

O IMPACTO DAS MEGATENDÊNCIAS DO FOODSERVICE EM EQUIPAMENTOS, PROJETOS DE RESTAURANTES E MAIS



PRINCIPAIS TENDÊNCIAS NO MERCADO DE FOODSERVICE

MÃO DE OBRA

Simplificar e facilitar o uso. Melhorar a produtividade e reduzir a mão de obra

SEGURANÇA ALIMENTAR

Garantir e facilitar o controle sanitário. Estamos cada vez mais vulneráveis a doenças alimentares

ENERGIA

Usar racionalmente, reduzir, reaproveitar e diminuir os custos

MEIO AMBIENTE

Atenção para os “Big three” da sustentabilidade: água, qualidade do ar e lixo

COMPETIÇÃO E CONCENTRAÇÃO

Criar uma experiência legal para as pessoas é o grande desafio dos operadores. Toda ajuda nesse sentido é bem vinda

ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

Reduzir obesidade: porções menores, dividir pratos e sobremesas, menos carboidratos, menos calorias, mais saladas...

MUDANÇA DEMOGRÁFICA IMPACTANDO NO FOODSERVICE

- > Boomers estão deixando a cena (50 - 64 anos)
- > A geração “X “ (35 - 49 anos) seguem
- > Geração “Y” do milênio (21 - 34 anos de idade) exercem mais influência, eles saem para comer fora com mais frequências que outras gerações
- > Chegando a geração “Z “(15 -20 anos)



MILLENNIALS

Quem são eles?

Alice Yang

contexto

1980 - 2000

Pessoas nascidas nesse período são chamadas de Geração Y, Echo Boomers ou Millennials. Criadas em um mundo muito mais dinâmico, Esses jovens apresentam prioridades, expectativas e comportamentos Muito proprietários – e diferentes das gerações anteriores.

+50% DOS CLIENTES DE FOODSERVICE
SÃO MILLENNIALS

MILLENNIALS

QUEM SÃO?

GLOCALS

Absorvem tendências globais e agem localmente.

SOCIÁVEIS

Gostam de estar na companhia de amigos a todo momento – nunca estão sozinhos.

VERDADEIROS

Buscam conexões reais com as pessoas e Coisas com quais se relacionam.

CONECTADOS

Digitais, estão sempre conectados via mobile em todas as redes sociais.

ESPECIALISTAS EM DIVERSÃO

Querem aproveitar cada segundo, principalmente nos finais de semana.

90% DOS MILLENNIALS TEM CONTA NO FACEBOOK*

MILLENNIALS

O QUE BUSCAM?

VIDA OFFLINE

Desejam se conectar em um mundo real com as pessoas, por meio de interação.

COLABORAÇÃO

Gostam de trocar experiências e viver o conceito de comunidade.

TRANSPARÊNCIA

Prezam a honestidade de pessoas e marcas, sem espaço para omissões.

NOVAS EXPERIÊNCIAS

Buscam o novo, experiências que te tiram do mundo comum.

MILLENNIALS & FOOD

SENSORIAL FIRST

Buscam experiências sensoriais marcantes; entendem que é muito além da refeição.

INCREASING FOODS

Temperos e condimentos tem um importante destaque na preparação dos pratos.

FARE-TRADE

É muito valorizada a procedência e o relacionamento com fornecedores.

SIMPLICIDADE

Buscam experiência gastronômica que tragam conforto por meio do apelo local.

AUTENTICIDADE

A atmosfera e refeição devem extrapolar a qualidade e buscam algo único..

PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DE FOODSERVICE IMPACTANDO NOS EQUIPAMENTOS

- >As cozinhas estão ficando menores
- >O fast-casual afeta: a velocidade do serviço é mais importante do que nunca, independentemente do formato, o cliente espera mais controle
- >Os restaurantes estão usando ingredientes mais frescos, mais sazonais e locais, que impacta no layout, mão de obra, processos e muito mais
- >Os custos da mão de obra continuam a impactar no layout e especificação de equipamentos para todos os restaurantes





O IMPACTO DO DESENVOLVIMENTO DE MENU NO PROJETO

- >Os menus estão voltando ao básico
- >A transição para a integração e personalização
- >Projetar para a mudança: criar espaços flexíveis que podem crescer e evoluir com o menu

O IMPACTO DA COMPRA DE ALIMENTOS LOCAIS E SAZONAIS

O equipamento deve:

- >Manter ou aumentar a produtividade
- >Melhorar o perfis de sabor e permitir que os ingredientes brilhem
- >Comunicar os valores da marca, facilitando grandes experiências para o cliente





O IMPACTO DO ABASTECIMENTO LOCAL E SAZONAL NA SELEÇÃO DE EQUIPAMENTOS

- > Ênfase em equipamentos para preparação, tais como processadores de alimentos, fatiadores, etc
- > Prioriza refrigeradores mais que os freezers, câmaras frigoríficas combinadas se tornando populares também
- > Refrigeradores sob a linha de cocção, ou onde a operação precise
- > Resfriadores rápidos ajudam a preservar melhor os alimentos
- > Maior uso de equipamentos flexíveis como pias que podem tornar-se áreas de trabalho
- > Comece com um conjunto principal de equipamentos e complemente a partir daí

COMPRA DE EQUIPAMENTOS PARA FOODSERVICE

Outros equipamentos crescendo em popularidade:

- >Equipamentos de cocção rápida - Turbo Chef, Chef Express, Forza
- >Equipamentos multifuncionais - Forno Combinado, Frigideira (cozimento, fritura, grelhados de chapa)
- >Equipamentos para o serviço de bebidas - Refrigeradores back bar, Dispensadores de chope, Glass froster
- >Equipamentos para merchandising e expositores (vitrines) para autosservico





ALIMENTOS EM TODOS OS LUGARES

> Popularidade do “grab and go” para levar mais itens de menu para toda parte e uso de equipamentos com dupla temperatura (quente e frio) para conservação dos alimentos

O INCRÍVEL ENCOLHIMENTO DAS COZINHAS

- > Apesar do “from scratch” culinária (verticalização da produção), o “back of the house” (a cozinha) está ficando menor
- > Mais assentos significa mais receita
- > Equilibrar BOH & FOH (“Back Of the House” e “Front Of the House”) é mais complicado
- > O espaço em baixo da coifa se torna mais competitivo e favorece aos equipamentos multifuncionais





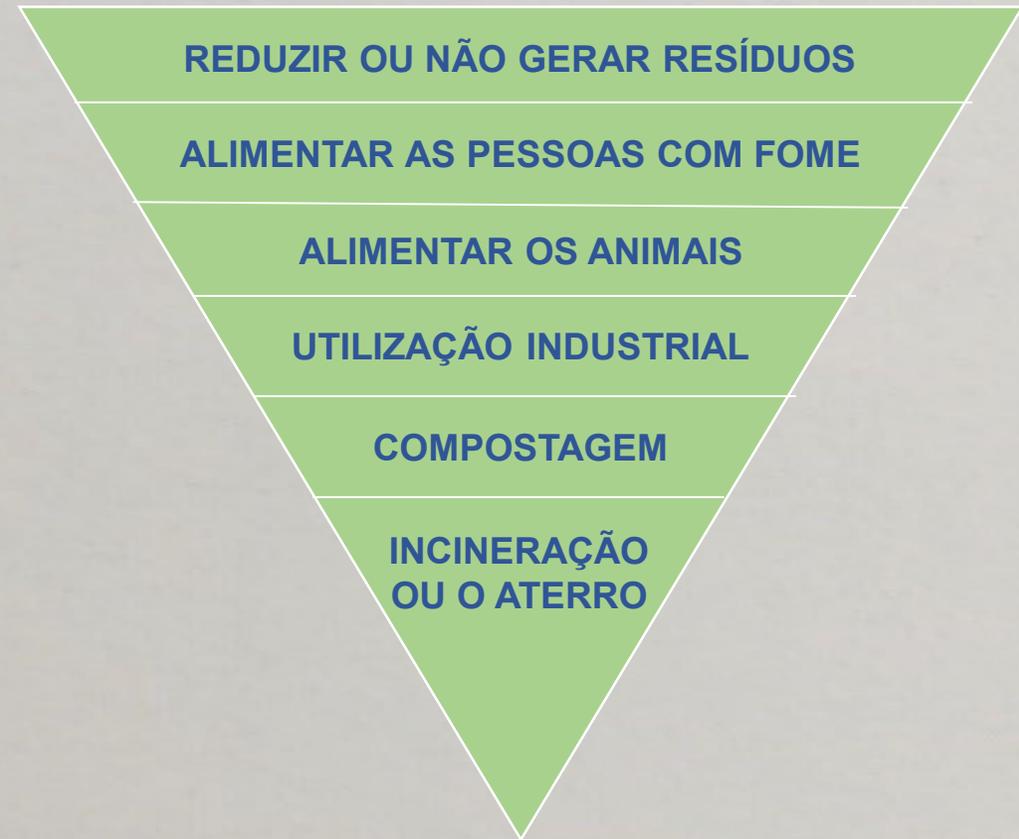
APRESENTAÇÃO. APRESENTAÇÃO. APRESENTAÇÃO.

- >Os clientes querem uma experiência mais social e para se sentirem mimados e recompensados
- >O tamanho das porções não é tão importantes quanto a qualidade percebida e a saudabilidade
- >Os clientes querem compartilhar a experiência com os presentes e também com aqueles que não estão lá
- >Toda mesa tem um VIP hoje
- >Empratar os alimentos, controle das porções, garantia de qualidade e apresentação geral são cada vez mais importantes

IMPACTO DA SUSTENTABILIDADE NO PROJETO DA COZINHA

- >A sustentabilidade transcende o menu. Deve ser uma abordagem holística para reduzir as ineficiências
- >Selecione o equipamento certo para a aplicação certa
- >Novas tecnologias incluem biodigestores e sistemas
- >Qual a próxima fronteira? Cozinha com resíduo zero

Hierarquia da recuperação dos resíduos alimentares





O FUTURO DA TECNOLOGIA NO FOODSERVICE

- >O operador é que defini o que é a tecnologia inteligente, não o fabricante
- >Foodservice não é uma exposição das novidades tecnológicas mais recentes – ela precisa do fator “Wow!”
- >O retorno sobre o investimento irá definir à aceitação de novas tecnologias de equipamentos
- >Tenha certeza em utilizar a tecnologia adequada e que suporte aos objetivos do seu negócio
- >Maiores ganhos são provenientes da tecnologia voltado para o cliente, mas ela pode ter impacto importante sobre a cozinha

CONSIDERAÇÕES PARA OS FUTUROS PROJETOS DE FOODSERVICE

- >Concentre-se no menu com o entendimento de que ele irá evoluir ao longo do tempo
- >Poder de fogo e longevidade são o nome desse jogo
- >Os equipamentos têm que ajudar na rotação das mesas
- >Como o espaço é um prêmio, os equipamentos multifuncionais terão mais valor na cozinha
- >Entenda o que o equipamento faz e se seus funcionários podem usá-lo plenamente



CONSIDERAÇÕES PARA OS FUTUROS PROJETOS DE FOODSERVICE

- > Utilize equipamentos que otimizem a consistência dos alimentos, reduza a mão de obra e ao mesmo tempo transmita uma mensagem de alimentos artesanais
- > A indução continua a se expandir, incluindo fogões wok e conservadores de comida quente
- > Exaustão sem dutos continua a evoluir e incluem mais que indução
- > Controles inteligentes fornecem uma melhor utilização dos recursos, cozinhar com mais precisão e, em alguns casos, a capacidade de comunicar as informações ao operador





**A CHAVES PARA O SUCESSO É COMPREENDER
A EQUAÇÃO DE VALOR HOJE:**

**AMBIENTE
FLEXÍVEL + SERVIÇO
RÁPIDO + MAIOR PERCEPÇÃO
DA QUALIDADE DOS = VALOR
ALIMENTOS**

DICAS PARA LEMBRAR

- >Entenda seus clientes e os objetivos do seu negócio
- >É tudo sobre como criar uma experiência legal para seus clientes
- >O projeto terá que ser flexível para acomodar mudanças Imprevistas nos menus, hábitos alimentares, etc.
- >Encontrar um equilíbrio entre BOH (Back of the House) e FOH (Front of the House) é complicado, mas necessário
- >Concentre-se nos objetivos principais e elimine as ineficiências
- >Somente implemente novas tecnologias que agreguem valor



OBRIGADO!

Esta apresentação é baseada em dados apresentados por Joseph Carbonara, Alice Yang, Nafem e na experiência de projetos do StudioIno

EMMANUEL MELO
emmanuel@studioino.com.br

STUDIOINO 

www.studioino.com

