

Ambientação estimula a fidelidade

Não basta ter um cardápio impecável.
É fundamental oferecer aos clientes um
espaço cativante que os motive a voltar

Eric Zompero

Fotos: divulgação

Atualmente, muitos são os restaurantes que, após sua inauguração e alguns meses de movimento, acabam esquecidos, culminando com seu fechamento. Fato que poderia ser evitado de maneira simples, com um investimento relativo e específico, como veremos adiante.

Obviamente vários são os fatores provocadores dessa aparente tendência, como a falta de recursos, de bons profissionais, de capacidade administrativa do investidor ou empresário etc. Mas não só a boa exploração dessas características básicas é que torna um restaurante um ponto conhecido e de sucesso, garantido pela aceitação de um público específico.

Então pergunto: quais os fatores que incidem sobre uma pessoa na hora de escolher um determinado restaurante? Ou melhor, o que a faz retornar e por conseqüência freqüentar periodicamente esse mesmo restaurante?

Numa primeira assertiva poderíamos considerar o óbvio: a comida. Seu sabor, temperos, aparência e outras características conhecidas parecem ser a base da escolha desse ou daquele restaurante no hábito de uma pessoa. Mas não só a gastronomia contribui para a conquista desse mercado, apesar de, certamente, ser um fator deveras importante. Outros fatores como o econômico e o social possuem também suas porcentagens de influência.

Entretanto há um fator que muitas vezes nos permanece oculto, influenciando-nos de modo sublimar e até inconsciente, e que só alguns clientes mais perceptíveis ou empresários da área de alimentação mais experientes e conscientes conseguem perceber: a ambientação das diversas áreas de um restaurante ou, melhor dizendo, a “boa” ambientação do espaço.

Aqui entramos em uma questão de natureza semântica, uma vez que prefiro utilizar a palavra ambientação e não decoração para descrever as técnicas utilizadas para a melhoria do espaço físico e psicológico em benefício ao usuário de um serviço determinado de alimentação. Definirei também o restaurante não como a construção propriamente dita, conjunto de diversas áreas coligadas que compõem o serviço em si. Irei considerá-lo somente como o espaço destinado aos comensais.

Por isso mesmo, também não vou diferenciar os restaurantes comerciais dos industriais, já que acredito que sempre exista a necessidade de dar ao ser humano, independente de sua natureza, um ambiente agradável onde ele possa desfrutar de momentos importantes para sua saúde fisiológica e psicológica, como o ato de se alimentar e se relacionar com outras pessoas.

Obviamente, cada restaurante terá seu público alvo, logo, uma ambientação específica para cada caso, sendo que a intenção primária do empresário

“O ambiente deve possuir uma programação visual que fixe a marca do restaurante no consumidor”

Espacos bem organizados, com mobiliário bem disposto são essenciais

agradável velocidade ao local

deverá sempre possuir um serviço que conquiste seu público; ou seu empregado, no caso de restaurantes industriais, resultando em benefícios para ambos.

Desse modo, intuitivamente podemos perceber e concordar que restaurantes possuidores de boa decoração, com ambientes calmos e agradáveis terão maiores chances de ganhar a preferência de um cliente em potencial. Um exemplo simples pode ser um bom argumento para essa questão:

entre dois restaurantes de preços e qualidade similares, mas com espaços diferenciados em relação a sua ambientação, um opressivo, escuro e barulhento, o outro limpo, aconchegante e com iluminação adequada, qual seria a escolha de um possível consumidor? A resposta parece óbvia.

Ou seja, o restaurante com uma aparência ou um estímulo visual agradável tem vantagens sobre outro de contrárias características.





Muitas redes de fast-food utilizam cores quentes para estimular o apetite

Chega-se ao primeiro paradoxo, um restaurante não “agarra” o cliente somente pela boa comida, mas também pelas suas características sinestésicas, principalmente visuais.

Mas esse é só o princípio

Afinal só temos a simples conclusão acima. Pergunto então: Quais os fatores que garantem um restaurante agradável ao cliente? Como podemos definir a “boa” ambientação de um restaurante, seja ele comercial, institucional ou industrial?

Aqui entramos no mais importante, os fatores físicos, psicológicos e institucionais da questão. Definidos pela arquitetura, programação visual, *branding* e dinâmica dos espaços.

Começando pelo óbvio, é claro que a arquitetura de um restaurante deve ser eficiente, de modo a garantir as necessidades básicas de um usuário de restaurantes. A arquitetura deve considerar os fluxos de trabalho e de circulação nos ambientes agregados ao local (cozinha, copa, sanitários), deve garantir a fácil movimentação de funcionários e clientes e espaços bem organizados com mobiliário bem disposto são essenciais. Não é interessante que um comensal fique pedindo passagem entre mesas para alcançar um balcão, ou que colida com móveis e pessoas em contra-fluxos. Pior ainda são

os exercícios que alguns garçons são obrigados a executar na hora de servir os pedidos dos clientes, driblando mesas e cadeiras em espaços reduzidos e mal dimensionados. Não que ambientes pequenos sejam desagradáveis; como já citei anteriormente, cada ambiente deve ser direcionado e projetado para um tipo de consumidor; espaços reduzidos, quando bem tratados podem facilmente garantir conforto e isolamento para determinados clientes, como executivos em busca de uma reunião

privativa ou casais em busca de privacidade. Os bares em estilo *pub* são um ótimo exemplo disso.

Desse modo, garantimos espaços diversificados de acordo com o público.

Os acabamentos e detalhes decorativos devem possuir tonalidade propícia às intenções do restaurante. Cores alegres e diferenciadas para público jovem, cores mais sóbrias para ambientes com

consumidores de características predominantemente noturnas, cores claras para restaurantes diurnos e dessa maneira de acordo com a necessidade. Pode parecer incrível, mas as cores provocam sensações diversas no ser humano, definindo desde seu estado de espírito até sua saúde física. Ou alguém já tentou almoçar num restaurante com as paredes pintadas de marrom escuro? De certa maneira, determinadas cores podem inclusive influenciar o desejo por comida no ser humano. Já perceberam

Garantir o conforto é essencial: boa iluminação, temperatura média ideal e sonorização...

como muitas redes de fast-food e restaurantes optam por cores quentes como o vermelho, laranja e amarelo?

Resumindo: a escolha de tonalidades deve seguir as características físicas da cor, como profundidade, peso, temperatura, brilho, visibilidade e solidez e suas devidas influências no comportamento do ser humano.

Outros fatores na decisão de um determinado pigmento são: a “moda” que dita as tonalidades a serem consumidas em determinadas épocas, e que pode ser seguida a fim de garantir uma identidade atual ao restaurante; o público-alvo; e as características climáticas (temperatura, iluminação e umidade) de determinada região.

Um exemplo clássico desses fatores: imaginar uma rede de fast-food com público-alvo jovem, decorada com detalhes clássicos, madeiras escuras, baixa iluminação e cores sombrias. Seu destino: falência; já que esse não é um ambiente para se comer um hambúrguer informalmente com as mãos. Esse ambiente é mais indicado sim, para um happy hour de clientes com um perfil mais

adaptado às exigências de conforto, aconchego, descanso e relaxamento.

Muitos fatores?


Já é possível, com esses dados, definir um ambiente agradável e convidativo?

Afirmo que não, ainda não. Apesar de conseguirmos agora resolver grande porcentagem de problemas comuns em diversos estabelecimentos que trabalham com alimentação coletiva.

Vamos pensar agora na execução física do restaurante, ele possui uma estrutura interna e uma externa. Em princípio será a fachada (parte externa do restaurante) que convidará o cliente a entrar. Sobre ela podemos considerar

alguns detalhes. Sendo o primeiro fator de conquista do consumidor, ela deve identificar e caracterizar o restaurante; deve dizer que ali dentro existe um clima de harmonia, característico do público-alvo. E que no interior daquele espaço, desfrutará de momentos agradáveis e de acordo com suas necessidades.

...são fatores que, quando bem dimensionados, promovem sensações visuais, auditivas, olfativas e táteis agradáveis

A black and white photograph showing the interior of a restaurant. The scene is dimly lit, featuring several tables and chairs arranged in rows. The ceiling is decorated with numerous small, round pendant lights. The overall atmosphere is cozy and intimate. The text at the bottom of the image discusses ergonomics and comfortable furniture.

A ergonomia deve privilegiar móveis confortáveis com mesas e cadeiras bem dimensionadas

Passada essa fase, com o cliente já no interior do estabelecimento, o segundo passo é acomodá-lo num espaço cativante, seguro, algumas vezes reservado, outras propiciando agrupamentos. Não deve ser opressivo, nunca, afinal o restaurante é também um refúgio das agressões do mundo externo a ele.

Ambiente confortável

Por isso, garantir o conforto é essencial, boa iluminação, temperatura média ideal e sonorização são fatores que, quando bem dimensionados, promovem sensações visuais, auditivas, olfativas e táteis agradáveis. Afinal, isso é que garantirá o retorno do cliente numa próxima oportunidade, além da gastronomia, claro.

Gostamos de lembrar dos bons momentos que passamos em determinados ambientes, saboreando um ótimo prato ou conversando descontraidamente com amigos. Tenho certeza que nenhuma mulher gosta de se lembrar de um restaurante que tenha deixado seus cabelos com "cheiro de gordura", uma reclamação mais constante do que se possa imaginar.

Aqui nos deparamos com outro fator importantíssimo para a definição de nosso agradável ambiente. A técnica.

Vou apenas levantar alguns métodos que garantirão a manutenção de um ambiente confortável. Por isso mesmo não vou ater-me às técnicas de preparo de alimentação em restaurantes industriais e comerciais.

Existem equipamentos e técnicas para garantir a boa ventilação de ambientes, sem deixar que odores se misturem em espaços fechados; para isso os exaustores devem estar bem dimensionados, garantindo a eliminação quase completa da gordura proveniente de suas áreas de frituras e cocção. As temperaturas ambientes podem ser mantidas equilibradas através de equipamentos de refrigeração e/ou aquecimento. A iluminação deve ser feita com lâmpadas especiais e de boa iluminância e que não provoquem ofuscamento ou desconforto visual.

Afinal, não conheço nenhum frequentador de restaurantes que goste de pratos frios que não podem ser vistos claramente devido a iluminação deficitária (certos restaurantes parecem querer esconder seus pratos utilizando espaços sombrios e enganadores). O que dizer então de manchas no chão? Ou paredes sujas e mal acabadas? Atualmente, existem pisos (carpetes e cerâmicas) e tintas especiais que garantem fácil manutenção e beleza, de maneira a deixar o restaurante sempre com uma aparência limpa e higienicamente confiável.

Outro fator freqüentemente comentado é o

ruído. Estes barulhos externos que forcem o usuário a quase gritar ao fazer um pedido são inconcebíveis. Para evitar esse problema existem placas para isolamento acústico que garantem privacidade e ambientes saudáveis e silenciosos. Música ambiente sempre é bem-vinda, principalmente quando se possui um bom equipamento que não provoque desconforto auditivo (como sons muito graves, altos e chiados).

A ergonomia deve privilegiar móveis confortáveis, mesas e cadeiras devem ser bem dimensionadas, várias vezes já me senti em mesas altas com cadeiras baixas (ou o inverso), e a sensação de desconforto é muito grande, fator que impediu meu retorno a esses restaurantes! O bom design também não deve ser ignorado, peças de estilos característicos revelarão ao cliente o respeito que é esperado do estabelecimento.

O ambiente e a construção devem possuir uma programação visual e arquitetônica bem estruturada e definida. Todas essas características devem promover a identificação do restaurante, é o chamado "branding" ou fixação de uma marca na mente do consumidor, auxiliada nesse caso pela correta ambientação e identificação de seus espaços. Qual restaurante não quer ser lembrado pelas suas características favoráveis? Exemplos de "branding" são as identidades corporativas que algumas redes de restaurantes possuem, citando apenas o *America* e a rede *Red Casual Diner*.

Definir um partido para a elaboração de um ambiente que provoque boas recordações numa pessoa, instigando-a a retornar é essencial para que qualquer negócio na área alimentícia tenha bons resultados. Caso contrário, só contribuiremos com o aumento das porcentagens de restaurantes que fecham com menos de um ano de existência.

Existem dezenas de outros fatores, não tão importantes nesse primeiro momento, como os acima superficialmente comentados mas também fundamentais, que contribuem para o bem estar do ser humano nesses espaços. Conceitos de dinamismo de espaço, distâncias pessoais, espaços térmicos, táteis entre inúmeros outros fazem da ambientação de um restaurante um jogo interessante e curioso. Afinal, não poderia ser diferente, já que tudo o que foi dito aqui se baseia numa única preocupação básica, garantir o bem estar não apenas de um cliente, mas de um ser humano, cujas necessidades devemos conhecer para oferecer um serviço digno e que atenda e supere suas expectativas. ■

Eric Zompero é arquiteto.
zompero@sti.com.br - tel.: 0/xx/11 861-4229