não tenha apreciado muito desta especialidade de *Boulangier*.” (Valente, 2010) E assim, *Boulangier* criaria o setor da restauração. A partir daqui, foram surgindo outras versões e tipos de restaurantes em conformidade com as necessidades da população em geral, chegando aos dias de hoje em que já podemos praticamente encontrar quase todos os tipos de estabelecimentos de restauração.

2. Os Sistemas de Informação na restauração

A restauração sem dúvida está a seguir um caminho que vai muito mais além que uma simples refeição. A qualidade das refeições nos dias de hoje tem de ser uma base adquirida para qualquer empresa nesta área, neste sentido as empresas procuram cada vez mais congrega às refeições novas experiências, novos contatos e novas interações do cliente com a comida, o espaço e o staff (Reis, Margarida; 2010). É esta nova vaga de experiências e interações que resultam da tendência de se utilizar cada vez mais os sistemas de informação.

Nos tempos mais primórdios da restauração, os sistemas de informação baseavam-se na informação dada pelos funcionários aos clientes, tal como hoje acontece e irá acontecer. Mesmo nesta fase inicial do mundo empresarial da restauração aplicava se e aplica se pequenas placas e folhetos informativos no interior ou fora do estabelecimento, de forma a chamar a atenção dos clientes. Já um outro sistema de informação base é o menu em papel, aliás é um dos principais, ou senão o principal sistema de informação de um restaurante, pois é ele e o empregado que nos dão a solução do motivo da vinda do cliente. Se o motivo é comer, o menu e o empregado são a resposta do que o espaço tem para oferecer ao cliente.

Estes sistemas de informação, mais antigos, representam no fundo o lado mais básico de qualquer restaurante, porque o menu e o funcionário são o principal processo que faz chegar até ao cliente a comida da cozinha, através da informação (Alves, Félix, Martins; 2010).

A própria área de restauração evoluiu e isso fez com que no século passado se introduzisse um novo e importante sistema de informação, a máquina registadora, que representa uma das muitas informações dadas ao cliente. Informação essa que visa acima de tudo tirar proveito da refeição do cliente, o preço.

No fundo estes são os principais sistemas de informação entre o cliente e a empresa, na restauração, cuja evolução foi pouco significativa

até ao aparecimento das tecnologias. Até aí o menu em papel, o atendimento dos funcionários e as máquinas registadoras não sofreram grandes mudanças, mas o aparecimento das novas tecnologias a partir da década de 70 resultou de uma exponencial evolução, aliado ao melhoramento da qualidade de vida, que fez com que a área da restauração também mudasse (Alves; Félix; Martins, 2010).

Hoje e nos últimos 15 anos a restauração agrega se cada vez mais às tecnologias, aos meios informáticos, porque sem eles qualquer empresa é engolida pela concorrência. Alguns dos sistemas de informação recentes mas ao mesmo tempo comum e fruto da evolução tecnológica são as máquinas registadoras digitais, e o bloco de notas eletrónico. São exemplos recentes de sistemas de informação, mas banais nos dias de hoje, por isso cada vez mais é essencial qualquer empresa associar-se às tendências das tecnologias, do bem-estar, e no fundo às tendências dos novos sistemas de informação na restauração (Restaurante do Futuro).

3. Nova Geração das Tecnologias na Restauração

Nos últimos anos, o desenvolvimento das tecnologias na restauração tem cada vez mais vindo a aumentar, devido ao fato de algumas empresas pretenderem ser inovadoras e diferentes, com o objetivo de fidelizar cada vez mais clientes. Desta forma, muitas empresas para se diferenciarem das outras, desenvolvem novas tecnologias de acordo com o seu mercado alvo.

Algumas empresas na restauração optam por mudar e por inovar os seus produtos, devido à constante mudança por parte das empresas concorrentes, pois os consumidores são cada vez mais exigentes e têm à sua disposição uma vasta informação sobre todos os produtos e de todas as novas tecnologias de cada empresa. Desta forma, as empresas na restauração têm evoluindo muito e, atualmente já é possível efetuar pedidos num restaurante, através de mesas digitais interativas (E-Tables).



Figura 1- Mesa Digital Interativa (E-Table)

Fonte: <http://www.inamo-restaurant.com/pc/>

Nestas E-Tables, o cliente não necessita de ajuda do empregado/colaborador do restaurante, para fazer o seu pedido, ou seja, o cliente tem total autonomia para o efetuar. Este menu permite também ao cliente uma interação social que é potencializada através de aplicações de entretenimento, através de imagens, animações ou vídeos de alta resolução. Permite a visualização dos pratos, aquando da realização do pedido, e depois de efetuar o pedido, permite observar a confecção do prato na cozinha.

Outro exemplo de uma empresa que optou também por uma tecnologia diferenciadora em relação aos seus concorrentes, foi o s´Bagger, na Alemanha que é um restaurante que opta por servir refeições de forma inovadora, ou seja, serve refeições à mesa dos seus clientes, através de um sistema de carris, em que os pratos descem da cozinha até ao restaurante e vão diretamente à mesa do cliente que efetuou o pedido nesse mesmo lugar (s´ Bagger).



Figura 2- Restaurante s'Baggers
Fonte: <http://www.sbaggers.de>

Relativamente à revolução tecnológica centrada em torno da nova geração de tecnologias na restauração, esta tem levado as empresas a modificarem os seus negócios, conduzindo a novas formas de produzir e de fornecer aquele determinado produto ou serviço ao cliente. Desta forma, estas novas tecnologias na restauração tornam as empresas mais eficazes e eficientes, reduzindo os custos da produção do produto ou serviço e minimizando erros e falhas, que podem ocorrer em qualquer organização/empresa (Unique Solutions Lda)

3.1. Interação e Experiências

Estando hoje a sociedade cada vez mais disponível a ter novas experiências, na área da restauração procura se aliar essas mesmas experiências através de menus interactivos com clientes e a relação que estes têm com as redes sociais e reservas.

Atendimento ao cliente e os Menus Interativos

Em qualquer estabelecimento de restauração o atendimento ao cliente é sem dúvida um dos fatores primordiais para o sucesso deste estabelecimento, porque fará com que o cliente fique mais satisfeito e que possa voltar.

Na atualidade, o que se verifica com o atendimento ao cliente na maior parte dos estabelecimentos em todo o mundo é que o cliente normalmente chega e senta se. Depois aguarda que o funcionário entregue o menu. De seguida o cliente visualiza o que lhe mais agrada, efetua a escolha, e chama o funcionário de forma a realizar o seu pedido. Por último, o funcionário regista por meio eletrónico ou manual, e envia o pedido à cozinha, onde acaba mais tarde por entregar o pedido ao cliente.

Este é um processo repetitivo no dia a dia da restauração, mas o fato de cada vez mais a tecnologia estar intrínseca na sociedade, e de esta depender da tecnologia, a própria restauração acaba por ter a necessidade de se adaptar à atualidade. Neste sentido começam a surgir empresas que estão a criar menus interativos de forma a criar uma interação entre o cliente e o menu, tornando o serviço mais eficaz e satisfatório para o funcionário e o cliente, colmatando os principais problemas deste procedimento (Alves; Félix; Martins, 2010) :

- O tempo de espera do cliente até este ser atendido;
- Tempo necessário para o funcionário prestar informações ao cliente;
- O cliente sentir se pressionado, quando o funcionário força o pedido;
- Perda de tempo do funcionário para efetuar o pedido para a cozinha.

Estes são alguns dos fatores pela qual os menus interativos têm entrado no atendimento ao cliente nos últimos tempos na restauração. Um desses exemplos bem sucedidos, a nível mundial é o Inamo, um restaurante em Londres que usa uma tecnologia da mesma marca. No estabelecimento faz se o pedido numa mesa digital (e onde se come), podendo se ver todos os pratos e os seus ingredientes, assim como jogar tetris ou ir à internet enquanto se espera pelo prato. Já no pagamento também é utilizada a mesa/menu digital para realizar este processo (Restaurante Inamo).

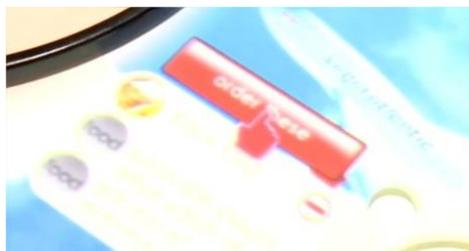


Figura 3- Pedido do cliente via e-table
Fonte: <http://www.inamo-restaurant.com>

Mais detalhadamente o que se verifica com esta nova vaga de menus interativos, sejam mesas digitais ou sistemas de informação do género Netbooks é que desde o pedido realizado até à cozinha existe um computador central que trata a informação. Ou seja, quando o cliente interage com o menu, ao verificar os pratos que existem e fizer o pedido, um computador central envia informação para a cozinha ou para o bar. A informação do pedido é recebida na cozinha quando se trata de algum prato, e é no bar quando o pedido é uma bebida, de forma a descongestionar e facilitar todo o processo do serviço.



E de fato o que se verifica com esta implementação é que (Alves; Félix; Martins, 2010):

- “o cliente pode efectuar um pedido logo após se sentar, não necessitando de aguardar pela vinda de um empregado para fazer o pedido;
- Ao existir informação para cada produto da ementa, consegue se saber tudo o que precisa sobre um produto antes de fazer o pedido não sendo necessária a assistência de um funcionário;

- Existe a possibilidade de registar pedidos especiais;”

De fato, na atualidade, os menus tecnológicos interativos são um fator diferenciador no mundo da restauração. Em Portugal existe também uma empresa especializada nesta área e já com alguma experiência a nível mundial, a empresa E-menu. Os menus através dos i-pad e mesa digital são a cabeça de cartaz desta empresa, mas o sistema conceptual varia em função do mesmo.

Em ambos os menus normalmente existem os principais ícones que são, a ementa, divertimento e pagar, entre outros. Estes três ícones acabam por seguir uma ordem de utilização, em que ao clicar no menu aparece os ícones das entradas, pratos de carne e peixe, sobremesas e bebidas. Ao dar entrada no item seleccionado aparecem normalmente as fotos de cada prato seleccionado, que acaba por ser uma grande vantagem dos menus interativos, porque a imagem é muito mais apelativa que um simples menu de papel. É aqui que é feita a escolha do prato/ bebida que enviará informação para o bar e restaurante.



Figura 4- Selecção do prato do menu

Fonte: <http://www.emenu-portugal.com>

No segundo ícone, do divertimento, este é fundamental para um dos problemas da restauração, o tempo de espera. Aqui o cliente pode divertir se com os mais variados jogos, aliás até no restaurante Inamo é possível ver através da mesa electrónica a confeção do seu prato na cozinha, em tempo real.



Figura 5- Confeção do prato em tempo real na e-table

Fonte: <http://www.inamo-restaurant.com/pc>

No último ícone do menu, pagar, permite que o próprio modelo tecnológico deixe o cliente pagar diretamente com cartões multibanco.

Trata-se sem dúvida de um dos sistemas de informação da restauração com maior potencial, no que confere ao aumento de vendas por parte das empresas mas também ao aumento da satisfação ao cliente.

Reservas

Atualmente o comércio tradicional debate-se com dificuldades relativas a uma maior hegemonia da internet. Neste sentido, os restaurantes, entre outros, tentam cada vez mais que os seus espaços sejam referidos nesta plataforma, de forma a atrair mais clientes aos seus estabelecimentos. Mas, a publicidade não é a única 'ajuda' que os restaurantes podem retirar da internet, já que começa a ser cada vez mais usual encontrarem-se *sites* que permitem que o cliente faça a sua reserva no restaurante a partir desse website.

Dentro desse conceito surge o '*Best Tables*'. O nome é inglês, mas o serviço é português e permite pesquisar restaurantes e fazer reservas gratuitamente, sem necessidade do habitual telefonema. A ferramenta está disponível na Web e a empresa lançou agora uma aplicação para *i-Phone*.



Figura 6- Interação do Best Table com o I Phone
Fonte: <http://www.besttables.com>

“O serviço permite pesquisar pelo tipo de restaurante (japonês, alentejano ou italiano, por exemplo), por prato (sushi, açorda ou pizza) ou pelo nome do estabelecimento. As pesquisas podem também integrar elementos como a proximidade, em quilómetros, do local onde o utilizador se encontra, o preço ou a existência de promoções.

O serviço de reservas dá ao utilizador informação imediata sobre os horários disponíveis e permite fazer marcações apenas para as horas em que o restaurante ainda tenha mesas vagas. Com três horas de antecedência, o utilizador recebe, por SMS, um lembrete da marcação”. (Público, 2012)

O BestTables apresenta ainda promoções de refeições e fornece informação sobre os restaurantes, como o preço médio (que é calculado através da soma do valor médio de uma entrada, prato principal e sobremesa, mas exclui bebidas), os pratos disponíveis e a existência de zonas de fumadores.

Segundo os responsáveis da empresa, o sistema integra 500 restaurantes e a informação de reservas é atualizada em tempo real.

Analisando esta informação e na perspetiva de alguém que vive na frente do computador, é muito cómodo aproveitar os serviços disponíveis pela internet: encontrar o melhor caminho para chegar a um endereço, comprar um livro que acabou de ser lançado, ver a previsão do tempo para o fim de semana, entre outras infinidades de atividades que circulam por esta rede. E para os clientes de restaurantes, já não é necessário usar o telefone para reservar uma mesa para jantar.

Mas será que realmente esses serviços funcionam? Há sempre um receio de chegar ao restaurante e de a reserva não ter sido feita. Neste contexto apresenta-se o seguinte caso da vida real (Marques, 2011):

“Resolvemos testar o *Zuppa* na última semana. Depois do registo efetuado, fizemos na quarta-feira (13/7) uma reserva no restaurante *Ruella*, em São Paulo, para duas pessoas, no horário das 20h45 da sexta-feira (15/7). Como é comum nos nossos dias, simulei um cancelamento da reserva na própria sexta, às 20h, e logo uma notificação foi enviada para meu *e-mail*”.

Outra situação verificada pela mesma pessoa foi:

“Reservei um restaurante em cima da hora. Então às 18h30 de sábado entrei no *Zuppa* e fiz outra reserva no mesmo restaurante, para cinco pessoas, às 20h45 (o último horário disponível para a data). Por um instante duvidei que funcionaria, já que é o dia mais concorrido nesta charmosa casa, no bairro do *Itaim Bibi*. Cerca de dez minutos antes de vencer minha reserva (a tolerância é de 15 minutos de atraso), cheguei ao *Ruella* e comuniquei à *hostess*: ‘Olá, tenho uma reserva para cinco pessoas’. E ela, com cara de preocupação: ‘Cinco pessoas?’. Eu, com certo desânimo, complementei: ‘Eu fiz pelo *Zuppa*’. E o alívio veio: ‘Ah, claro! Você pode-me acompanhar até a mesa redonda?’ respondeu ela” (Marques, 2011).

Este exemplo acaba por ser uma forma de demonstrar que este novo método de reservas é tão eficaz como um simples telefonema, e que a simplicidade e o método de reservar é uma nova forma de fazer reservas.

Redes sociais

No mundo da restauração, cada vez mais os restaurantes e outros tipos de serviços, utilizam as redes sociais com o objetivo de se divulgarem, conseguir feedback dos seus clientes e interagir com estes. Desta forma, as redes sociais são um meio de divulgação e de interação com os seus clientes e são também uma forma de captar mais clientes. A comunicação via internet é essencial para um negócio de restauração, pois dá-se a conhecer o negócio a nível mundial e garante-se uma atualização da informação em tempo real. Também é um ótimo meio de comunicação para estar a par de negócios semelhantes e conceitos diferenciadores.

As redes sociais não têm efetivamente um custo associado à utilização do serviço por parte dos clientes. O Facebook, um website, um blogue, uma plataforma de newsletters, são formas de colocar à disposição do cliente, através das redes sociais, as empresas, por forma à obtenção de interações e experiências por parte dos clientes de uma determinada empresa.

Relativamente à rede social Facebook, e como exemplo, esta é uma rede social em que mais de mil milhões (Informático) de pessoas de todo o mundo utiliza, e na qual potencia as relações interpessoais, comunicação publicitária e a influência para a tomada de decisões do consumidor. Segundo Ruben Castro, consultor da Ventura Hospitality Consulting, existem quatro passos muito importantes numa estratégia para as redes sociais: planear, ouvir, interagir e analisar (Reis Margarida, 2010).

Desta forma, é necessário planear, ou seja, saber o que se quer transmitir aos clientes. Ouvir é saber o que está a ser dito sobre o negócio, interagir é voltar a tentar que o negócio seja o assunto principal, é voltar a participar quando este deixa de ser o assunto principal da rede social e analisar é reavaliar se a estratégia foi bem aplicada ou se é necessário modificá-la. Para dinamizar uma rede social como a do Facebook é necessário divulgar novos menus e promoções, pois a diferença está em manter uma comunicação direta com os seus utilizadores, e procurando sempre saber o que gostam e o que preferem na rede social.

Desta forma um bom sistema de informação na restauração deve estar elaborado de forma apelativa, e deve ser atualizada e estar com boa imagem, pois um cliente que a procura hoje, se esta estiver desatualizada ou até mesmo abandonada, pode já não a procurar amanhã. Por exemplo, o fato de numa rede social, ou numa página na internet de um restaurante, constar uma iguaria empratada e a fotografia se encontrar com má qualidade, isto pode ser fulcral para estragar a reputação do restaurante e gerar comentários menos bons, ou seja mais críticos para o restaurante. Dito isto, as redes sociais também podem ser prejudiciais para um negócio, pois qualquer visitante ou possível cliente, é um crítico, o que significa que isto pode levar ao fracasso e à falência de um hotel ou de um restaurante (Reis, 2010).

Como por exemplo, na página da internet de um hotel bastante conceituado, foram colocados comentários críticos relativamente à limpeza e arrumação deste, o que com toda a certeza irá ser prejudicial para o hotel. Desta forma, evidencia-se um comentário elaborado de

forma crítica, em que este é desfavorável para o hotel e foi elaborado através das experiências dos seus clientes e da interação destes para com o hotel e a sua estadia. Nestes casos, na presença de comentários desfavoráveis para o negócio, estes não devem ser apagados e deve-se tentar solucionar o problema, por exemplo, através de uma resposta ao comentário, de forma a tentar evitar não perder um cliente (Reis, 2010).

Relativamente aos exemplos práticos de casos de sucesso nas redes sociais, abordamos o Solar dos Presuntos e o Restaurante Assinatura. O Solar dos Presuntos é um restaurante que possui uma página na internet e que expõe várias fotografias de clientes e amigos, na qual permite fazer uma interação com os seus clientes e comunicar também com eles. Dispõe também de um separador para reservas online, em que é permitido fazer reservas através da internet, com um mínimo de 24 horas de antecedência. Este espaço é um meio de interação entre clientes e de experiências efetuadas no restaurante Solar dos Presuntos. (Solar dos Presuntos).

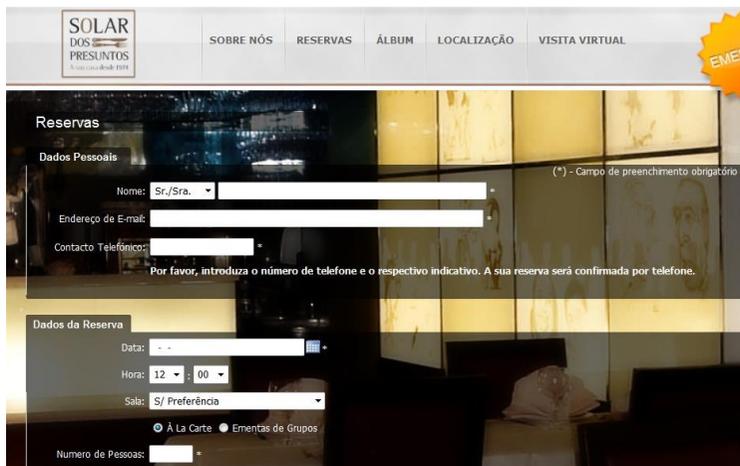


Figura 7- Reservas online do Restaurante Solar dos Presuntos
Fonte: <http://www.soldospresuntos.com>

O Restaurante Assinatura é outro caso prático que possui uma página na internet, na qual esta já existia antes deste abrir, ou seja, as pessoas acompanharam e comentaram de forma positiva a construção do restaurante. Deste modo, a dinâmica da rede social permitiu dar a conhecer o novo espaço que estava a ser construído e desta forma,

permitir às pessoas dar sugestões e dar a conhecer melhor o restaurante.

Casos Práticos

Já foram abordados alguns dos restaurantes/ empresas mais inovadores no mundo, devido à sua nova faceta tecnológica e informativa, tais como o Facebook, Best Table, E tables, Inamo e S' Baggers. Estes novos sistemas de informação que vão aparecendo, passam a fazer parte do dia a dia da população e as empresas que não se aliarem a esta nova arma acabam por perder competitividade. De seguida seguem-se mais alguns exemplos ainda não mencionados no novo mundo tecnológico e informativo da restauração.

Restaurante 4 Food - É um restaurante fast food de hambúrgueres, diferente do normal, porque em primeiro lugar procura utilizar ingredientes naturais e materiais ecológicos, onde o cliente é que escolhe os ingredientes um por um a colocar no hambúrguer. Para além de quererem dar uma liberdade de escolha ao cliente, procura-se que este se aproxime da empresa através do uso e abuso das redes sociais, principalmente do twitter, onde existe um placar eletrónico gigante no restaurante com as últimas atualizações. Por outro lado, os clientes podem efetuar o seu pedido através de um ipad, e gravar o seu hambúrguer. Se o hambúrguer feito por um cliente for pedido por outros consumidores o seu criador ganha créditos.



Figura 8- Twitter e o 4food no estabelecimento
Fonte: <http://www.4food.com>

Restaurante Bones- Um restaurante tão tradicional como outro qualquer, a diferença está nos menus, em que este substituiu os menus de papel por i pads. No espaço de uma semana as vendas aumentaram 11% (Restaurante Bones)



Figura 9- I-pad Menu do Restaurante Bones
Fonte: www.bonesdenver.com

Food Parc- É um restaurante em Nova Iorque com um sistema tecnológico touch, em que o cliente faz o pedido e paga. A grande diferença é que o cliente consegue ver quanto tempo demora a refeição a estar concluída, através de uma barra de download.

2.3. Vantagens e Desvantagens dos Sistemas de Informação na Restauração

Os Sistemas de Informação na Restauração apesar de serem uma grande inovação também apresentam os seus pontos fortes e fracos. De seguida iremos referir as vantagens e desvantagens mais pertinentes e mais importantes ao nível da restauração.

Ao nível das Vantagens podem-se referir as seguintes:

- Ao nível dos Menus Interativos, as vendas aumentam em 12% (E-Menu);
- Os Menus Interativos permitem gerir melhor os stocks das empresas e verificar quais são os produtos mais consumidos (E-Menu);
- Nos Menus Interativos, o tempo de serviço ao cliente diminui;
- Aumento da competitividade das empresas, com tecnologias diferentes e métodos melhorados de servir e atender os seus clientes;
- Nos Menus Interativos, ao efetuar-se um pedido num restaurante, este pode ser feito sem ter um funcionário presente, o que é uma vantagem para a empresa/restaurante ao nível dos custos de recursos humanos;
- Através dos Menus Interativos também se pode pagar a conta através deste modelo, o que se torna numa vantagem para a empresa ao nível dos custos;
- Também através destes Menus se pode aumentar a satisfação do cliente, pois este sabe exactamente o que vai consumir, pois já viu previamente o prato que escolheu, através de fotografias;
- Através das redes sociais, é possível fazer reservas online para restaurantes;
- Ao nível das reservas, o cliente pode a qualquer hora efetuar uma reserva num restaurante, e é mais cómodo para o cliente;
- Utilizar as redes sociais é de custo inexistente para o cliente;

- As redes sociais permitem às empresas/restaurantes divulgar os seus produtos/serviços;
- Permitem também dar a conhecer a quem procura determinada rede social, a experiência e/ou interação que teve num restaurante, por parte de outros clientes.

Ao nível das Desvantagens podem-se referir as seguintes:

- O número de funcionários diminui, ao utilizar os menus interativos, ou seja, há menos emprego para as pessoas;
- Ao fazer-se uma reserva, pode-se cancelar à última da hora essa mesma reserva, o que é desvantajoso para o restaurante/empresa;
- Ao nível das reservas, não existe uma relação de proximidade entre o cliente e a empresa, não existindo uma relação pessoal e personalizada, o que é desfavorável para o restaurante/empresa;
- As reservas têm de ser efetuadas, nas redes sociais, com um mínimo de 24 horas de antecedência;
- É necessária uma constante atualização de dados e informações, como por exemplo, comentários negativos dos clientes para o restaurante/empresa;
- Pagamentos dos FEE às empresas pela manutenção dos diferentes serviços de Sistemas de Informação, no caso dos Menus Interativos.

Conclusão

Através da realização deste artigo foi possível verificar a importância que os sistemas de informação têm para com a sociedade, mais especificamente, no ramo da restauração.

Com uma pesquisa efetuada na área da restauração como dos sistemas de informação, tornou-se claro que a fusão entre estes dois segmentos é o futuro deste ramo da Hotelaria.

A confirmar esta premissa, conseguiu-se verificar então que, e para responder cada vez à maior necessidade de rapidez e eficiência de serviço, requerida pelos clientes, a restauração tem que se adaptar às novas tendências mundiais. Assim sendo, algumas das respostas encontradas para suprimir essas necessidades podem ser através de menus interactivos, reservas *online*, por *i- phone* ou inclusivamente redes sociais. Esta solução é do agrado tanto dos restaurantes como dos próprios clientes, permitindo aos primeiros reduzir alguns custos e também aumentar o seu mercado. Na perspectiva do cliente esta solução também é vista com muito agrado já que permite que estes poupem tempo neste tipo de tarefas,

De encontro ao parágrafo anterior, expusemos alguns casos práticos de sucesso que juntam os dois segmentos em estudo.

Finalizando, referir que foram levantadas as possíveis vantagens e desvantagens desta solução, o que nos autoriza a afirmar que o futuro deste ‘casamento’ entre restauração e sistemas de informação é uma relação que se prevê proveitosa e duradoura.

Bibliografia

- Unique Solutions, Lda. “Restaurante do Futuro”.
<http://www.restaurantedofuturo.com/projecto.html>, Página visitada em 25/03/2012.
- Pinto, Miguel. “eMenu”. <http://www.emenu-portugal.com/#/produtos-e-servicos/4554450284>, Página visitada em 25/03/2012.
- “S´Bagger”. <http://www.sbaggers.de>, Página visitada em 22/03/2012.
- “E-Table”. <http://www.e-table-interactive.com/index.html>, Página visitada em 25/03/2012.
- Gonçalves, Leandro Salenave. *Sistema de Informação*. Página visitada em 01/05/12.
Secretaria de Educação Superior. [<http://www.inf.ufrgs.br/ecp/docs/diretriz.pdf> DIRETRIZES CURRICULARES DE CURSOS DA ÁREA DE COMPUTAÇÃO E INFORMÁTICA].
Página visitada em 01/05/12.
- Valente, Raul –
<http://raulvalente.webnode.pt/historia/historia%20da%20restaura%C3%A7%C3%A3o/>. Página visitada em 01/05/12.
<http://www.viajenaviagem.com/2011/05/reservas-de-restaurantes-for-dummies-open-table-com/> - Página visitada em 11/05/2012.
<http://revistamenu.terra.com.br/2011/07/20/reserve-sua-mesa-on-line/comment-page-1/> - Página visitada em 11/05/2012.
- Best Tables; <http://www.besttables.com/> - Página visitada em 11/05/2012.
<http://4food.com/>, Página visitada em 01/06/2012.
<http://www.inamo-restaurant.com/pc/>, Página visitada em 19/05/2012.
<http://www.informatico.pt/17152/usuarios-do-facebook-atingem-os-mil-milhoes/>, Página visitada em 01/06/2012.
<http://www.soldadospresuntos.com>, Página visitada em 20/05/2012.
- “OS 10 MANDAMENTOS DO NOVO COMÉRCIO”– Por VISÃO, Página visitada em 01/03/2012.
- “FAZER UMA RESERVA NUM RESTAURANTE SEM TER DE TELEFONAR” - Por PÚBLICO, Página visitada em 06/02/2012.
- Alves, E.M.F., Félix, J.M.R., Martins, B.M.R., (2010), *Interactive Menu*, Faculdade de Ciências, Porto, 4-10. Página visitada em 03/05/2012.
- Reis Margarida, (2010) Dossiê Novas Tecnologias, Editora: Inter Magazine, 36-40. Página visitada em 08/05/2012.