



UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE

ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DE INHAMBANE

**PROPOSTA DE IMPLEMENTAÇÃO DO SISTEMA *SMARTFOOD* PARA
MELHORIA DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS NO RESTAURANTE DO
"INHAMBANE HOTEL ESCOLA".**

Páscoa Messias Timula

Inhambane, 2024.

Páscoa Messias Timula

Proposta de implementação do Sistema *Smartfood* para a melhoria da prestação dos serviços no restaurante "Inhambane Hotel Escola".

Projecto de desenvolvimento apresentado à Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane (ESHTI), como um dos requisitos para a obtenção grau de licenciatura no curso de Gestão Hoteleira.

Supervisor: Doctor João Gove Júnior

Inhambane, 2024.

Declaração

Declaro que este trabalho de fim do curso é resultado da minha investigação pessoal, que todas as fontes estão devidamente referenciadas, e que nunca foi apresentado para a obtenção de qualquer grau nesta Universidade, Escola ou em qualquer outra instituição.

Assinatura

Páscoa Messias Timula

(Páscoa Messias Timula)

Data: 10 / 12 / 2024

Páscoa Messias Timula

Proposta de implementação do Sistema *Smartfood* para a melhoria da prestação dos serviços no restaurante "Inhambane Hotel Escola".

Projecto de desenvolvimento apresentado à Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane (ESHTI), como um dos requisitos para a obtenção Grau de licenciatura no curso de Gestão Hoteleira.

Inhambane, 13 / 12 / 24

Nestor Domingo Lucia Phamane
(Grau e Nome Completo do Presidente)

Doutor José Góes Ymir
(Grau e Nome completo do supervisor)

Hestry Francisco Sordh Kane
(Grau e nome completo do oponente)

Phamane
Rúbrica

Ymir
Rúbrica

Kane
Rúbrica

Dedicatória

Este trabalho de culminação de curso é especialmente dedicado aos meus pais Messias Manuel Ussi e Joana Miguel Gemo como também para os meus irmãos que sempre me acompanharam no início, durante e agora no final do percurso académico.

Muito obrigada!

Agradecimentos

Agradeço primeiramente à Deus, pois foi graças a ele que cheguei até aqui, e sinto a todo momento a sua orientação.

À direcção da Escola Superior de Hotelaria e Turismo (ESHTI), Corpo Docente em especial ao docente Leonel Casimiro pelos seus ensinamentos e pela oportunidade que me concedeu ao participar na campanha de vacinação como coordenadora distrital organizado pela OMS, a docente Leyd Carracelo pela oportunidade de ser a sua assistente nas cadeiras de gestão financeira e contabilidade de gestão e a docente Sónia Cossa pela oportunidade de ser a sua monitora na práticas em hotelaria 1 e assistente em técnicas de produção e serviços hoteleiros.

Corpo Técnico e Administrativo por tudo que fizeram para que a minha formação fosse terminada com êxito, em especial ao meu orientador o Doutor João Gove Júnior pela paciência e empenho em tornar esse projecto melhor.

À minha família, em especial aos meus pais Messias Manuel Ussi e Joana Miguel Gemo pelo exemplo, ensino, amor, dedicação e tempo que tiveram para formar o meu carácter e sempre mostrando que devo lutar por coisas dignas para ser uma pessoa melhor. Aos meus irmãos, em especial a minha irmã Nasma Messias Timula faltam me palavras para expressar o quão importante foi o apoio dela, durante a minha formação, me motivando e estando sempre disposta a me ajudar.

Ao meu companheiro, amigo e marido Afizálio Jacinto Mapangane, por todo apoio incondicional, dedicação, atenção e sempre incentivando-me a alcançar os meus objectivos.

Aos meus colegas de turma GH-2020, por fazerem parte das boas lembranças da minha vida, em especial a Samiro, Jorge, Maila, David pela disponibilidade nas horas em que precisava de ajuda, informação ou sugestão.

À todos manifesto a minha gratidão!

Resumo

O presente projecto propõe a implementação de um Sistema *Smartfood* para melhoria da prestação dos serviços no restaurante Inhambane Hotel Escola (IHE), Com os objectivos de apresentar as funcionalidades do Sistema *Smartfood*, descrever aspectos necessários para a implementação do Sistema, sugerir acções de melhoria para o restaurante apresentando o sistema de gestão de pedidos *Smartfood* e apresentar um plano de formação do mesmo sistema. A metodologia de investigação utilizada quanto ao objecto de estudo foi estudo de caso, que incide sobre o tempo de espera na prestação de serviço no IHE, quanto objectivos da pesquisa foi a investigação descritiva permitiu descrever a realidade dos clientes, entre outros. Quando a sua natureza foi a investigação qualitativa, para além dessas pesquisas, o projecto teve como suporte a pesquisa bibliográfica e documental. Os dados foram colectados por meio de um guião de entrevista e por uma amostragem probabilística aleatória simples, com um tamanho de amostra de 65 clientes e 4 funcionários. No intuito de flexibilizar o atendimento, o *Smartfood* propõe um gerenciamento de pedidos dinâmico, realizado por meio de quaisquer dispositivos móveis. Espera-se que nesse Sistema, o cliente tenha acesso a um cardápio digital, a partir do qual pode realizar seus pedidos directo da mesa, rápido e eficiente na visualização, na escolha e acompanhamento dos pedidos, o cliente tem a possibilidade de seleccionar as quantidades do seu pedido, com seus respectivos preços e o total de compra, o aumento do número de clientes, será um dos indicadores chaves de sucesso do projecto, com impacto no aumento de satisfação dos clientes através da melhoria da qualidade dos serviços de atendimento. Este Sistema funciona como uma ferramenta para melhorar a gestão dos pedidos em restaurantes, bares, facilitando a comunicação com os clientes, promovendo a agilidade no processo de pedidos e cultivando uma cultura de inovação, representando uma abordagem para solucionar esse problema, visando garantir a satisfação e a fidelização dos clientes. Com a implementação, o restaurante poderá melhorar as operações do estabelecimento na questão dos pedidos, agilidade e mais rapidez na entrega dos pedidos, canais de comunicação, variando nas formas de pagamento como também no atendimento ao cliente.

Palavras-chave: Restaurante; *Smartfood*; Gestão de Pedidos; Prestação dos Serviços.

Lista de abreviaturas e siglas

PD- Projecto de Desenvolvimento

TIC- Tecnologia de Informação e Comunicação

IHE- Inhambane Hotel Escola

ESHTI- Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

TI- Tecnologia de Informação

Lista de figuras

Conteúdo	Pág.
Figura 1: Tipos de restaurante conforme o formato.....	13
Figura 2: tipos de serviços em estabelecimentos que servem alimentos e bebidas.....	18
Figura 3: Diagrama de casos de uso.....	23
Figura 4 e 5: tela de carregamento e Menu de tela inicial.....	24
Figura 6 e 7: cardápio digital e lista de itens.....	25
Figura 8 e 9: Quantidade e Revisar comanda.....	25
Figura 10 e 11: Comanda e pagamento.....	26
Figura 12: Menu lateral.....	26
Figura 13 e 14: Verificar pedido e detalhes do pedido.....	27
Figura 15: Chamar o empregado de mesa.....	27
Figura 16 e 17: Tela de login e Menu de gerenciamento.....	28
Figura 18: Lista de categorias.....	29
Figura 19: Lista de produtos.....	29
Figura 20: Lista de chamadas.....	30
Figura 21: Lista de pedidos.....	30
Figura 22: Cadastro de usuários.....	31
Figura 23: Organograma do IHE.....	33

Lista de tabelas

Conteúdo	Pág.
Orçamento.....	42

Lista de quadros

Conteúdo	Pág.
Quadro 1: Comparação das funcionalidades de <i>Smartfood</i>	22
Quadro 2: Descrição de métodos e técnicas do plano de formação.....	37
Quadro 3: Plano de formação para pessoal da recepção no IHE.....	38
Quadro 4: Cronograma das actividades.....	41

ÍNDICE

<i>Folha de rosto</i>	<i>i</i>
<i>Declaração</i>	<i>ii</i>
<i>folha de avaliacao</i>	<i>iii</i>
<i>Dedicatória</i>	<i>iv</i>
<i>Agradecimentos</i>	<i>v</i>
<i>Resumo</i>	<i>vi</i>
<i>Lista de abreviaturas e siglas</i>	<i>vii</i>
<i>Lista de figuras</i>	<i>viii</i>
<i>Lista de tabelas</i>	<i>ix</i>
<i>Lista de quadros</i>	<i>x</i>
<i>Índice</i>	<i>xi</i>
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Enquadramento	1
1.2. Problema	2
1.3. Justificativa	3
1.4. Objectivos	5
1.4.1. Objectivo geral:	5
1.4.2. Objectivos específicos:	5
1.5. Metodologia	5
1.5.1. Definição da amostra	6
1.5.2. Técnicas de colecta de dados	7
1.5.3. Técnicas de análise de dados	8
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	10
2.1. Restaurante	10
2.1.1. Tipos de restaurantes	10
2.2. Gestão de Pedidos em Restaurantes	18
2.3. Sistema de Informação e Comunicação	20
2.3.1. Sistemas de Gerenciamento de Pedidos para Restaurantes	21
2.4. Diagrama do Sistema Smartfood	22
2.5. Funcionalidade de Sistema Smartfood	24
3. DESENVOLVIMENTO DO PROJECTO	32
3.1 Apresentação do local de estudo	32

3.2.	Estudo Técnico do Problema	33
3.3.	Procedimentos/Ações Concretas para Resolução do Problema	35
3.4.	Resultados esperados	39
3.5	Cronograma de actividade	40
3.6.	Orçamento.....	41
4.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43
	Apêndices	45
	ANEXOS	50

1. INTRODUÇÃO

1.1. Enquadramento

Hoje em dia para que os restaurantes possam competir em um cenário global com crescimento sustentável, é necessário cada vez mais conhecimento em administração, para tomar decisões em termos de estratégia, tecnologia, fusões e aquisições, entre outras importantes questões, o que impulsiona a demanda por conhecimento e aperfeiçoamento, no uso das ferramentas de gestão. (Rigby 2005).

O uso de um sistema de informação se apresenta como solução, visto que, conforme Rossett e Morales (2007, p. 124), "a tecnologia de informação (TI) que é gerada e explicitada devido ao conhecimento das pessoas tem sido ao longo do tempo, cada vez mais intensamente empregada como instrumento para os mais diversos fins".

Posto isto, a utilização de um sistema de gestão de pedidos *Smartfood*, no qual o cliente poderá visualizar o menú, realizar a compra directo da sua mesa e efectuar o fechamento da compra sem a necessidade de um empregado de mesa, poderá contribuir para evitar os problemas como atraso no atendimento ao cliente, pedidos anotados incorrectamente, demora no fechamento de contas e entre outras ocorrências, ocasionados pelo sistema de pedidos em papel.

Com a implementação do presente projecto torna-se pertinente uma vez que vai auxiliar na automatização dos pedidos de restaurantes para maior praticidade e qualidade do serviço, o cliente poderá visualizar o menú, com este sistema não existe a necessidade de reimpressão de todos os cardápios sempre que houver alguma mudança, o mesmo se actualiza automaticamente de acordo com elas. O cliente do estabelecimento pode atender a si mesmo, deixando os empregados de mesa com mais tempo livre, neste caso, os empregados de mesa podem ser alocados para outras actividades, precisando apenas levar os pedidos até a mesa como também o restaurante não terá a necessidade de contratar novos colaboradores.

Este Projecto de Desenvolvimento (PD) enquadra-se no âmbito do trabalho de fim do curso que constitui requisito para a obtenção do título de licenciatura em Gestão Hoteleira na Escola Superior de Hoteleira e Turismo de Inhambane (ESHTI). O mesmo surge como resultado de experiência vivenciada pela proponente durante a visita ao local para consumir os serviços oferecidos.

A realização deste trabalho, cingiu-se nas pesquisas bibliográficas e documentais que consistiram no levantamento de material bibliográfico em forma de livros, artigos científicos. A pesquisa foi auxiliada pela entrevista para a recolha de dados.

O trabalho encontra-se estruturado em 3 grandes capítulos, nomeadamente: primeiro capítulo, referente a parte introdutória, onde são apresentados aspectos de contextualização da temática e também se indica o problema levantado, justificativa onde indicam-se os motivos e a importância do tema proposto, objectivos que norteiam o trabalho e a metodologia usada para realização do projecto. Segundo capítulo, destaca-se a revisão bibliográfica onde faz-se abordagem literária de alguns autores em torno do tema em estudo. O terceiro capítulo, composto pelo desenvolvimento do projecto, onde se faz a localização geográfica da área do estudo, estudo teórico do problema, acções concretas para resolução do problema, resultados esperados, cronograma e orçamento.

1.2. Problema

Em um mercado competitivo existente na cidade de Inhambane, para que as empresas possam competir entre si em um cenário global com crescimento sustentável, é necessário cada vez mais conhecimento em administração, notam-se alguns problemas, como atraso no atendimento ao cliente, pedidos anotados incorrectamente, demora no fechamento de contas e entre outras ocorrências, ocasionados pelo sistema de pedidos em papel.

Estes problemas podem contribuir para o descontentamento do cliente e consequentemente, não fidelização e até mesmo, a perda destes, o que não é bom para o empreendedor e seu estabelecimento. Desta forma, foi desenvolvido um Sistema *Smartfood* para auxiliar no controlo dos serviços do restaurante, especificamente na parte de pedidos e controlo de mesas com intuito de agilizar, organizar e diminuir a chance de erro, tanto de pedidos, quanto em valores cobrados.

De acordo com Costa (2015, p. 30) "a fidelização dos clientes pode ser vital para que empresas consigam estabilidade financeira a médio e longo prazo. As organizações que pretendem manter os seus clientes devem satisfazer as suas necessidades e conhecer os atributos que os mesmos mais valorizam nos serviços".

As TIC são importantes para o crescimento de um estabelecimento, o restaurante do Inhambane Hotel Escola não dispõe de um sistema de gerenciamento de pedidos. A falta do mesmo afecta negativamente a gestão dos serviços no restaurante, sendo o Inhambane Hotel Escola um estabelecimento especializado em prestação de serviços de alojamento e restauração, a implementação do Sistema *Smartfood* torna-se necessário para o controlo de pedidos, atendimento ao cliente, variedade de formas de pagamento, treinamento e reciclagem da mão-de-obra, eficientes, agilidade e mais rapidez na entrega dos pedidos, contribuindo para a

melhoria da prestação dos serviços e, conseqüentemente, na satisfação e fidelização dos clientes.

De acordo com Costa (2015, p. 30), trata-se de entender como uma oportunidade é uma vantagem competitiva, o que requer:

– "Uma mudança da cultura da empresa que assegure a integração da mesma dos princípios da qualidade, planificação estratégica e fixação de objectivos, considerar a qualidade não como uma questão isolada, mas antes como uma responsabilidade de todos os que integram a empresa, reconhecer que a qualidade deve ser gerida e não apenas controlada. Enfoque não só no cliente externo, mas também nos trabalhadores da empresa, entendidos como clientes internos, esforço permanente de melhorar, na busca contínua da excelência e do zero de defeitos".

O tradicional papel para anotar os pedidos, torna-se desgastante em dias de muito movimento gerando diversos problemas, pedidos anotados errados, com rasuras ou ilegíveis, dificultando a leitura pelos cozinheiros, deslocando excessivamente os garçons entre o cliente e a cozinha, o atendimento muito demorado, o produto recebido diferente do que foi pedido são alguns problemas que ocorrem no cotidiano destes estabelecimentos, muitas vezes causando ineficiência no atendimento e insatisfação do cliente.

Assim sendo, para o presente projecto surge a seguinte questão de partida: **Como a implementação do Sistema *Smartfood* pode contribuir para a melhoria da prestação de serviços no restaurante "Inhambane Hotel Escola"?**

1.3. Justificativa

Cada vez mais é fundamental a importância da utilização de novas tecnologias na busca pela optimização do atendimento ao cliente visto que os estabelecimentos que não incluem em seus processos ferramentas informatizadas, encontram dificuldade para enfrentar a concorrência no mercado, essa exigência torna-se forçada em certos sectores da economia, no qual o atendimento ao cliente é de vital importância, como no sector alimentício.

Segundo Rossetti e Morales (2007, p. 130) "a tecnologia tem evoluído com tamanha agilidade e aprimoramento, que nos faz reflectir sobre o quanto precisamos estar actualizados para podermos acompanhar e viabilizar sistemas que possam proporcionar melhor qualidade de vida para as pessoas". Para Rossetti e Morales (2007, p. 132), "na actualidade, uma das coisas mais importantes nas nossas vidas é o tempo. O grande crescimento no sector alimentício, percebe-se a necessidade de melhorar o atendimento ao consumidor, novas técnicas surgem a todo o

tempo, o uso dos dispositivos móveis com eles é possível proporcionar um atendimento com maior capacidade de abrangência e rapidez".

Nos restaurantes, na maioria dos casos, ainda utilizam o tradicional formulário em papel para anotar os pedidos. Este método muitas vezes se mostra ineficiente em dias de muito movimento gerando diversos problemas, pedidos anotados errados, com rasuras ou ilegíveis, dificultando a leitura pelos cozinheiros, deslocando excessivamente os empregados de mesa entre o cliente e a cozinha, o atendimento demorado são alguns problemas que ocorrem no quotidiano destes estabelecimentos, muitas vezes causando ineficiência no atendimento e insatisfação do cliente. Analisando este cenário, o presente projecto apresenta um Sistema *Smartfood* que automatiza os pedidos de restaurantes para maior praticidade e qualidade do serviço, a utilização deste sistema de gerenciamento de pedidos, no qual o cliente poderá visualizar o menú realizar a compra directo de sua mesa e efectuar o fecho da conta sem a necessidade de um empregado de mesa poderá contribuir para evitar os problemas mencionados com a consequente redução da espera no atendimento.

Com este sistema não existe a necessidade de reimpressão de todos os cardápios sempre que houver alguma mudança, o mesmo se actualiza automaticamente de acordo com elas. O cliente do estabelecimento pode atender a si mesmo, deixando os empregados de mesa com mais tempo livre, neste caso, eles podem ser alocados para outras actividades, precisando apenas levar os pedidos até a mesa.

Relevância económica do presente projecto, com a implementação do sistema o restaurante não terá a necessidade de contratar novos colaboradores e não poderá imprimir os menú físicos diminuindo assim os custos para obtenção dos mesmos, também irá diminuir o desperdício de alimentos evitando com que o estabelecimento tenha perdas.

Para o sector de restauração espera-se que o estudo possa auxiliar aos responsáveis na gestão de pedidos no estabelecimento na tomada de decisão sobre aplicação das funcionalidades do sistema com menor risco de erro possível.

A nível social espera-se que o projecto traga um ambiente de compatibilidade entre a sociedade e o estabelecimento através da garantia do cumprimento das obrigações de ambas partes por meio da confiança mútua depositada entre elas, como também o estabelecimento poderá empregar entregadores ao domicílio locais como forma de reduzir o desemprego.

1.4. Objectivos

1.4.1. Objectivo geral:

- Propor a implementação do Sistema *Smartfood* para melhoria da prestação dos serviços no restaurante “Inhambane Hotel Escola”.

1.4.2. Objectivos específicos:

- Apresentar as funcionalidades do Sistema *Smartfood*;
- Descrever aspectos necessários para a implementação do Sistema *Smartfood*;
- Sugerir acções de melhoria para o restaurante apresentando o sistema de gestão de pedidos *Smartfood*;
- Apresentar um plano de formação do Sistema *Smartfood*.

1.5. Metodologia

Segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 221), "metodologia é uma série de regras com a finalidade de resolver determinado problema ou explicar um facto por meio de hipóteses ou teorias que devem ser testadas experimentalmente e podem ser comprovadas ou refutadas". A metodologia corresponde a um conjunto de procedimentos a serem utilizados na obtenção do conhecimento. De acordo com o exposto acima, o presente projecto classifica-se por:

- Quanto à natureza da pesquisa

Investigação qualitativa. Segundo Triviños (1987), o cunho qualitativo trabalha os dados buscando seu significado, tendo como base a percepção do fenómeno dentro do contexto, captar não só a aparência do fenómeno como também suas essências, procurando explicar sua origem, relações e mudanças, e tentando intuir as consequências. A pesquisa qualitativa envolve cinco características básicas que configuram este tipo de estudo: ambiente natural, dados descritivos, preocupação com o processo, preocupação com o significado e processo de análise indutivo.

Esta pesquisa permite com que o pesquisador tenha um contacto directo e prolongado com o ambiente e a situação que está sendo investigada, por meio de trabalho intensivo de campo.

- Quanto aos objectivos da pesquisa

Investigação descritiva. Segundo Gil (1999, p. 86), “as pesquisas descritivas têm como finalidade principal a descrição das características de determinada população ou fenómeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis, permitindo abranger com exactidão

as características de um indivíduo, uma situação ou um grupo, bem como desvendar a relação entre os eventos".

Permite a autora a saber exactamente o que pretende com a pesquisa, quem, o que deseja medir, quando e onde o fará e por que deverá fazê-lo. Descrever a realidade vivida pelos clientes do restaurante, dos aspectos que levam o restaurante a não adopção do sistema de gerenciamento de pedidos, a qualidade dos serviços prestados pelo mesmo, descrever as razões pelas quais os clientes não ficam satisfeitos e não fidelizam com o hotel.

➤ Quanto à escolha do objecto de estudo

Estudo de caso. De acordo com Yin (2001, p. 33-34), "a investigação de estudo de casos enfrenta uma situação tecnicamente única em que haverá muito mais variáveis de interesse do que pontos de dados e como resultado, baseia-se em várias fontes de evidências, com os dados precisando convergir em um formato de triângulo e, como outro resultado, beneficiasse do desenvolvimento prévio de proposições técnicas para conduzir a colecta e a análise de dados".

1.5.1. Definição da amostra

A amostra do projecto será a amostragem não probabilística por acessibilidade. Segundo Mattar (2001), amostragem não probabilística confia no julgamento pessoal do pesquisador e não na chance de seleccionar os elementos amostragem, ela podem oferecer boas estimativas das características da população mas não permite uma avaliação objectiva da precisão dos resultados da amostragem.

O tamanho da amostra neste estudo, foi obtido em conformidade com preceituado por Gerhardt e Silveira (2009) que as pesquisas qualitativas permite maior liberdade na composição dos sujeitos da pesquisa a serem em escolhidos. E para Gil (2008), ao declarar que diante de uma lista dos elementos da população pode se seleccionar 10% para constituir a amostra.

O número de colaboradores que lidam directamente com os clientes é 12, dos quais foram entrevistados 4. O número de clientes que o restaurante recebe em média por semana em 120 clientes, dos quais foram entrevistados 65 clientes em período e dias diferentes (de Maio a Junho, das 12h às 13h), para garantir a representatividade da população. O critério usado para obtenção das amostras foi a acessibilidade.

1.5.2. Técnicas de colecta de dados

As técnicas de colecta de dados são um conjunto de regras ou processos utilizados por uma ciência, ou seja, corresponde à parte prática da colecta de dados, durante a colecta de dados, existem diferentes técnicas que podem ser empregadas, sendo mais utilizados: a entrevista, o questionário, a observação e a pesquisa documental (LAKATOS & MARCONI, 2001).

Observação. Segundo Cervo e Bervian (2002, p. 27), "observar é aplicar atentamente os sentidos físicos a um amplo objecto, para dele adquirir um conhecimento claro e preciso, com a observação pode se conseguir informações sob determinados aspectos da realidade ajudando o observador a identificar e obter provas a respeito de objectivos sobre os quais os indivíduos não tem consciência, mas que orienta o seu comportamento"

Observação directa- consistiu na observação da prestação dos serviços que decorrem no restaurante IHE, que originou o diagnóstico sobre a necessidade de implementação do Sistema *Smartfood* durante a visita ao local para consumir os serviços oferecidos no estabelecimento com o guião de observação (vide apêndice B).

Entrevista. Segundo Gil (1999), esta técnica de colecta de dados é bastante adequada para a obtenção de informações acerca do que as pessoas sabem, crêem, esperam e desejam, assim como suas razões para cada resposta. Através do contacto directo com os clientes e funcionários da unidade Hoteleira possibilitará obter informações relevantes como a sua experiência, saber dos clientes como são prestados os serviços, qual é o nível de satisfação atingido, como são feitos os serviços, qual é o nível de comunicação entre o cliente e funcionário, o tempo de espera.

Aplicou-se um guião de entrevista (Vide Apêndice "A"), a fim de obter informações junto aos responsáveis, colaboradores e clientes do estabelecimento para analisar a necessidade da implementação do Sistema *Smartfood*.

Pesquisa Bibliográfica. De acordo com Gil (2002) é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos, embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho dessa natureza. Permite a colecta de conceitos fundamentais sobre tema em investigação, tipos de serviços, restaurantes, gestão de pedidos, funcionalidades do sistema.

1.5.3. Técnicas de análise de dados

A análise dos dados é uma das fases mais importantes da pesquisa, pois a partir dela, é que serão apresentados os resultados e a conclusão da pesquisa, conclusão essa que poderá ser final ou apenas parcial, deixando margem para pesquisas posteriores (MARCONI & LAKATOS, 1996).

Análise de conteúdo (Entrevistas)- Constitui uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos. Esta análise, conduzindo a descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum (BARDIN, 1977). A seguir é apresentada a descrição das principais características das etapas do método de análise de conteúdo (pré-análise, análise e interpretação).

1. **Pré-análise** - esta primeira fase possui duas missões: a escolha dos documentos e a preparação do material. Escolha dos documentos, nessa fase a pesquisadora fez a leitura de todos os materiais da entrevista a analisar para definir quais deles, efectivamente estão de acordo com os objectivos da pesquisa.

Preparação do material nesta fase o material reunido foi preparado, as entrevistas gravadas foram transcritas no guião de entrevista, de forma a facilitar o trabalho da pesquisadora, o pacote usado é o *Microsoft Officeword*

2. **Análise do material** – foi o momento de tratar o material colectado na fase anterior, transformando-o em dados passíveis de serem analisados, através de operações de codificação. O processo de codificação implicou no estabelecimento de um código que possibilitou a identificação rápida de cada elemento da amostra recortada para a pesquisa, constituído de números de forma a representar a codificação.

Unidade de registo ou unidade de análise: conforme o material de pesquisa, a unidade foi o cliente, analisado para estudar as motivações das opiniões, de atitudes, valores, as entrevistas entre outros são frequentemente analisados tendo em conta o tema como base.

Categorização foi o procedimento de classificação e agrupamento de dados considerando a parte comum existentes entre eles, consistindo no agrupamento de respostas semelhantes que tem a ver com o objectivo de projecto em codificação.

3. Tratamento dos resultados obtidos e interpretação

O atendimento ao público: os clientes locais e turistas identificam a necessidade de melhoria dos serviços no estabelecimento de restauração, podendo ter melhor qualidade no atendimento, garantindo a satisfação de todos os envolvidos tanto clientes quanto os profissionais que trabalham no restaurante. Os empregados de mesa quanto o chefe de sala devem passar os formações de atendimento, cortesia, cordialidade entre outros aspectos apresentados pelos entrevistados.

Demora na entrega dos pedidos: os clientes afirmam que o factor Humano pode ser constantemente aperfeiçoado, refletindo na qualidade do atendimento, capacitar, treinar e reciclar a mão-de-obra qualificada pode ser uma das mudanças para a melhoria da prestação de serviço. Tornam-os mais flexíveis nos serviços e podem ajudar em dias de muito movimento.

Considerações éticas da pesquisa

A ética na pesquisa considerou vários aspectos como: a autoria devida, ausência de conflitos de interesse que possam comprometer os resultados, honestidade e integridade na manipulação dos dados e resultados, manutenção de um bom registo de todas as actividades de pesquisa, não discriminação na seleção dos indivíduos e não exposição dos indivíduos a riscos desnecessários.

Esta pesquisa está fundamentada nos princípios éticos, com base na revolução nº 466 de 12 de dezembro de 2012, o qual incorpora só a ótica do indivíduo e das colectividades, visando assegurar os direitos e deveres que dizem respeito à comunidade científica, aos sujeitos da pesquisa e ao estado.

Os dados colectados durante a pesquisa são de uso exclusivo próprio e não serão usados para fins diferentes desse, para a comunidade na qual está inserida e para a sociedade, possibilitando a promoção da qualidade de digna de vida.

Este estudo será realizado de acordo com as resoluções nº. 466/2012 e 510/2016 do conselho nacional de saúde. Todos os participantes foram informados sobre os objetivos e procedimentos adoptados na pesquisa, garantia de anonimato e sigilo das informações, bem como de carácter voluntário da pesquisa. A identidade dos participantes será mantida em sigilo e os resultados advindos da pesquisa serão apenas divulgados na forma de projecto de desenvolvimento.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Todo o restaurante representa um conceito e projecta uma impressão ou uma imagem própria. A imagem atrai um certo mercado crianças, casais, pessoas que celebram ocasiões especiais, pessoas procurando algo formal ou casual. O conceito deve adequar-se ao local e alcançar seu público-alvo. Compreende a forma como os clientes olham para o restaurante desde as relações públicas, a propaganda, as promoções e a própria administração. (Walker e Lundberg, 2003).

2.1. Restaurante

Segundo Maússe (2007, p. 39) "o restaurante pode ser definido como estabelecimento onde se servem refeições e bebidas ao público, podendo fazer parte ou não de um hotel. Para o bom funcionamento de um restaurante, existem factores que contribuem para o seu sucesso como: a localização do restaurante, o clima vivido dentro da sala de refeições, a cor da decoração, o layout e o mobiliário, apresentação das emendas e níveis de serviços".

Segundo Venturi (2010, p. 23) "restaurante é aquele estabelecimento que oferece ao público, em troca de pagamento, uma série de opções gastronómicas para serem consumidas no local".

Deste modo entende-se como restaurante todo estabelecimento que oferecem serviços de refeições e bebidas com várias opções de escolha ao público em troca de pagamento, podendo fazer parte de um hotel assim como não. O Sistema *Smartfood* para o restaurante é o mais adequado, uma vez que, esse sistema oferece diversas formas de atendimento ao cliente, tornando o serviço muito mais flexível e dinâmico.

Um Sistema *Smartfood* para restaurante é essencial no cenário actual, onde cada mínima vantagem competitiva conta na tentativa de se destacar no mercado, reduzir custos e realizar acções efectivas de engajamento com o cliente. Com este sistema o restaurante pode ter todas informações centralizadas do seu negócio, desde o estoque, passando pelo relacionamento com os clientes, até a gestão dos recebíveis.

2.1.1. Tipos de restaurantes

Segundo Walker e Lundberg (2003, p. 68), "desde os tempos passados até a actualidade houve um conjunto significativo de mudanças que originaram os diferentes Estabelecimentos de Restauração e Bebidas (ERB). Restaurante tradicional são restaurantes em que o menú não se actualiza, tem o objectivo de manter uma tradição no local ou na cidade, utiliza mão-de-obra

não especializada". De acordo com Venturi (2010, p. 89), "restaurante tradicional é o restaurante mais comum que se pode encontrar, fazendo-se presente em todo lugar. O menú oferecido é normalmente extenso, com preparação tradicional e aceitação geral, servindo um público bastante simples, tanto em relação aos hábitos alimentares quanto ao preço".

Deste modo conclui-se que o restaurante tradicional é restaurante comum, simples com menu que não é actualizado para manter a tradição no local, com uma preparação tradicional simples. O Sistema *Smartfood* para o restaurante tradicional torna-se importante pois esse tipo de restaurante não precisa actualizar no sistema o menú, por conta disso o estabelecimento se agarram a algum detalhe regional para agregar qualidade a seu atendimento, que se propõe a oferecer uma experiência familiar, agradável e consistente. O sistema ajudará o restaurante na agilidade do atendimento, acesso ao acompanhamento do pedido e possibilidade de chamar um empregado de mesa e facilidade de pagamento da conta de diversas formas e *online*.

Segundo restaurante *clássic* Walker e Lundberg (2003, p. 69) "o é mais elegante e fino, sua faixa de preços difere dos demais, trabalha com preços mais altos. O cardápio apresenta pratos clássicos da gastronomia mundial não incentivando criatividade na culinária, a mão-de-obra é especializada". De acordo com Venturi (2010, p. 89), "restaurante clássico é um restaurante localizado em hotéis, e possui um cardápio com preparações reconhecidas e consagradas internacionalmente, tende a oferecer um ambiente mais decorado, de forma clássica e sóbria, com equipamentos e utensílios de alta qualidade".

Deste modo pode entender-se que o restaurante clássico é um restaurante fino, com cardápio de preparações reconhecidas, com preços mais altos, com o ambiente mais decorado e com profissionais especializados na culinária.

O Sistema *Smartfood* para o restaurante clássico é importante, pois esse restaurante aposta no requinte e na especialização para fidelizar seus clientes, com o sistema dispondo de menú digital em que os clientes possam visualizar a lista de comidas e bebidas, fazer o pedido e através do mesmo fazer o acompanhamento do pedido, deste modo fazer com o serviço fique mais flexível, como também efectuar o pagamento dos produtos seleccionados pelo cliente.

Para Venturi (2010, p. 90), "restaurante gastronómico é restaurante associado a um chefe de cozinha de renome e possui um menú com grande inventividade, apresenta ambientes decorados de maneira muito elegante e uma brigada bem treinada". E Walker e Lundberg (2003, p. 69) referem que "restaurante gastronómico é caracterizado por um grande chefe que cria

pratos personalizados, o sistema de serviços se baseia no menú de confiança aonde come-se a sugestão do chefe, que espera e confere a opinião de sua escolha".

Assim entende-se que o restaurante gastronómico é um restaurante que tem um chefe de cozinha, que cria os seus pratos de forma personalizada, o público desse restaurante tem alto poder aquisitivo.

O Sistema *Smartfood* para este tipo de restaurante pode ajudar na visualização do menú e sua actualização automática em casos de renovação de designer ou mudanças de pratos ou bebidas, podendo visualizar quais pratos estarão disponíveis para o dia e as suas quantidades, como também acompanhar o seu pedido sendo confeccionado e o tempo de espera do mesmo e pode também fazer o pagamento *online*.

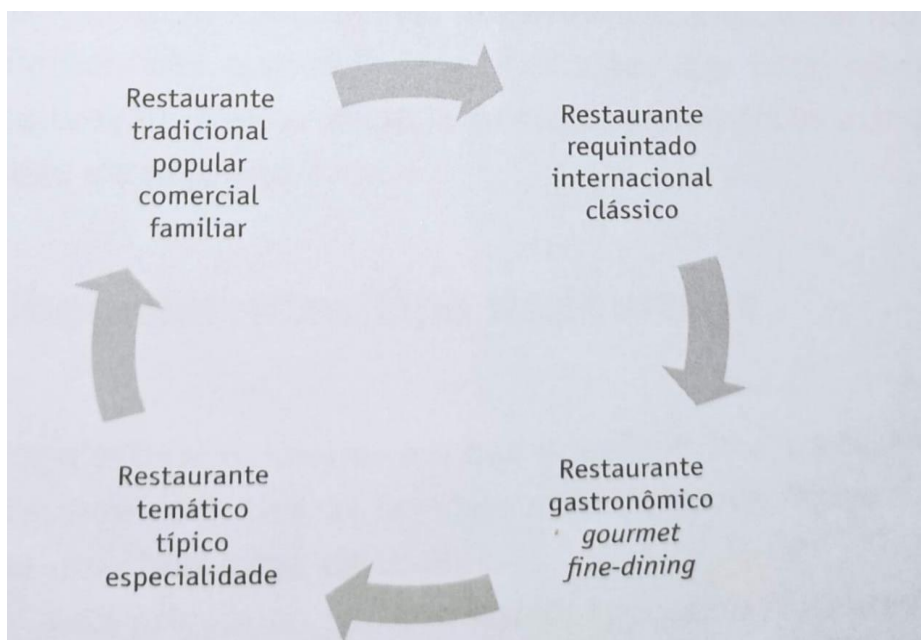
De acordo com Walker e Lundberg (2003, p. 69), "restaurante de especialidade é um restaurante não sofisticado, mas se caracteriza por utilizar alimentos ou técnicas de preparo específicas". Por sua vez Venturi (2010, p. 90), refere que "restaurante de especialidade oferece uma variedade limitada de produções ou um estilo específico de cozinha e são construídos em torno de uma ideia".

O Sistema *Smartfood* para o restaurante de especialidade que concentra sua actividade em torno de uma técnica de preparo, que define todos os pratos da sua cozinha. Com esse Sistema o restaurante poderá aumentar o número de clientes com um atendimento eficaz, através do acesso dos clientes ao menú, mesmo estando em casa, podendo actualizar o menú, acompanhar os pedidos, gerenciar os clientes entre outros.

Restaurantes sem serviço de mesa – este caracteriza-se pelo facto de as refeições serem empratados, sujeitando o consumidor a escolha directa, pré-pagamento e participação no serviço de mesa. (Walker e Lundberg, 2003).

Restaurantes com lugares no balcão – este tipo de restaurante caracteriza-se pelo facto de as refeições serem empratados e normalmente consumidas ao balcão para além das horas habituais do almoço e jantar. (Walker e Lundberg, 2003).

Figura 1: Tipos de restaurante conforme o formato.



Fonte: Venturi (2010, p. 91)

O Sistema *Smartfood* adequa-se a todos os tipos de restaurante, uma vez que o sistema oferece funcionalidades eficazes para esses estabelecimentos, desde a sua visualização de menú no *smartphone* ou *tablet*, possibilitando os clientes a escolherem os produtos com suas respectivas quantidades e empregados de mesa a visualizarem o pedido feito pelos clientes e encaminhar a cozinha para a devida produção. O IHE, enquadra-se no restaurante clássico pós este tipo de restaurante possui um cardápio com preparações reconhecidas e consagradas internacionalmente, tende a oferecer um ambiente mais decorado, de forma clássica e sóbria, com equipamentos e utensílios de alta qualidade.

Segundo Ribeiro (2011, p. 23), "os tipos de serviço definem-se pela forma como o mesmo se processa e segundo os costumes ou conveniências dos estabelecimentos. Existe o serviço de mesa redonda, *table d'hôte*, no qual se pode apresentar, segundo a categoria da casa ou opção directiva, a ementa fixa ou opções, com preço previsto, seja qual for a sua composição".

Existem também os serviços, *à la carte* que, segundo o gosto, apetite ou preço, é permitido ao cliente seleccionar a sua iguaria preferida de entre os vários pratos que dela constam.

Outros tipos de serviços:

– Serviço à inglesa directo

Segundo Ribeiro (2011, p. 23), "o empregado de mesa recolhe o serviço na cozinha, verifica se o mesmo está de acordo com o pedido, transporta-o para a sala, apresenta-o ao cliente (pelo lado esquerdo), começa a servir, após a aprovação deste, utilizando o talher de serviço – colher e garfo colocados com a mão direita e pelo lado direito".

De acordo com Maússe (2007, p. 43) "o empregado de mesa coloca o prato com a mão direita pelo lado direito do cliente, a frente deste. Apresenta a travessa ou prato redondo de serviço na palma da mão esquerda, utilizando o pano de serviço para não se queimar, pelo lado esquerdo do cliente".

Entende-se como o serviço à inglesa directo é um serviço apresentado em um prato redondo ou travessa e servido ao cliente depois da sua aprovação com a mão direita, retirado o prato depois do cliente terminar a sua refeição do lado direito.

– Serviço à inglesa indirecto

Segundo Maússe (2007, p. 44), "o empregado traz o prato redondo de serviço com a iguaria, apresenta a iguaria na palma da mão esquerda, coloca a travessa no carro de serviço, no lado esquerdo do cliente e os pratos no lado direito. A vista do cliente passa a iguaria e as guarnições para o prato utilizando uma colher de copa na mão direita e um garfo de carne na mão esquerda".

De acordo com o Ribeiro (2011, p. 24), "o empregado transporta as iguarias da cozinha para sala e depois de apresentar a travessa ao cliente, esta é colocada na mesa de apoio, ou *guéridon* de seguida pega os pratos vazios na mesa coloca os sobre a mesa de serviço e do início a realização dos serviços. Seguidamente o empregado de mesa coloca o prato a frente do cliente, pelo lado direito usando a mão direita".

O empregado transporta a iguaria e as guarnições da cozinha para sala com ajuda de *guéridon* ou carinha de mão apresenta o prato para o cliente de seguida utiliza uma colher de sopa e um garfo de carne na mão esquerda para a transferir a comida de prato de serviço para o prato principal depois servir ao cliente do direito e com a mão direita.

O Sistema *Smartfood* para o serviço a inglesa directa e indirecta auxilia, pois, este tipo de serviço facilita os cozinheiros na produção dos pedidos, possibilitando com que os empregados

de mesa na hora de servir a mesa, uma vez que o sistema conta com funcionalidades para flexibilizar os serviços no restaurante, para que os clientes não levam muito tempo a espera do seu pedido.

– Serviço à francesa

De acordo com o Ribeiro (2011, p. 25) "o empregado recolhe o serviço na cozinha verificando se tudo está em ordem e protegido pelo pano de serviço (lito), transportando a travessa a mão esquerda. A travessa com a iguaria principal é colocada ao centro da mesa e as guarnições são servidas pelos clientes, pelo lado esquerdo do cliente utilizando os talheres de serviço".

Segundo Venturi (2010, p. 159), "o cliente se serve directamente da bandeja com ajuda de talheres de serviço. É realizado o serviço pela esquerda, por onde um garçom serve a carne, e outro, a guarnição". Portanto, entende-se serviço à francesa sendo um serviço em que o garçom apresenta a iguaria e guarnições pelo lado esquerdo aos clientes e os mesmos podem servir se por se só ou com ajuda dos garçons.

O Sistema *Smartfood* para o serviço a francesa facilita a cozinha a fazer a produção do seu serviço de forma rápida, uma vez que os pedidos são encaminhados electronicamente, com as suas quantidades já especificadas auxiliando o empregado de mesa no serviço na hora de servir o cliente.

– Serviço à Americana

De acordo com Ribeiro (2011, p. 26), "é o mais fácil de todos serviços, pois as iguarias são empratadas na cozinha e vão directamente para as mesas. Este serviço é feito pelo lado direito sendo o prato colocado directamente na frente do cliente não é praticamente serviço de mesa, a não ser transporte dos pratos e a colocação pelos processos previstos".

Para Maússe (2007, p. 47), "a iguaria já vem empratado no prato de cliente e vai ser colocada a este, sendo empratado pelo cozinheiro. É de todos os métodos o mais fácil para o empregado e processo do mesmo modo que outros serviços". Deste modo pode-se concluir que o serviço à americana o empregado de mesa transporta o prato da cozinha para sala já empratado pelo cozinheiro, serve ao cliente do seu lado direito e com a mão direita.

O Sistema *Smartfood* para o serviço americano auxilia, pois, este tipo de serviço facilita o empregado de mesa a entregar o pedido feito pelo cliente de forma rápida, uma vez que o

sistema conta com funcionalidades para flexibilizar os serviços no restaurante, para que os clientes não levam muito tempo a espera do seu pedido.

– Serviço à Russa

Para o Ribeiro (2011, p. 25), “as iguarias vêm da cozinha geralmente inteiras e são apresentadas pelo chefe de turno a apreciação dos convivas, sendo colocadas sobre o *guéridon* e trinchadas, mantendo o seu formato primitivo após ser trinchada e reconstruída, é de novo levada ao cliente e serve-se à Francesa ou a Inglesa direita”.

Segundo o Maússe (2007 p.46) "as iguarias normalmente em peças grandes são apresentadas aos clientes e trinchadas colocadas novamente na travessa dando-lhes a forma inicial, e em seguida procede-se tal como serviço à francesa”.

O serviço à Russa é um serviço bastante demorado pois são apresentadas as iguarias de forma completa aos clientes e o empregado de mesa deve trinha-las e deixar as iguarias de forma inicial em frente aos clientes usando *guéridon* como apoio e levada ao cliente para servir-se.

Para o Sistema *Smartfood* o serviço à russa não é recomendado, pois esse serviço é demasiado demorado, fugindo do objectivo do sistema que é agilizar os serviços de atendimento ao cliente.

– Serviços especiais

Segundo Ribeiro (2011, p. 27), "na restauração, um serviço especial significa uma refeição servida para uma ocasião especial, numa sala destinada a este fim e, habitualmente, para um grande número de pessoas”.

– **Serviço Volante** é um serviço rápido e pouco formal, tendo como principal particularidade o facto de não existirem lugares sentados. É apresentado com apoio de mesas, mediante o número de convivas, nas quais são expostas as diversas iguarias e sobremesas. Segundo Venturi (2010, p. 155), "é um serviço servido no balcão ou em uma mesa, compondo se a *mise-en-place* na frente dos clientes. Os clientes recolhem esses utensílios de pé e são servidos pratos quentes”.

Conclui-se que o Serviço Volante é um serviço rápido e prático, sem lugares para se sentar e apresentam apenas mesas de apoio.

– **Serviço de buffet** permite ao cliente servir-se livremente e sem limite das iguarias expostas, desde entradas, saladas compostas, saladas simples até sobremesas variadas podendo ser realizadas ao domicílio ou em outro lugar. (Ribeiro, 2011). Segundo Venturi (2010, p. 156),

"serviço de buffet pode ser realizado em casa do cliente ou em outro lugar definido pelo cliente, caracterizado pela disposição dos alimentos em uma ou mesas centrais. Fica ao critério do cliente fazer a escolha do que deseja experimentar".

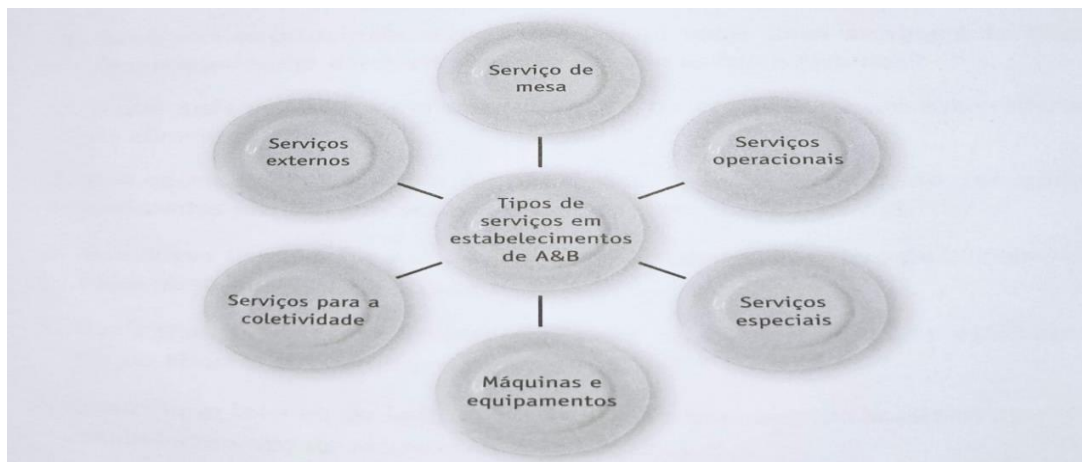
Assim, entende-se que Serviço de Buffet é um serviço em que há uma variedade de opções de refeição e bebidas, servidas em mesas que dão ao cliente a oportunidade de servir-se e escolher pessoalmente o que irá comer.

— **Serviço de banquetes** é um serviço prestado a grupos de pessoas mais ou menos numerosos, em que a refeição está previamente estabelecida e o serviço de mesa baseia-se principalmente nas técnicas do serviço à inglesa directa. (Ribeiro, 2011).

Segundo Venturi (2010, p. 156), "é um serviço usado para servir grupos ou eventos especiais, como casamento, festas de aniversários entre outros. Apresenta aos clientes os diferentes tipos de *menus* e restantes serviços existentes, de forma a ser negociada toda a composição do *menu*, preço, tipo de serviço, etc".

O Sistema *Smartfood* para os serviços especiais adequa-se, pois, são serviços rápidos, em que os clientes fazem os pedidos antecipadamente a data de consumo, dando tempo aos cozinheiros de organizar as refeições, com o sistema pode-se verificar quais pratos terão disponíveis no dia do consumo, pode fazer o pagamento, como também fazer a reserva de mesa para o respectivo dia.

Figura 2: Tipos de serviços em estabelecimentos que servem alimentos e bebidas.



Fonte: Venturi (2010, p. 163).

O tipo de serviço que melhor se adequa ao Sistema *Smartfood* é o serviço americano pois o prato confeccionado do cliente já vem empratoado, possibilitando o cliente de comer ele ainda quente, sem precisar de esperar por muito tempo enquanto o empregado de mesa serve os alimentos no prato principal.

2.2. Gestão de Pedidos em Restaurantes

Segundo Rebelato (1997, p. 35), "existem aqueles estabelecimentos que disponibilizam todos e bebidas em um buffet livre ou por peso, onde os próprios clientes servem-se do que desejam, outros disponibilizam somente os pratos no buffet e as bebidas são pedidas aos empregados de mesa que atende nas mesas, outros, em que os pratos ficam em estruturas, onde o cliente escolhe o que quer e os empregados de mesas vão servindo essas escolhas no prato, fazendo com que o cliente não tenha contacto directo com os alimentos".

A gestão de pedidos em restaurante deve ter atenção desde o planeamento até a execução dos pedidos pelos empregados de mesa. E se o restaurante também fizer entregas via *delivery*, cabe a gestão de pedidos organizar esse processo para que não se misture com os pedidos presenciais, especialmente na cozinha. Entre os principais objectivos de um a gestão de pedidos estão:

- Redução de erros nos pedidos;
- Identificar falhas e resolvê-las;
- Proporcionar agilidade no preparo e entrega dos pedidos;
- Optimizar as tarefas;
- Aumentar a qualidade dos serviços;

- Integrar cozinha e mesas;
- Melhorar a imagem do restaurante;
- Facilitar o facturamento das comandas.

Segundo Rebelato (1997, p. 35), " a gestão de pedidos é o acompanhamento contínuo de todas as etapas de compras relacionadas ao cliente, desde o planeamento, preparação, transporte e até mesmo os mínimos detalhes que tornam o processo de vendas otimizado". Um sistema de gestão de pedidos promove inúmeras vantagens ao negócio, desde o controle de estoque até a diminuição de falhas ao longo das execuções podem ser observadas nessa gestão.

A gestão de pedidos é ampla e voltada para a optimização e agilização das actividades, abaixo são apresentadas suas principais vantagens:

- Experiência com cliente – tendo em vista a grande competitividade do mercado, uma das principais vantagens da gestão de pedidos é a melhoria contínua na experiência do cliente, com um produto melhor armazenado, entrega pontual e um atendimento diferenciado, os índices de satisfação do cliente são crescentes.
- Agilidade e eficiência – com a padronização das actividades internas, é possível economizar muito mais tempo para executar processos que, sem um gerenciamento adequado, demorariam muito mais. A agilidade nos pedidos também é um ponto-chave para se destacar no mercado.
- Maior controlo dos processos - a tecnologia na gestão de pedidos também facilita a visualização dos processos e estágios de pedidos no estabelecimento. Assim, os gargalos podem ser identificados e corrigidos rapidamente, além de que a circulação de informações é mais favorecida.
- Automatização de processos – por fim, mas não menos importante, a automatização de processos irá simplesmente transformar a produtividade de sua equipe. Diversas tarefas manuais podem ser feitas automaticamente por sistemas, além de que as *chances* de que falhas humanas ocorram são drasticamente reduzidas, a interligação de diferentes áreas também melhora o resultado do pedido, já que a jornada até o cliente é uma só.

O Sistema *Smartfood* é um sistema de gestão de pedidos que permite o acompanhamento contínuo de todas as etapas de compras relacionadas ao cliente, desde o planeamento, preparação, transporte e até mesmo os mínimos detalhes que tornam o processo de vendas otimizado. Com a atenção a ter desde o planeamento até a execução dos pedidos pelos

empregados de mesa com o objectivo de redução de erros nos pedidos, identificar falhas e resolvê-las, proporcionar agilidade no preparo e entrega dos pedidos, otimizar as tarefas, aumentar a qualidade dos serviços, integrar cozinha e mesa melhorar a imagem do restaurante.

2.3.Sistema de Informação e Comunicação

Segundo Carlos (2015, p. 57), “um sistema de informação e comunicação é o resultado da utilização de computadores e de tecnologia de telecomunicações com intuito de transformar dados em informações que serão utilizadas para apoiar a decisão dos gestores”. O uso do *hardware* (componente físico), do *software* (programas de computadores) e de recursos humanos pela área da informática são os responsáveis por dar forma a esse sistema.

De acordo com Rossetti e Morales (2007), os sistemas de informação e comunicação disponibilizam as informações que permitem à organização analisar problemas e oportunidades e criar novos produtos, serviços e formas de operação que propiciem a obtenção de vantagens competitivas. Uma vantagem competitiva pode ser considerada como a razão pela qual o cliente escolhe uma determinada empresa, e não a empresa concorrente.

Deste modo, evidencia-se que as empresas estão sempre tentando melhorar a eficiência de suas operações a fim de conseguir maior lucratividade. As tecnologias e os sistemas de informação estão entre as mais importantes para atingir altos níveis de eficiência e produtividade nas operações.

Os Sistemas de Informação e Comunicação são críticos para o desenvolvimento de praticamente qualquer organização. Em um comportamento organizacional a informação é canalizada para melhor interpretação, um sistema de informação pode ser entendido como um conjunto interrelacionado de partes ou elementos que colecta, processa, armazena e distribui informações, de forma organizada e coordenada, para apoiar a tomada de decisão.

O objectivo dos Sistemas de Informação e Comunicação é entender e analisar como ocorre o impacto de adopção das tecnologias de informação nos processos de decisão. Essa informação surge da interacção que ocorre entre procedimentos, pessoas e tecnologias, que trabalham em conjunto com os sistemas de informação para alcançar as metas definidas pela empresa.

2.3.1. Sistemas de Gerenciamento de Pedidos para Restaurantes

Segundo GOMES *et al.* (2018, p. 45), "os sistemas de gestão de pedidos para restaurantes e a fins semelhantes ao *Smartfood*, foram encontrados os sistemas com maior relevância e proximidade com as características do Sistema *Smartfood*, os seguintes: o MM+, o VocêQpad e o *iFood*".

O MM+ é um menú digital compatível com a maioria dos dispositivos móveis da actualidade, como celulares *smartphones* *tablets* entre outros. O sistema só pode ser acessado de dentro do estabelecimento e oferece ao cliente acesso ao menú, a partir do qual se faz pedidos e o pagamento. Por sua vez, a gestão é feito através de um programa instalado em um computador com o sistema operacional *Windows*, no qual o estabelecimento poderá administrar produtos, promoções, dicas, propagandas próprias e de fornecedores.

O VocêQpad é uma empresa que desenvolveu um aplicativo homónimo para iOS e Android no qual o cliente pode visualizar o cardápio dos restaurantes, fazer seus pedidos e pagar a conta directo de *Smartphone*. O serviço é oferecido através de um contrato entre a empresa e um restaurante, a partir do qual é disponibilizado um *software* a ser instalado na máquina onde opera o sistema de automação. Com o menú cadastrado e os *displays* da mesa instalada, o aplicativo VocêQpad já pode ser oferecido aos clientes do restaurante que devem baixar o aplicativo nos seus *smartphones*.

No *iFood* os clientes têm acesso ao cardápio dos restaurantes cadastrados em sua localidade. A partir do sistema, os usuários realizam os pedidos e pagam a conta, o que também pode ser feito directamente com o entregador. Porém, o *iFood* é um sistema de *delivery on-line*, portanto, sua proposta diferente das demais aplicações citadas, visto que essas oferecem seus serviços apenas dentro do estabelecimento.

O *Smartfood* tem como finalidade gerenciar pedidos dinamicamente, através de uma aplicação web, sem a necessidade da instalação de aplicativos. Com isso, a aplicação pode ser acessada por qualquer *smartphone* com acesso à rede local e navegador. Através deste, o usuário poderá escolher os produtos e respectivas quantidades por meio de um cardápio digital.

Após o processo de escolha, a comanda é exibida e novos itens podem ser adicionados antes do fecho da comanda. Se o estabelecimento optar, o aplicativo oferece a opção de chamar os empregados de mesa à mesa.

Quadro 1: Comparação das funcionalidades de Smartfood com os sistemas concorrentes.

Sistemas	Menú digital	Visualização da comanda	Não requer instalação	Possibilidade de chamar o empregado de mesa	Pagamento on-line
<i>Smartfood</i>	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
<i>iFood ~</i>	Sim	Sim	Não	Não	Sim
<i>VocêQpad</i>	Sim	Sim	Não	Não	Sim
MM+	Sim	Sim	Sim	Não	Não

Fonte: GOMES *et al* (2018).

Esta comparação das funcionalidades do Sistema *Smartfood* com os outros Sistemas concorrentes observa-se que o sistema *Smartfood* contém um menú digital, pode se visualizar a comanda, não requer a instalação no *Smartphone*, podendo chamar o empregado de mesa e fazer o pagamento directamente no sistema, tornando ele apropriado para um restaurante e bar. Os outros sistemas concorrentes não são apropriados para o restaurante e bar, mas sim para lanchonete, *fast food*, quiosques entre outros.

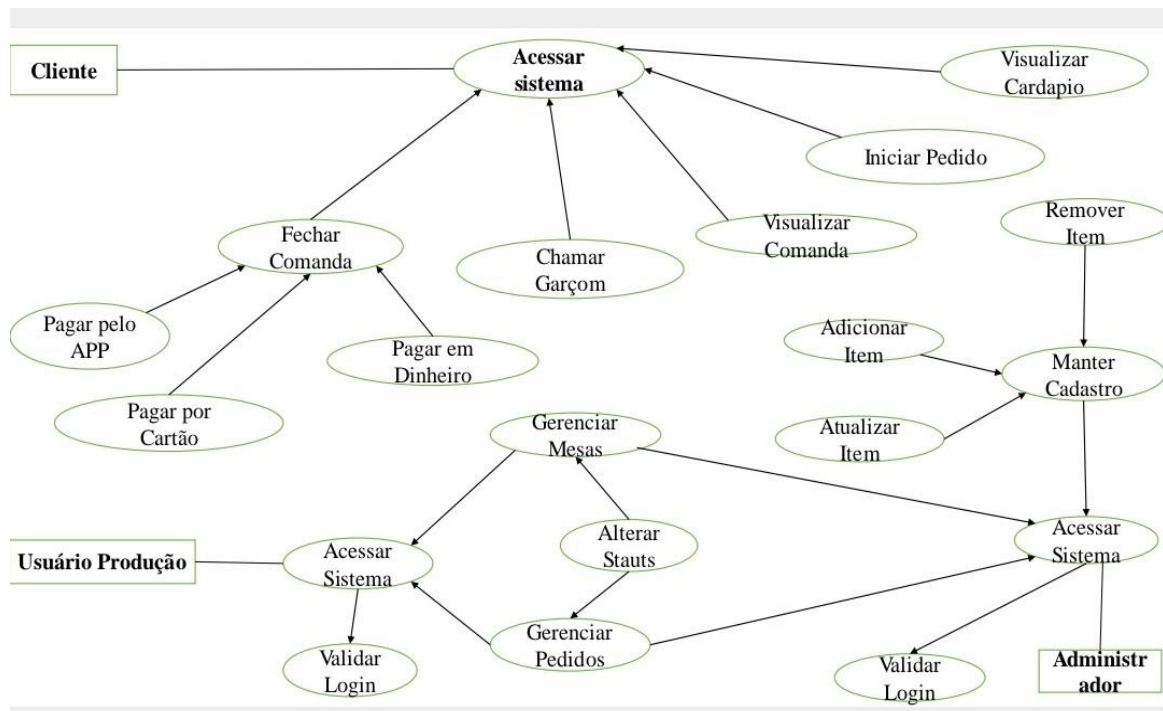
2.4. Diagrama do Sistema *Smartfood*

Segundo Ribeiro (2012), para descrever a estrutura do sistema e a base de dados do mesmo foi utilizado o Diagrama de Casos de Uso. O Diagrama de Casos de Uso descreve um cenário que mostra as funcionalidades do sistema do ponto de vista do usuário. O diagrama exposto neste projecto apresenta três actores: um cliente, um usuário administrador e um usuário produção.

O cliente poderá aceder a o sistema através de uma rede *wireless*, disponibilizada pelo estabelecimento, que o direccionará à página inicial da aplicação. Para tanto, deve se utilizar um dispositivo móvel, através do qual será possível escolher os produtos e respectivas quantidades por meio de um menú digital. Por fim, o pedido será confirmado após a verificação do pagamento, o qual poderá ser realizado, directo da aplicação por intermédio do PagSeguro ou pelo caixa através de cartão ou dinheiro.

Por sua vez, os usuários administradores e os de produção, terão acesso a um sistema de gestão, cada qual com o seu respectivo *login*. O primeiro poderá cadastrar, actualizar e remover produtos e o segundo poderá ver mesas e empregado de mesa disponíveis além de gerenciar pedidos.

Figura 3: Diagrama de casos de uso.



Fonte: GOMES *et al* (2018).

O PagSeguro é uma ferramenta de pagamento *online* que oferece soluções completas para quem precisa receber por suas vendas ou fazer pagamentos online. Empresa oferece diversas funcionalidades para enviar e receber pagamentos ou dinheiro, além de realizar outras transações financeiras. Pertencente ao grupo UOL, o PagSeguro funciona como intermediadora de pagamentos, sendo uma subadquerente isso significa que ela integra todas as partes envolvidas na compra: vendedor, bandeira de cartão, bancos emissores e consumidor.

O PagSeguro também atua como carteira digital dessa forma o cliente pode fazer pagamento via saldo em conta, transferência eletrônica ou cartão de débito. Ao fazer uma compra *online* basta selecionar PagSeguro como meio de pagamento e o site irá transferir para o ambiente da sua carteira digital, nela basta escolher como deseja pagar.

A conta digital do PagSeguro é chamada de PagBank e possui diversas funcionalidades e vantagens, como:

- Abertura e manutenção gratuito;
- Transferências bancárias via E-mola, ou M-pesa para qualquer banco;
- Empréstimo *online*;

- Pagamento de contas;
- Compras *online*;
- Recarga de celular.

Todo o processo da abertura da conta PagSeguro é feita totalmente *online* através do download do aplicativo para android ou iOS. Basta informar os dados pessoais da pessoa física ou jurídica.

2.5. Funcionalidade de Sistema *Smartfood*

Segundo GOMES *et al.* (2018, p. 50) "O sistema smartfood é composto por duas partes, uma aplicação mobile para o cliente, na qual são realizados pedidos e pagamentos, e outra responsável pela gestão de sistema".

O cliente inicialmente encontra-se com a logotipo o sistema (figura 4), em seguida, o menu inicial é exibido (figura 5), a partir do qual o usuário poderá fazer um novo pedido ou acompanhar um pedido, além de chamar o empregado de mesa

Figura 4: Tela de Carregamento



Figura 5: Menu de Tela Inicial



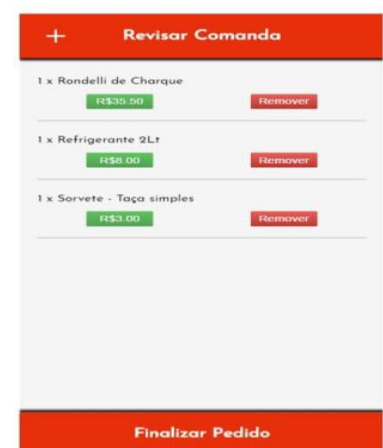
Fonte: GOMES *et al.* (2018).

Com o início de um novo pedido, o menú digital é exibido (figura 6) depois do usuário aceder o menu de tela inicial, onde aparece o cardápio em que pode seleccionar uma das opções (bebida, bebida alcoólica, massa, a sua porção e sanduiche) o cliente poderá escolher os itens que deseja a partir de uma lista, que contém os produtos e seus respectivos preços (figura 7).

Figura 6: Cardápio Digital**Figura 7:** Lista de Itens

Fonte: GOMES *et al.* (2018).

Após a escolha do produto, será apresentada uma tela para seleccionar a quantidade de itens (figura 8). Em seguida, será exibida (figura 9) uma tela que a partir do qual os produtos poderão ser revisados.

Figura 8: Quantidade**Figura 9:** Revisar Comanda

Fonte: GOMES *et al.* (2018).

Ao finalizar o pedido, a comanda é exibida com os produtos escolhidos, seus respectivos preços e o total da compra (figura 10). Ainda é possível realizar o pagamento *online*, via PagSeguro, ou pelo caixa, em cartão ou dinheiro (figura 11), o pedido é processado após o pagamento.

Figura 10 : Comanda



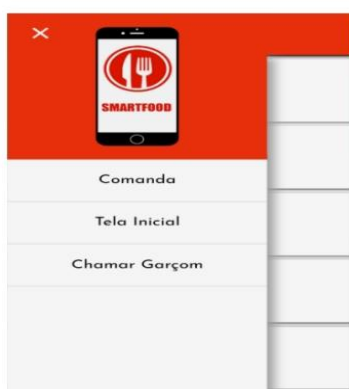
Figura 11: Pagamento



Fonte: GOMES *et al.* (2018).

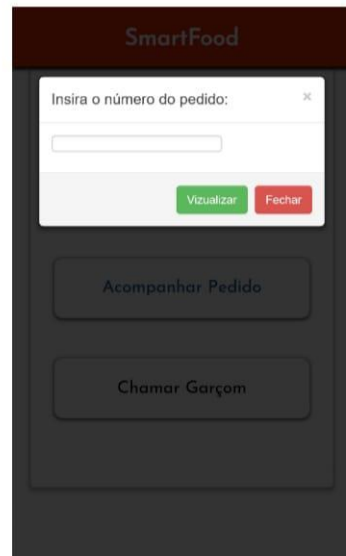
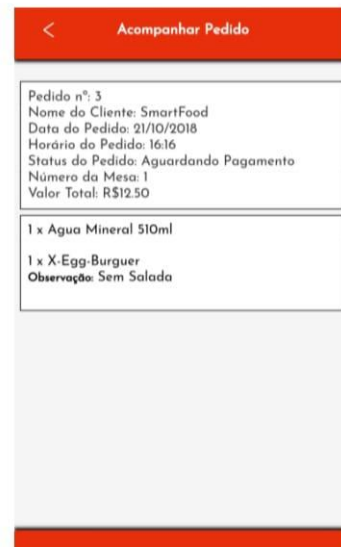
Do cardápio, através de um ícone na parte superior, é possível aceder o menú lateral (figura 12), a partir do qual o usuário pode ver a comanda, retornar tela inicial e chamar o empregado de mesa.

Figura 12: Menu Lateral



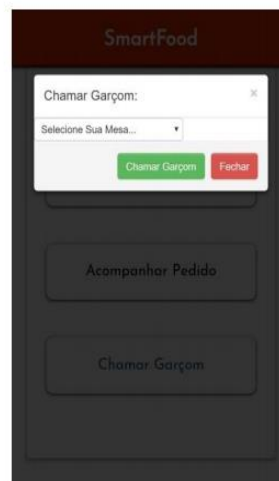
Fonte: GOMES *et al.*(2018).

Na tela inicial encontram-se as opções para acompanhar o pedido e chamar o empregado de mesa. O acompanhamento é realizado a partir de um modal (figura 13), no qual é solicitado o número do pedido, em seguida, são apresentados os detalhes do pedido informado (figura 14).

Figura 13: Verificar Pedido**Figura 14:** Detalhes do pedido

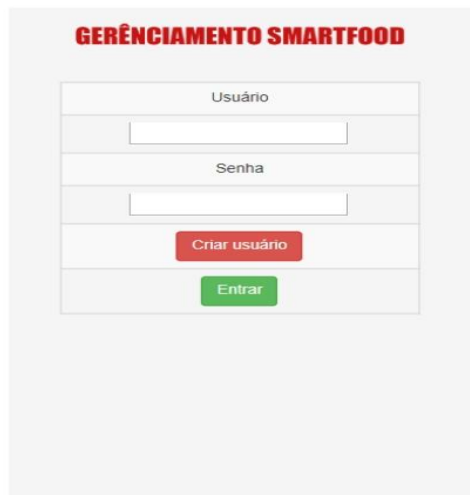
Fonte: GOMES *et al.* (2018).

Ao seleccionar a última opção (figura 15), um modal exigirá o número da mesa para que o empregado de mesa atenda o cliente.

Figura 15: chamar o empregado de mesa

Fonte: GOMES *et al.* (2018).

A partir da tela inicial da aplicação de gestão, é possível efectuar *login* e cadastrar usuários. Dentro do sistema, os usuários produção terão acesso as opções para gerenciar pedidos e mesas. Já os usuários administração, além das opções anteriores, terão acesso ao gerenciamento das categorias e produtos cadastrados no banco de dados.

Figura 16: Tela de Login


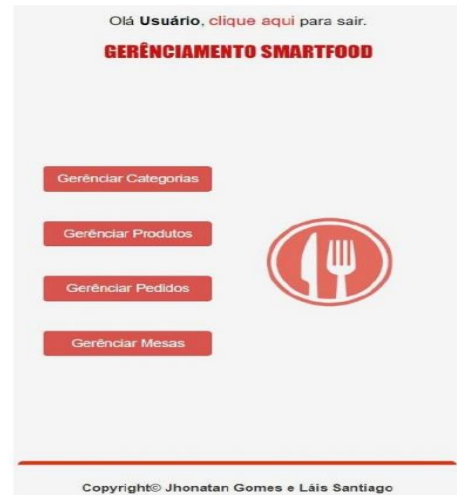
GERENCIAMENTO SMARTFOOD

Usuário

Senha

Criar usuário

Entrar

Figura 17: Menu de Gerenciamento


Olá **Usuário**, [clique aqui](#) para sair.

GERENCIAMENTO SMARTFOOD

Gerenciar Categorias

Gerenciar Produtos

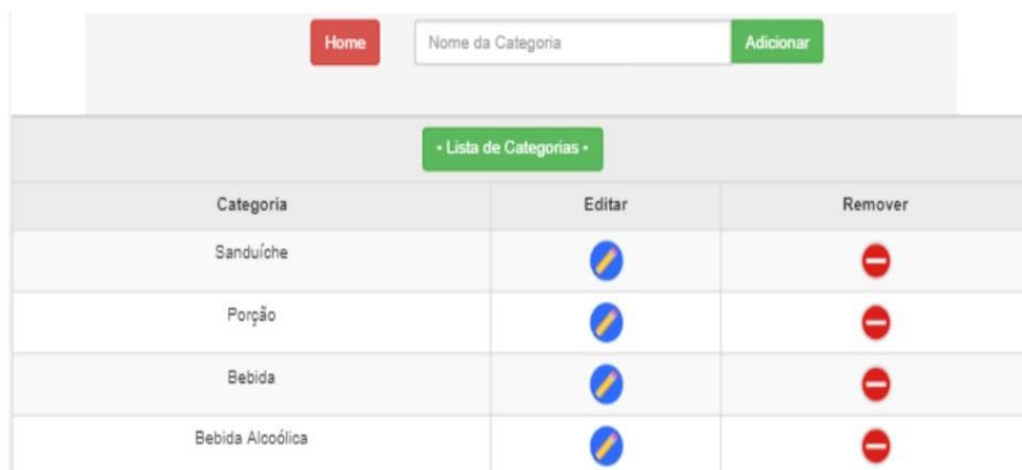
Gerenciar Pedidos

Gerenciar Mesas

Copyright© Jhonatan Gomes e Lais Santiago









Fonte: GOMES *et al.* (2018).

As tabelas de gestão de categorias (figura 18) lista de categorias contém na categoria o pedido (sanduiche, a porção, bebida sem álcool e bebida com álcool), podendo adicionar, editar ou remover qualquer produto. E produtos (figura 19), apresenta o nome do produto, a descrição dos produtos, o seu preço, a sua categoria, podendo adicionar, editar ou remover qualquer produto.

Figura 18: Lista de Categorias


Home Nome da Categoria Adicionar

• Lista de Categorias •

Categoria	Editar	Remover
Sanduiche		
Porção		
Bebida		
Bebida Alcoólica		

Fonte: GOMES *et al.* (2018).

Figura 19: lista de produtos

• Lista de Produtos • Home Inserir Novo Produto					
Mostrando 10 registros por página			Search: <input type="text"/>		
Nome	Descrição	Preço	Categoria	Editar	Remover
Cerveja Lata 350ml	Antarctica Sub Zero, Skol, Brahma e Kaiser	R\$4.00	Bebida Alcoólica		
Espagete na Chapa - PEQUENO	Macarrão, frango desfiado, bacon, vinagrete e molho especial	R\$17.50	Massa		
Frango à Passarinho	Coxinha da asa, molho rosé, farofa e parmesão	R\$20.00	Porção		

Fonte: GOMES *et al.* (2018).

Da lista de chamadas (figura 20), é possível visualizar as chamadas do empregado de mesa realizadas pelas mesas, bem como remover as solicitações e alterar seu estado. Além disso, dispõem-se informações relativas a data e hora de cada solicitação, o número de mesa e a situação do cliente se foi atendido ou se aguarda o empregado de mesa.

Figura 20: Lista de chamadas.

• Lista de Chamados • Home Atualizar Chamados					
Chamada de Garçom:					
Data	Hora	Mesa	Status		
23/10/2018	14:42:18	Mesa 4	Cliente Atendido	Alterar	
23/10/2018	14:42:28	Mesa 12	Aguardando Garçom	Alterar	

Fonte: GOMES *et al.* (2018).

A partir da lista de pedidos (Figura 21), o usuário poderá apagar os itens ou alterar seu estado, além de visualizar as informações relativas a cada solicitação, contendo a data do pedido, a hora

em que foi feito, o nome do cliente que fez o pedido, o total da conta, o número de mesa, podendo visualizar também o pedido se esta em andamento ou não, ver seu estado se foi pago ou ainda em processo de pagamento, podendo apagar o pedido como também actualizar.

Figura 21: Lista de Pedidos



ID	Data	Hora	Cliente	Total	Mesa	Ver Pedido	Status	Deletar Pedido
1	23/10/2018	12:57:33	lais	R\$43.00	14	Detalhes	Aguardando Pagamento	Alterar
2	23/10/2018	13:01:41	Matheus	R\$30.90	7	Detalhes	Pedido Pago	Alterar
3	23/10/2018	13:02:27	André	R\$38.50	5	Detalhes	Pedido Entregue	Alterar

Fonte: GOMES *et al.* (2018).

Da tela de *login*, é possível aceder uma opção para cadastrar usuários, podendo criar um novo usuário, iniciando com o correio electrónico do usuário, a senha e o nome da mesma (figura22).

Figura 22: Cadastro de Usuários



The image shows a web form titled "Criar Novo Usuário". Below the title, there is a line of text: "Para editar, apenas digite o nome de usuário que deseja editar." followed by a blue hyperlink "Clique aqui para testar:". The form itself consists of three input fields stacked vertically, each with a label above it: "Usuário", "Senha", and "Nome:". At the bottom of the form is a green button with the text "Cadastrar".

Criar Novo Usuário

Para editar, apenas digite o nome de usuário que deseja editar.
[Clique aqui para testar.](#)

Usuário

Senha

Nome:

Cadastrar

Fonte: GOMES *et al.* (2018).

3. DESENVOLVIMENTO DO PROJECTO

1.1.1. 3.1 Apresentação do local de estudo

Inhambane Hotel Escola

Email: Ino@inhambanehe.com e inhambanehotele.scola@gmail.com

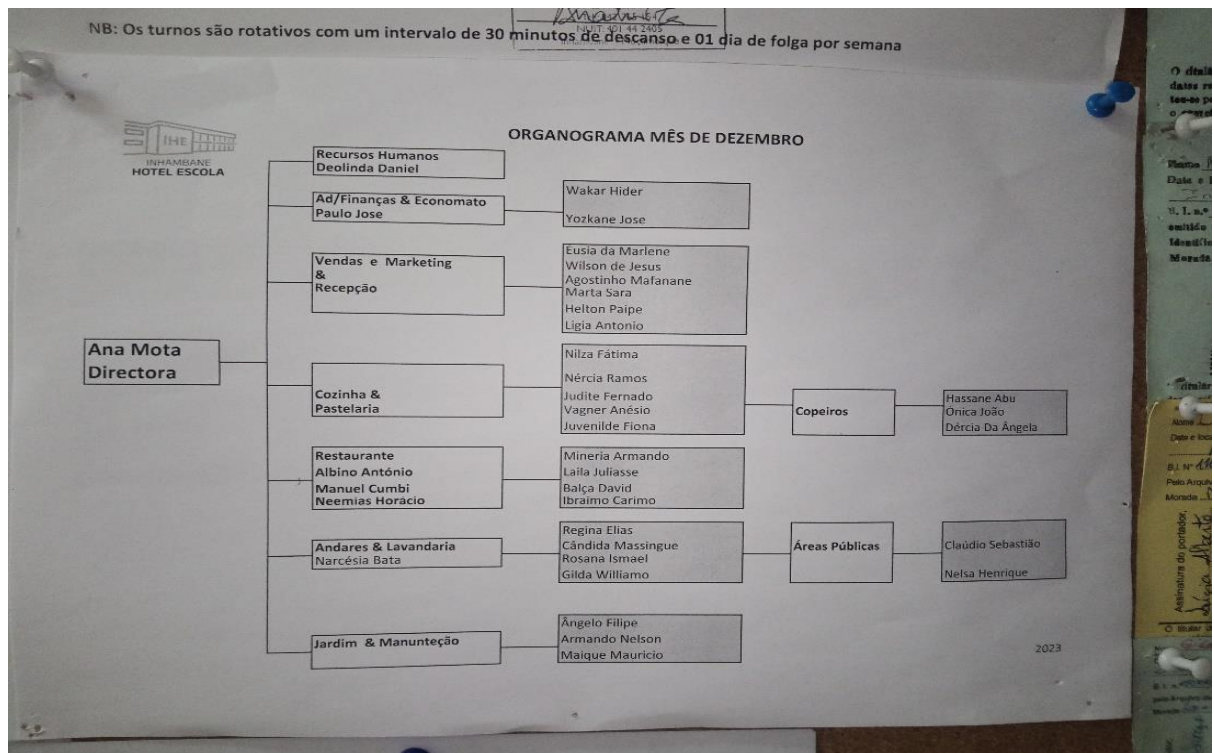
Contacto telefónico: +258842765154/ +25869408222

O "Inhambane Hotel Escola" (IHE) é uma unidade hoteleira com a classificação de 4 estrelas, situado na cidade de Inhambane, Av. Revolução, no bairro Balane 3, próximo ao Banco Moza. O hotel oferece serviços de alojamento, restaurante e bar, salas de conferências e de reuniões, banquetes, serviços de catering. O "Inhambane Hotel Escola" dispõe de 25 quartos, com casas de banho privativas, varandas, *smart* TV, ar condicionado, geleira, cofre, guarda-roupa.

Oferece quartos de diferentes categorias, para responder às necessidades dos seus clientes: quartos *standards* ao preço de 4.500,00MT ocupação single 5.000,00MT ocupação double, quarto clássico ao preço de 5.500,00MT ocupação double e suíte deluxe/executivo 7.600,00MT ocupação double.

O restaurante do hotel conta com um bar, cozinha, um economato e uma sala de refeições que tem capacidade de receber 60 clientes, o tipo de serviço do restaurante é "*a la carte*" ao almoço e jantar, os serviços *de buffet* no pequeno-almoço para os hóspedes. O restaurante funciona 16 horas por dia das 06 horas às 22h00.

Figura 23: Organograma do IHE



Fonte: Inhambane Hotel Escola (IHE)

3.2. Estudo Técnico do Problema

A restauração é um dos campos empresariais que mais necessita de recursos tecnológicos para auxiliar na gestão de pedidos entre outros aspectos. A informatização tornou-se uma necessidade até nos pequenos estabelecimentos, que dispendo de menos empregados, precisam de mais funcionalidades.

As principais características na escolha de empresa de prestação de serviços segundo funcionários devem ser a qualidade, bom atendimento (educação, cortesia), possuir conhecimentos adequados ao bom atendimento. Os clientes, além das características já citadas, enumeram a comunicação e a credibilidade (Walker, 1991).

Segundo Lima (2012) existem pontos importantes para o bom atendimento: satisfação na parceria com os clientes, qualidade do serviço, condições de pagamento conforme a necessidade do cliente, melhor solução do problema, qualidade do produto, atendimento feito com conhecimento, rápido atendimento, disposição do contador em atendê-los, confiabilidade, respeito a opiniões dos clientes. As empresas entendem que para alcançar o sucesso de vendas,

é preciso que elas valorizem seus clientes, pois é através das necessidades dos clientes que a empresa começa o seu processo de fidelização.

De acordo com Ferreira e Sganzerllo (2000) o cliente é influenciado pelo modo como recebe o serviço e como vivência a experiência proveniente da relação. Se uma reclamação for resolvida com resultados satisfatórios para ele, a empresa terá boa qualidade na sua avaliação, mas se por sua vez o cliente ficar menos satisfeito ou a obtenção do resultado tiver sido problemática, ele irá simplesmente avaliar toda a empresa, os seus produtos e serviços como ineficientes e imprescindivelmente irá sentir-se lesado.

Quanto mais ágil, rápido e eficiente for o atendimento, maior é a satisfação do cliente, desse modo é necessário um sistema de gerenciamento de pedidos para melhorar a prestação dos serviços para que possa satisfazer os clientes. A satisfação dos clientes em um restaurante depende da qualidade do atendimento, da eficiência e eficácia em que o estabelecimento atende os pedidos, e duração dos serviços prestados. Deste modo os problemas encontrados no restaurante Inhambane Hotel Escola:

1. O atendimento é muito demorado- o restaurante dispõe de três funcionários em cada turno, dispondo de 15 mesas e cada funcionário fica responsável por 5 mesas para atender, criando uma situação de demora no atendimento ao cliente, fazendo com que o mesmo fique em torno de 20 a 30 minutos para ser atendido, tanto logo após a entrada ao local do estabelecimento, na espera de realização do seu pedido, ao aguardar com que o seu pedido seja entregue até a apresentação da sua conta para o pagamento. Com a implementação do sistema o tempo de espera será reduzido uma vez que o mesmo, permite com que o cliente faça o seu pedido mesmo antes de estar no estabelecimento e pode acompanhar quanto tempo irá levar para a sua entrega e pode solicitar o pagamento como também pagar directamente do sistema.
2. O produto recebido é diferente do que foi pedido pelo cliente- tendo a responsabilidade de atender 5 mesas e em cada mesa ter que anotar todos os pedidos, o funcionário troca os pedidos dos clientes, e na maioria dos casos substituí um dos acompanhantes do prato por um outro que não foi pedido. Devido a fluxo de clientes e não tendo uma capacidade de trabalhar sobre pressão comete esses erros que fazem com que o cliente fique insatisfeito e não retorne ao restaurante por falta de atenção aos seus pedidos. Com o Sistema *Smartfood* esse tipo de situação não será problema, pois o próprio cliente faz o pedido e submete no sistema podendo acompanhar a sua produção no mesmo.

3. O empregado de mesa obrigatoriamente precisa levar o pedido até a cozinha- o funcionário é obrigado a levar o pedido a cozinha sempre que um cliente solicitar, fazendo esse ida e volta deixando alguns clientes de outras mesas que ele é responsável sem atendimento e atenção, fazendo com que eles não sintam se insatisfeitos e criando desconforto por ter que esperar muito tempo para solicitar qualquer outro pedido. Com o sistema o funcionário não terá necessidade de ir até á cozinha fazer a entrega dos pedidos dos clientes, pois ele o fará logo do sistema de uma forma mais rápida e eficiente, fazendo com ele permanece sempre no restaurante sem precisar sair para entregar os pedidos á cozinha.
4. O papel chega à cozinha rasurada e ilegível- os pedidos dos clientes tanto da cozinha quanto do bar são anotados em um papel a caneta, tendo várias mesas por atender e várias pessoas por anotar seus pedidos, alguns deles pedem ao mesmo tempo, dificultando a escrita legível e perfeita do funcionário e deste modo levandço aos cozinheiros um pedido que eles não conseguem ler e perceber, fazendo com que os pedidos muitas das vezes cheguem aos clientes de forma incorreta.

O restaurante dispõe de 1 computador para efectuar o recibo da conta e dispõe de um gerador para garantir com que o estabelecimento tenha a corrente eléctrica a todo momento, conta também com uma internet que oscila nos 3 a 4G, precisa de uma internet 5G para navegar a toda velocidade com o sistema. Os funcionários tem uma noção básica em relação as tics, a maioria deles sabe manusear um computador e navegar.

O restaurante necessita de um Sistema *Smartfood* para auxiliar na gestão de pedidos, evitando com que esses problemas sejam frequentes e deste modo percam clientes de forma gradual, com esse sistema o restaurante poderá realizar vendas *online* de forma rápida, evitando com que o cliente fique muito tempo para ser atendido pois o sistema permite com que o cliente independentemente de onde esteja verifique quais pratos e bebidas estão disponíveis no dia. Faça o pedido, acompanhe quanto tempo o seu pedido irá levar para estar pronto, podendo observar todo o pedido feito e seu número de mesa e se deseja chamar o garçom por fim verificar a sua conta e se preferir realizar o pagamento directamente do sistema.

3.3. Procedimentos/Acções Concretas para Resolução do Problema

Em tempos actuais, os restaurantes tendem a apostar nas tecnologias de informação e comunicação de modo a atender as necessidades e exigências dos consumidores. A utilidade

das TIC conta com soluções de inovação para resolver problemas, desenvolver vantagens competitivas, melhorar sistemas.

De modo a resolver os problemas existentes no restaurante IHE, aconselha-se na formação dos seus colaboradores com objectivo do desenvolvimento de suas aptidões e competências, desta forma induzindo na melhoria do desempenho no atendimento ao cliente, também deve implementar do Sistema *Smartfood* para a realização de pedidos, gerenciamento da relação com cliente, pagamento, acompanhamento de seu pedido, etc.

Feito o estudo cuidadoso no restaurante Inhambane Hotel Escola através de entrevistas, questionários e observações, constatou-se que a melhor ferramenta para a gestão de pedidos é a implementação do Sistema *Smartfood* e para auxiliar essa ferramenta será necessário a criação de um plano de formação de seus colaboradores, também a implementação de uma impressora térmica para a submissão de comandas na cozinha. Assim sendo propõe-se os seguintes procedimentos/acções concretas para resolução do problema referenciado nesse projecto:

a) Aquisição de um computador

O restaurante não dispõe de um meio tecnológico para o gerenciamento dos pedidos dos clientes e submissão a cozinha, anotam manualmente com caneta e uma folha de bloco de notas, necessitando de um computador para a instalação do Sistema *Smartfood*.

b) Aquisição de tablets

O restaurante usa a prática de anotar o pedido manualmente e leva obrigatoriamente o pedido pessoalmente até a cozinha, com a existência do mesmo, o cliente faz o pedido automaticamente no sistema e o empregado de mesa recebe no tablet e envia directo na impressora térmica de pedidos na cozinha e com ele pode fazer a gestão dos pedidos de forma eficaz.

c) Instalação do Sistema *Smartfood* para a gestão de pedidos

O Sistema *Smartfood* é uma aplicação web capaz de auxiliar no atendimento ao cliente nos estabelecimentos do ramo alimentício e tem como finalidade gerenciar dinamicamente os pedidos de um cliente, sem necessidade de instalação de *software*.

O sistema é implantado em centro de dados, que representa como uma solução multilíngue global totalmente baseada na web, habilitada para satisfazer as necessidades de hotéis das mais variadas dimensões e complexidades. O sistema busca evitar possíveis atrasos causados pela falta e desatenção dos funcionários, além da alta movimentação. Referidos atrasos, são em

parte, para a insatisfação dos consumidores, além de ser um ponto de reclamação. Por tratar-se de um cardápio digital, o *Smartfood* diminui os custos que seriam necessários para, manter um cardápio físico.

O Sistema *Smartfood* oferece as funcionalidades que a equipa do restaurante necessita desde a disponibilidade do cardápio digital, efectivação do pedido, visualização dos pratos disponíveis, acompanhamento da produção do pedido, chamada ao garçom até o pagamento. Com este sistema o restaurante IHE pode aplicar estratégias de sistemas de gestão de pedido.

d) Treinamento do pessoal sobre utilização do Sistema *Smartfood*

Para o treinamento do pessoal do restaurante IHE, será necessária elaboração de um Plano de Formação que consiste na proposta de acções de formação em matéria de utilização do sistema para a gestão de pedidos. Essa acção de formação tem por objetivo aumentar e desenvolver habilidades na utilização do sistema nos serventes de mesa a fim de garantir a satisfação e rentabilidade do restaurante da prestação dos serviços de excelência.

Quadro 2: Descrição de métodos e técnicas do plano de formação.

Variações	Descrições
Métodos de ensino	<ul style="list-style-type: none"> • Expositivo • Activo • Demonstrativo
Técnicas de ensino	<ul style="list-style-type: none"> • Simulações
Público-alvo	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores do restaurante e bar IHE • Gestora do A&B
Recursos necessários	<ul style="list-style-type: none"> • Computador; • Internet; • Data show; • Telemóveis ou tablets.
Duração da formação	6 dias
Local	Restaurante IHE

Fonte: Autora (2024).

O plano de formação contribui para o desenvolvimento do potencial humano frente as necessidades da empresa, através da preparação e qualificação dos profissionais para a prestação de serviços com uma qualidade técnica excelente.

Quadro 3: Plano de formação para pessoal da recepção no hotel Inhambane.

Tema: Formação para o uso do Sistema <i>Smartfood</i>				
Período da formação: 1 semana			Formador: Macuácua	
Local: Inhambane Hotel Escola			Técnico em Sistemas Informáticos	
Objectivos da formação: <ul style="list-style-type: none">• Capacitar o gestor de alimentos e bebidas e serventes de mesas no Sistema <i>Smartfood</i>.• Explicar e demonstrar as funcionalidades do sistema.• Fazer simulação do uso do sistema nos tablets e computadores.				
Dias	Conteúdos	Tipo de aula	Hora	Recursos necessários
1º	Contextualização e conceitos do Sistema <i>Smartfood</i>	Teórica	2	Computadores e data show
2º	Treinar os funcionários no domínio das tic	Práctica	2	Computadores e tablets
3º	Caracterização e benefícios da utilização do Sistema <i>Smartfood</i>	Teórica	2	Computador e data show
4º	Instalação do Sistema	Práctica	2	Internet, tablet, computadores
5º	Funcionalidades do Sistema	Práctica	2	Internet, tablet, computadores
6º	Revisão	Teoria e prática	2	Computador, Internet, tablet, computadores

Fonte: Autora (2024).

No final da formação os formandos devem ter a capacidade de:

- Usar o Sistema *Smartfood* para os fins programados.
- Aumentar a flexibilidade dos colaboradores na prestação de serviços.

3.4. Resultados esperados

A restauração não vende apenas pratos e bebidas, também prioriza a gestão do tempo desde a chegada do cliente ao estabelecimento bem como a sua saída, pois o cliente espera ter um atendido de forma flexível sem transtornos.

O estabelecimento quer que o cliente se sinta satisfeito com os serviços oferecidos, de acordo com os problemas encontrados no restaurante Inhambane Hotel escola, o Sistema *Smartfood* é uma ferramenta que irá proporcionar agilidade no atendimento, gerenciamento de pedidos dinâmico, realizado por meio de quaisquer dispositivos móveis.

Contudo, com a implementação do Sistema *Smartfood* para gerenciamento de pedidos no restaurante IHE, espera-se que traga os seguintes resultados:

- ✓ Agilidade, rapidez e eficiência na visualização, escolha e acompanhamento dos pedidos, ao aceder o sistema no seu *Smartphone*, apresente uma das opções para que o cliente escolha os itens que deseja a partir de uma lista que contém os produtos com seus respectivos preços, deste modo evite transtornos de ficar muito tempo à espera do garçom para efectuar o pedido.
- ✓ O cliente tenha a possibilidade de seleccionar as quantidades do seu pedido, com seus respectivos preços e o total de compra, evitando deste modo que o pedido seja entregue de forma errada, venha com quantidades diferentes e no final seja apresentado um preço diferente.
- ✓ Melhoria da qualidade dos serviços, tanto para o prestador de serviço assim como para os clientes através das facilidades e flexibilidades proporcionadas pelo sistema, destacando-se a redução do tempo de atendimento, o atendimento personalizado para cada tipo de hóspede e melhoria de condições de trabalho para os colaboradores. Os clientes podem atender a si próprios, deixando os garçons com mais tempo livre, podendo ser alocados para outras actividades, precisando apenas levar os pedidos a mesa.

- ✓ Aumento do número de clientes, este será um dos indicadores chaves de sucesso do projecto, com impacto no aumento de satisfação dos clientes através da melhoria da qualidade dos serviços de atendimento, a atracção de vários clientes através da aplicação do sistema que permitira com que o cliente faça o pedido dentro ou fora do estabelecimento, acompanhar, pagar, verificar mesas disponíveis, bem como fazer o pagamento directo no sistema.

3.5 Cronograma de actividade

Segundo Gil (2002, p. 32), " a pesquisa se desenvolve em várias etapas, é necessário fazer a previsão do tempo necessário para se passar de uma fase para outra. Como, também determinadas fases são desenvolvidas simultaneamente, é necessário ter indicação de quando isso ocorre". Para implementação do presente projecto propõe-se um período de 2 meses e 15 dias.

Apresentação do projecto ao restaurante IHE, a apresentação deste projecto será apresentado ao restaurante do IHE com intuito de mostrar aos responsáveis do estabelecimento como é composto o sistema *Smartfood*, desde o seu conceito até a sua implementação, com vista a demonstrar o quão importante o sistema *Smartfood* para o restaurante.

Na Análise e aprovação do projecto irá consistir no estudo detalhado sobre o tema pesquisado, se será benéfico e relevante para o restaurante e por consequente a sua aprovação. Aquisição de um computador para o restaurante, a aquisição deste computador é importante para o restaurante pois é o mesmo computador que irá monitorar o sistema que será instalado, com vista a melhorar os serviços ao atendimento dos clientes que frequentam o restaurante. Instalação do sistema *Smartfood* no computador para manuseamento, a instalação deste *software* para o restaurante, é bastante importante para o restaurante.

Formação dos colaboradores para o uso do sistema *Smartfood*, esta formação tem objectivo de formar aos colaboradores o uso do sistema para os fins programados no sistema com a capacidade de aumentar a flexibilidade dos colaboradores na prestação de serviços e capacitar o gestor de alimentos e bebidas e serventes de mesas no Sistema *Smartfood*, explicar e demonstrar as funcionalidades do sistema.

O Monitoramento e avaliação de desempenho irá consistir em fiscalizar se o sistema está a desempenhar as suas funções da mesma forma e se não há algo por melhorar o ajustar no mesmo.

Quadro 4- Cronograma das actividades

Actividades	Período da execução das actividades (meses e semanas 2025)								
	Janeiro				Fevereiro			Março	
Semanas	1 ^a	2 ^a	3 ^a	4 ^a	1 ^a	2 ^a	3 ^a	1 ^a	2 ^a
Apresentação do projecto ao restaurante IHE									
Análise e aprovação do projecto									
Aquisição de um computador para o restaurante									
Instalação do sistema <i>Smartfood</i> no computador para manuseamento									
Formação do pessoal para o uso do sistema <i>Smartfood</i> teoria e prática									
Monitoramento e avaliação de desempenho									

Fonte: Autora (2024)

Este cronograma de actividades permitirá com que todas as actividades apresentadas nela sejam efectuadas desde a sua apresentação ao estabelecimento "Inhambane Hotel Escola", sobre o sistema *smartfood*, sua relevância para o restaurante, até o seu monitoramento e a sua avaliação de desempenha no estabelecimento.

3.6. Orçamento

Segundo Gil (2002), para se ter uma estimativa dos gastos com a pesquisa, convém que seja elaborado um orçamento. Para ser adequado, o orçamento deverá considerar os custos referentes a cada fase da pesquisa, segundo itens de despesa que por sua vez podem ser agrupados em duas grandes categorias: custos de pessoal e custos de material.

Aquisição de um computador de mesa para o restaurante, a aquisição deste computador é importante para o restaurante pois é o mesmo computador que irá monitorar o sistema que será instalado, com vista a melhorar os serviços ao atendimento dos clientes que frequentam o restaurante.

A aquisição dos *tablets* permitirá com que os empregados de mesas tenham acesso ao sistema e através dele possam visualizar os pedidos feitos pelos clientes, de seguida encaminhar para a cozinha para a devida confecção e pode também acompanhar o pedido em produção.

Lanche para Formação: durante a formação dos funcionários sobre a utilização do Sistema *Smartfood* para capacitar no uso no sistema e garantir com que o seja manuseado de forma eficaz sem erros, no seu intervalo será servido um lanche para todos os participantes da formação, para garantir a energia e disposição no aprendizado.

Tabela 1: Orçamento.

Descrição	Quantidade	Características	Valor	
			Unitário (MT)	Total (MT)
Aquisição de Computador de mesa	1	HP 250G9, HDD 512GB	56.600,00	56.600,00
Aquisição dos Tablet`s	3	Samsung A9, 64GB	23.000,00	69.000,00
Lanche para Formação	-----	500,00	20.000,00
Sub-total				145.600,00
Contingência				14.560,00
Total				160.160,00

Fonte: Autora (2024)

Este orçamento ajudará no processo de execução do projecto no restaurante "Inhambane Hotel Escola", com os itens apresentados no orçamento a implementação do projecto será benéfica para o restaurante sendo que a aquisição do computador, tablet, e outros itens será importante, com vista a facilitar aos empregados de mesa a realizar as suas actividades.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. BARDIN, L (1977). Análise de conteúdo. Lisboa: ed. 70. São Paulo: SENAC.
- 2-. CARLOS, H (2015). Sistemas de informação gerenciais em RH. Editora Pearson.
3. CERVO, Amado. L & BERVIAN, Pedro, A, (2002). Metodologia científica. 5 ed. São Paulo: Prentice Hall.
4. COSTA, Rodrigues, (2015). Introdução a gestão hoteleira. 4ªed. Lisboa: Libel.
- 5-. FERREIRA, S & SGANZERLLA, S, (2000). "Conquistando o consumidor: o marketing de relacionamento como vantagem competitiva das empresas". São Paulo, Editora Gente.
6. GIL, António Carlos (2008). Pesquisa qualitativa (Amostragem). 2ªed. São Paulo Atlas.
7. GIL, António. D.L (2002). Gestão de qualidade empresarial. 2ºed. Porto Alegre.
8. GIL, António Carlos (1999). Métodos e técnicas de pesquisa social. 5ª ed. São Paulo. Atlas.
9. GERHARDT, Tatiana Engel & SILVEIRA, Denise Tolfo (2009), Método de pesquisa. 1ªed. Editora da UFRGS.
10. GOMES, J., SANTIAGO, L., SILVA, A., CORREIA, B., & COSTA (2018). *Smartfood: Sistemas de Gerenciamento de Pedidos*.
11. MAÚSSE, Aurélio, (2007). Manual técnico combinado de restaurante bar e organização de eventos. Maputo.
12. MARKONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria, (1996). Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração e interpretação de dados. 3ª ed. São Paulo: Atlas.
13. MARKONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria, (2001). Fundamentos de metodologia científica, 4ª ed, São Paulo: Atlas.
14. MARKONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva2003.
Maria, Fundamentos de metodologia científica, (5ª ed), São Paulo: Atlas, 2003.
15. MATTAR, Fauze. Najib, (2001). Pesquisa de marketing. 3 ed. São Paulo: Atlas.
16. LIMA. A, (2012). Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão de relacionamento, São Paulo: Atlas.
17. REBELATO, Marcelo Giroto, (1997). Uma Análise Sobre a Estratégia Competitiva e Operacional dos Restaurantes Self-service. 14f. Dissertação (doutorado) -curso de Engenharia de Produção, Escola de Engenharia de São Carlos-USP. São Carlos.

18. RIBEIRO, José, (2011). Introdução à gestão da restauração. Lisboa-Porto. Libel-edições técnicas, Lda.
19. RIBEIRO, Leandro, (2012). O que é UML e diagramas de casos de uso: introdução prática à UML. Devmedia, disponível em: <https://www.devmedia.com.br/o-que-e-uml-e-diagramas-de-caso-de-uso-introdução-pratica-a-uml/23408>. Acesso em:08.mai.18.
20. RIGBY, D.K. (2005). Ferramentas de Gestão: Um guia para executive. Bain e company, e n c.
21. ROSSETTI, A.G & MORALES, A.B.T, (2007). O papel da tecnologia da informação na gestão do conhecimento. Ciência e Informação. Brasília: v.36. p.250.
22. SOUSA, Sérgio, (1999). Tecnologias de informação: oque são? Para que servem? Como competir diante das novas tecnologias. São Paulo: Aleph editora.
23. TRIVIÑOS, Augusto N.S, (1987). Introdução à pesquisa em ciências sociais: A pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas.
24. VENTURI, James Luiz, (2010). Gerenciamento de bares e restaurantes. São Paulo.
25. WALKER, R. John & LUNDBERG, E, Donald, (2003). O restaurante conceito e operação. 3ª ed. São Paulo.
26. WALKER, Denis. (1991). O cliente em primeiro lugar: o atendimento e a satisfação do cliente como arma poderosa de fidelidade e vendas, São Paulo: Makron.
27. YIN, Robert. K. Estudo de caso: planeamento e métodos. Porto Alegre: Bookman,2001.

Regulamentos

Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane, regulamento de culminação do curso.2006. Inhambane.

Homologo a Revolução CNS nº 510, de 07 de abril de 2016, nos termos do Decreto de Delegação de Competência de 12 de novembro de 1991.

Homologo a Revolução CNS nº 466, de 12 de dezembro de 2012, nos termos do Decreto de Delegação de Competência de 12 de novembro de 1991.

Apêndices

Apêndice A- Guião de entrevista



UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE

Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

Guião de entrevista

O presente questionário destina-se a realização de uma entrevista no Restaurante Inhambane Hotel Escola com vista na recolha de informações que possibilitem o desenvolvimento do Projecto de Desenvolvimento Hoteleiro, sobre a necessidade de implementação do Sistema *Smartfood* para o gerenciamento de pedidos neste empreendimento, com finalidade de produção do trabalho de Culminação de curso para a obtenção do grau de licenciatura pela Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane. O mesmo é destinado ao Gerente do restaurante, colaboradores e clientes do estabelecimento. E tem como principal objectivo a colecta de dados para fins unicamente académicos. Observação: o questionário será guiado em forma de entrevista, no entanto, poderão surgir outras questões no decurso da mesma.

Funcionários do IHE

1. Qual o tempo que leva para o atendimento ao cliente, depois do cliente estar no restaurante?
2. Como é feito o registo dos pedidos do cliente?
3. Existe algum sistema para fazer os pedidos?
4. Existe algum sistema para o gerenciamento do pedido
5. Como é feita a apresentação do pedido do cliente a cozinha e ao bar?
6. Quantos colaboradores trabalham por turno na sala?
7. Como é feita a distribuição das mesas entre os serventes, quando o restaurante está cheio?
8. Porque a demora no fechamento de contas

Guião de entrevista para cliente

Questionário IHE(Inhambane Hotel Escola)

1. Oque você acha dos serviços prestados pelo bar e restaurante do Inhambane Hotel Escola?

.....
.....
.....

2. O estabelecimento oferece uma boa acessibilidade?

.....
.....
.....

3. Oque você acha dos preços do estabelecimento?

.....
.....
.....

4. Oque você acha da hospitalidade do estabelecimento?

.....
.....
.....

5. Na sua opinião o tempo de espera no atendimento por parte dos funcionários é?

.....
.....
.....

6. Quanto as bebidas servidas no estabelecimento, você classifica como?

.....
.....
.....

7. Quanto ao desempenho e organização?

.....
.....
.....

8. Quanto aos canais de comunicações utilizados (telefone, emails e redes sociais)?

.....
.....
.....

9. Quanto ao atendimento feito por telefone e outros meios fornecidos?

.....
.....
.....

10. Quanto a satisfação com os produtos oferecidos?

.....
.....
.....

11. Quanto a qualidade de informação disponibilizada?

Continuação

-
.....
.....
12. Quanto ao atendimento/comunicação: simpatia, disponibilidade e apresentação dos profissionais?
.....
.....
.....

13. Quanto a variedade dos produtos?
.....
.....
.....

14. Pretende retornar ao local?
.....
.....
.....

15. Em uma escala de 1 a 5(onde 1: representa muito insatisfeito, 2: insatisfeito, 3: pouco satisfeito, 4: satisfeito e 5: muito satisfeito), qual a probabilidade do Sr.(Sra) indicar o estabelecimento a amigos e/ou parentes?
.....
.....
.....

Apêndice B- Guião de observação



UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE

Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

Itens observados	Constatações
Competência e flexibilidade na Prestação de serviços	Os empregados de mesa não são muito flexíveis, levam muito tempo para o atendimento, deixando o cliente a espera para efectuar o seu pedido, tanto na entrega.
Qualidade nos materiais utilizados no restaurante	Os empregados de mesa anotam o pedido dos clientes em um bloco de notas a caneta.
Tempo de espera na entrega dos pedidos	A espera para fazer um pedido, a espera para entrega do pedido leva em torno de 1hora, o restaurante não cumpre com a hora, que diz ao cliente

ANEXOS

Anexo A: Parte frontal do restaurante e bar do IHE



Fonte: Autora (2024).

Anexo B: imagem do restaurante do IHE



Fonte: Autora (2024).

Anexo C: Vantagens e desvantagens do Sistema Smartfood.

Vantagens	Desvantagens
<ul style="list-style-type: none">• Gestão de estoque;• Monitoramento em tempo real;• Redução de desperdício de alimentos;• Aumento das vendas;• Fidelização do cliente;• Melhora a experiência do cliente;• Diminuição dos custos;• Promove serviço mais rápido e com acções personalizadas;• Melhor segurança e inovação na experiencia do consumidor.	<ul style="list-style-type: none">• Dependência total da internet;• Vulnerabilidade à invasão de hackers e;• A possibilidade de colecta de dados pessoais sem consentimento.

Fonte: GOMES *et al* (2018)

Anexo D: Imagem da cotação de computador e tablets para a implementação do Sistema *Smartfood* no restaurante IHE.

PRINTEX SOLUTION - SOCIEDADE UNIPESSOAL LIMITADA REG Nº 101233502 NUIT: 401058788 NC: 908600900

COTAÇÃO Nº: 001397

DETALHES DO CLIENTE

Para: **Pascoa Messias Temula**
Morada: **Inhambane**
Nuit:
Contacto:

Comércio Geral e Prestação de Serviços

Nuit: 401058788

Contacto: 86 66 65 333 / 84 75 11 018

Email: printexmz@gmail.com

Cidade de Inhambane

Bairro: Balane 02

Data: 29 de Maio de 2024

Cotação emitida por: **MANDLATE-DA**

Item Nº	Qtd	Detalhes do Produto/Serviço	Preço Unit.	Preço Total
1	1	HP 250 G9 15-11255U core i5, HDD 512GB, RAM 8GB 15" Windows 11	56,600.00	56,600.00
2	3	Tablet Samsung A9 8.7" 4GB RAM 64GB Armazenamento Nano SIM WI-FI - only / Battery 5100mAh 8MP/2MP	23,000.00	69,000.00

DADOS BANCÁRIOS: BCI
Conta Nº : 20 67 33 57 91 00 01
NIB: 000 800 000 673 357 910 113

DADOS BANCÁRIOS: BIM
Conta Nº : 48 26 93 438
NIB: 000 100 000 048 269 343 857

SUBTOTAL 125,600.00
IVA Incluso
TOTAL 125,600.00


Extensão: Cento e Vinte e Cinco Mil e Seiscentos Meteticas

NB: Todos os preços são válidos por 90 dias, contando a partir da data indicada na cotação.

NB: Prazo mínimo de Entrega: 1 Dia - Prazo máximo 5 dias

Fonte: Printex Solution-lda

Anexo E: Imagem da cotação do lanche para a formação dos colaboradores no IHE



**INHAMBANE
HOTEL ESCOLA**

COTAÇÃO | QUOTATION

Inhambane Hotel Escola
 Inhambane Hotel Escola Lda.
 Rua da Praça - Balane 2, Cidade de Inhambane
 Telefone | Phone: +258 84 276 5154 / +258 87 276 5154
 E-mail: rececao@inhambane.com
 Nuit: 401442405

Detalhes | Details
 Empresa: PASCOA MESSIAS TIMULA
 Morada: INHAMBANE - F
 Telefone: 866648199
 E-mail: pascoamessias5@gmail.com
 NUIT:
 At: PASCOA MESSIAS TIMULA

Data: 15/06/2024

Design Item	Nº	Entrada	Check-in	Saida	Check-out	Época	Nº Dias	Days	Preço	Price	Desc	Com	Preço Total	Total Price
LANCHE	5	06-07-2024		14-07-2024			8		MZN	500.00			MZN	20 000.00
SUBTOTAL													MZN	20 000.00
IVA														Incluido
TOTAL MZN													MZN	20 000.00

Meticals (MZN) Detalhes:
 Millennium BIM Mozambique
 Conta | Account: 745338581
 NIB: 000100000074933858157

Meticals (MZN) Detalhes:
 Mosa Banco
 Conta | Account: 3126913910001
 NIB: 000100000074933858157


Incluido:
 O aluguer das Salas de Conferências, incluem 1 garrafas de 500ml por participante, rebuçados, projetor, internet, som e tela.
 O Buffet é constituído por uma seleção de entradas (saladas), pratos principais, sobremesas (frutas), água, sumo ou refresco.
 As sugestões de Menu serão enviadas antecipadamente, após a confirmação do evento.

Pagamento:
 A cotação só é válida até ao dia 25 de Maio de 2024.
 Para garantir a sua reserva, necessitamos de um depósito de 50% do total de estadia.
 O restante pagamento deve ser feito até 30 dias de data de chegada. A falta de conformidade cancelará a sua reserva.

Cancelamentos:
 Cancelamentos feitos 30 dias ou mais antes do data de chegada estão sujeitos a uma penalidade de 50%.
 Cancelamentos feitos menos que 30 dias antes do data de chegada estão sujeitos a uma penalidade de 100%.

Muito obrigado por ter escolhido Inhambane hotel Escola !

Ass. Wilson de Jesus Graça
15/06/2024



Fonte: Restaurante IHE-Ida