

# PIZZARIAS

## COMO SE DESTACAR EM UM AMBIENTE TÃO COMPETITIVO?

Criada pelos egípcios ou, segundo alguns historiadores, pelos gregos, a pizza surgiu há cerca de 6 mil anos, quando estes povos fizeram a mistura de farinha com água pela primeira vez. A massa que resultava desta mistura era colocada sobre pedras ou outras formas que conseguissem reter calor, produzindo, assim, uma forma rudimentar de pão.

Além da produção dessa forma de pão rudimentar, os fenícios costumavam acrescentar coberturas de carne e cebola. Os turcos muçulmanos também adotavam prática similar e, devido as Cruzadas, esse pão rudimentar chegou à Itália, onde foi aperfeiçoado, transformando-se na pizza.

Desde o seu surgimento à transformação em símbolo de fast food, a pizza passou por várias transformações e hoje é um dos pratos mais consumidos no mundo e, também, um dos mercados mais competitivos.

Segundo a Associação das Pizzarias Unidas do Estado de São Paulo, existem no Brasil aproximadamente 36 mil pizzarias, oficializadas. Somente no Estado de São Paulo, considerado a capital brasileira da pizza, são 11 mil pizzarias em funcionamento e uma estimativa de produção de 1.500.000 discos de pizza por dia.

Mas, apesar desses números já serem bastante expressivos, o mercado de pizzas ainda vem apresentando crescimento, com a expansão do *delivery* e dos produtos prontos e congelados.

Por ser um alimento relativamente de baixo custo, é amplamente comercializado no Brasil e agrada a todas as classes sociais.

Para atender a esta faminta clientela, o ramo de pizzarias tem apresentado várias inovações, comercializando desde as pizzas tradicionais até as mais exóticas e, assim, oferecendo uma infinidade de sabores.

Com esta variedade de possibilidades comerciais, surge a pergunta: Como se destacar nesse mercado tão competitivo?

### Conceito básico

No ramo da alimentação, a pizzeria é um dos empreendimentos que tem maior crescimento no mercado e, conseqüentemente, maior concorrência.

Não importa o tamanho (pequeno, médio ou grande porte) ou o tipo da pizzeria (tradicional, de salão ou *delivery*), para conduzir o empreendimento ao sucesso e enfrentar a concorrência, é preciso conhecer os detalhes do empreendimento, como produzir com excelente qualidade e como atender bem a clientela.

Em um momento em que os consumidores buscam serviços com qualidade, personalizados e com menores preços, prestar um serviço de qualidade deixou de ser um diferencial e passou a ser uma necessidade para se manter no mercado, tornando-se, inclusive, uma oportunidade para a obtenção de vantagem competitiva.

Nas pizzarias, um atendimento de qualidade vai além da abordagem e do contato dos garçons com os clientes; engloba o ambiente, que deve atender às expectativas, oferecendo conforto, segurança, liberdade e, principalmente, alimentos saborosos e de boa qualidade.

É importante lembrar que para uma pizza ser de alta qualidade, é primordial ter ingredientes de igual nível. Utilizar os ingredientes certos é um dos vários segredos para se obter uma boa pizza e, conseqüentemente, a satisfação dos clientes.

O bom atendimento também não deve ser negligenciado. O profissional que trabalha em estabelecimentos desse tipo deve apresentar algumas características fundamentais: ser íntegro e procurar resolver, imediatamente, os problemas sem custo ou inconveniência ao cliente. Para tanto, precisa conhecer todos os produtos da pizzeria, para que toda e qualquer informação passada seja verdadeira.

Tanto o pizzaiolo como o garçom devem

apresentar uma boa imagem; devem estar sempre preparados para solucionar eventuais problemas. É agindo com rapidez e segurança que o cliente confiará nos serviços prestados pelo estabelecimento.

Do mesmo modo, apresentar uma conduta confiável é essencial. É necessário preparar o pedido exatamente como combinado na hora do atendimento e, logicamente, dentro do prazo estabelecido.

E, obviamente, o profissional deve sempre atender o cliente com empatia.

A qualidade no atendimento é fundamental, pois uma vez mal atendido, o cliente poderá nunca mais voltar!

### Inovação como ferramenta-chave

Para atrair e conquistar mais consumidores, algumas formas de diversificar o negócio e agregar valor aos produtos passam, necessariamente, pela criatividade. E, cada vez mais, a inovação vem se tornando imprescindível para o sucesso das pizzarias.

A tecnologia tem sido a principal aliada nesse processo de inovar e se materializa através das ferramentas que a informática coloca à disposição desse mercado.

Hoje, as pizzarias têm à disposição sistemas que com um simples “clique” apresentam todo o fechamento do caixa na tela, em segundos; permitem aos garçons tirar pedidos utilizando palms, sistemas inteligentes para agilizar o atendimento nas mesas, realizam pagamentos via celular e possibilitam, até mesmo, um cardápio digital que pode ser consultado via smartphones e tablets.

Os softwares integrados permitem o controle e a gestão das mais diversas operações, tais como controle do número da mesa e/ou número de comandas; controle das mesas ativas ou não; transferência de itens entre contas (total ou parcial); cancelamento de itens; impressão de conferência de conta; e fechamento de cupom com múltiplas formas

de pagamento. Possuem, ainda, auditoria de digitação e de transferência entre contas; controle visual das contas em consumo, esperando fechamento ou ociosa, entre outras funções.

Para as pizzarias que operam com *delivery*, a informática pode ser mais importante ainda e, em determinados casos, se torna uma ferramenta de vendas imprescindível, oferecendo comodidade, conforto e segurança para os clientes.

Na era da mobilidade e da agilidade, os sistemas tecnológicos se tornaram essenciais para as pizzarias que querem se sobressair no mercado.

Outra forma de se diferenciar no mercado é inovar o cardápio, começando pela massa que, ao invés de ser assada, pode ser frita!

O molho da pizza, que muitas vezes parece apenas um complemento, na verdade, é um ingrediente fundamental e uma mudança estratégica pode, sim, transformar a receita! Alguns temperos ou o próprio modo de preparo do molho de tomate já conseguem fazer o sabor se destacar. Ao optar por usar o tomate cru, por exemplo, sem ir ao fogo, o sabor já fica mais forte. Pode-se, ainda, substituir o molho de tomate tradicional por molhos prontos, que a cada dia estão mais saborosos, ou mesmo, trocar o molho tradicional pelo pesto, por um azeite de alho ou de manjerição ou por algum tipo de redução. São várias as possibilidades que vão fazer toda a diferença. Além disso, o acréscimo de alguns tipos de temperos também podem incrementar ainda mais o cardápio!

Para inovar no quesito recheio, a inspiração pode vir das várias regiões do mundo e em suas comidas típicas, por exemplo. Neste item, a criatividade e ousadia dos pizzaiolos é fundamental para despertar a curiosidade e o paladar dos clientes.

Outra inovação que está despertando discussão entre os profissionais das pizzarias é a mudança do tradicional forno à lenha para o sistema a gás. Essa tem sido a opção de muitas pizzarias para ganhar competitividade e, ao mesmo tempo, promover a sustentabilidade.

Segundo alguns especialistas, defensores da mudança, não existe qualquer prejuízo relacionado ao sabor. Eles apoiam a tese da utilização do gás em defesa da preservação ambiental, higiene e uniformização da temperatura, que permite um melhor controle do cozimento. Os defensores do sistema a gás alegam, ainda, que embora a lenha vinda de

reflorestamento possa ser considerada fonte de energia renovável, pesam contra ela as dificuldades de armazenamento e os incômodos da fumaça, que exigem investimentos altos em filtros para reduzir os impactos nocivos.

Do outro lado, para alguns profissionais, o forno à lenha é o coração de uma pizzaria. Para eles, nada substitui o calor e o defumado típicos das brasas vegetais. Porém, esse “mito” é rebatido pelos defensores do forno a gás, que explicam que é a cerâmica refratária do equipamento que faz com que a pizza asse e não o calor que vem da chama direta, seja o forno a gás ou lenha, por isso não há diferenças expressivas no processo de cocção.

Outro ponto a favor dos fornos a gás, segundo os seus defensores, é que geram economia para os estabelecimentos. A explicação é que para que o forno à lenha aqueça, é preciso que a lenha queime antes do início da produção, o que leva algum tempo para aquecer, uma vez que a velocidade depende da condição de umidade da lenha. Já no forno a gás natural, é possível ajustar a potência do queimador por meio de um controlador de temperatura, que liga e desliga automaticamente o queimador quando necessário, gastando menos combustível. Outra característica da lenha é que ocupa muito espaço dentro do forno, enquanto o queimador a gás é pequeno, não fica na área de cocção, o que possibilita a sobra de mais espaço para que sejam assadas mais pizzas ao mesmo tempo.

Os adeptos do gás natural descrevem mais vantagens para o consumidor comercial em relação à lenha. Uma delas é o fornecimento contínuo, que elimina a preocupação do consumidor com estoque. Outra vantagem é o abastecimento canalizado, que descarta a necessidade de destinar um local para armazenar lenha. Além disso, por apresentar densidade específica menor que a do ar, em caso de vazamento, a dispersão do gás natural na atmosfera é mais rápida, reduzindo os riscos de acidentes.

Mesmo diante de tantas vantagens, os chefs pizzaiolos ainda se dividem quanto à melhor opção.

Uma alternativa a essa questão é o uso dos fornos flex, ou seja, a gás e à lenha, sendo esta última fornecida *in natura* ou na forma de briquetes ecológicos e similares.

A questão ambiental tem sempre um peso importante na hora de optar entre gás ou madeira, mas ainda não há respostas simples para essa escolha que, afinal, depende de cada necessidade específica às pizzarias.

## Marketing - Um importante aliado

O marketing, palavra proveniente da língua inglesa que pode ser traduzido como mercadologia, é uma atividade que congrega um conjunto de processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para os consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral. É o principal aliado das empresas para alavancar o crescimento e alcançar a rentabilidade do negócio.

Pensar em alguns pontos de posicionamento de mercado é de extrema importância para a pizzaria conquistar clientes e fidelizar o público, e o marketing é a ferramenta ideal para criar essas ações estratégicas.

Uma das ações de grande importância para a pizzaria é trabalhar a marca, pois é ela que traduz o conceito que a pizzaria apresenta, além de ser o ponto de comunicação direta com os seus clientes. Uma ideia é integrar personagens ao universo da marca, criando assim todo um ambiente de exclusividade e personificação para futuras estratégias.

A comunicação visual é uma importante ferramenta de marketing e o cardápio é o mais forte instrumento de comunicação da pizzaria. Sua apresentação deve ser trabalhada com identidade e diferenciais, como por exemplo, criar para cada sabor um nome diferente dos praticados tradicionalmente no mercado local; isso gera um aspecto de individualidade, criatividade, sofisticação e de identidade marcante.

Outro elemento pouco trabalhado nas pizzarias, mas que agrega mais valor e chama a atenção dos clientes, é a promoção do mês. Ações mensais, onde um produto do cardápio entra em destaque com um preço ou uma ação especial, sempre diferenciam a pizzaria dos concorrentes e dão um movimento diferente ao estabelecimento.

Hoje, vivemos a era digital e a criação e manutenção de um bom web site, divertido, dinâmico e interativo, onde os clientes possam se identificar com a casa de forma pessoal, é essencial. Um site simples e de fácil navegação, com uma boa estratégia linkada nas redes de relacionamento, dará uma forte alavancada nas vendas *delivery*, além de conquistar um espaço na mente do consumidor.

As ações apresentadas acima são uma pequena parcela do que o mundo do marketing pode oferecer para que as pizzarias trilhem o caminho de grandes conquistas. Trabalhado de forma orquestrada e seguindo um plano de ações estratégico, o marketing pode destacar a sua pizzaria nesse ambiente tão competitivo.