

# REINVENTANDO O MERCADO

Apesar da queda do movimento e de um alerta de crise no mercado, o setor gastronômico impulsiona seus gestores em busca de novidades para conquistar o público não só pela barriga, mas também pela inovação

por CAROLINA COELHO fotos RÔMULO PORTELA

**R**einventar. Essa é a palavra de ordem para os restaurantes da capital baiana que enfrentam os solavancos do mercado com um garfo e uma faca nas mãos e a inovação na cabeça. Para os empresários do ramo, o mercado está atravessando a pior crise dos últimos 20 anos. O aumento no custo dos alimentos e bebidas, da taxa de aluguel e do pagamento dos funcionários são alguns dos fatores exibidos para o acréscimo de 30 a 35% do valor dos cardápios nos últimos quatro anos. O bolso do baiano começa a pesar e a procurar alternativas para o desfalque, evitando a saidinha gastronômica inclusive nos finais de semana.

A margem de lucro para os empresários do segmento também despencou. Se há dez anos esse número superava os 20%, atualmente mal chega aos 7 ou 8%. “Estamos caros e com baixos resultados”, queixa-se o presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes na Bahia (Abrasel-Ba), Luiz Henrique do Amaral. Na atual conjuntura, até os restaurantes dos shoppings centers encontram dificuldades, e o dirigente teme o fechamento dos negócios e uma apatia empresarial.



Salão do Caco Bahia, que traz para Salvador um conceito de gastronomia aprovado em outros estados do Brasil



NO SITE

Aprenda a fazer um crepe francês com Gerson Alves

A equação traiçoeira não está afetando somente a capital baiana. Em São Paulo, chefs renomados têm absorvido os aumentos para não repassar ao cliente, e ainda assim o lucro sobre o faturamento não consegue passar dos 10%. Além da evolução dos custos tradicionais, novas demandas têm surgido, como os investimentos em segurança, segundo o vice-presidente da associação nacional de restaurantes, Sérgio Kuczynski.

Com um almoço fora de casa custando R\$26,59, o mais caro do Nordeste, segundo recente pesquisa da Associação das Empresas de Refeição e Alimentação Convênio para o Trabalhador (Assert), os restaurantes baianos buscam superar a crise em meio à baixa capacidade de compra da população e a fama de péssimo atendimento.

## SOLUÇÕES PARA O MERCADO

Empreender em gastronomia virou cool, mas é preciso expertise na área de gestão de alimentos e pessoas. Com o ambiente macroeconômico desfavorável ao setor, não há espaço para empresários despreparados na rua. “O grande erro do empresário é não querer investir em uma mão de obra capacitada”, diz o gastrônomo e consultor de restaurantes Vevé Bragança.

Para o especialista, três atitudes empreendedoras podem ajudar a reverter o quadro da crise: focar em oferecer apenas um tipo de alimentação; capacitar o funcionário a vender seu cardápio e remunerá-lo por produtividade, criando um plano de salário de acordo com o tempo dentro da casa, além de repassar a gorjeta integral para incentivá-lo; e fazer uma carta harmonizada de vinhos com preços justos, para estimular a venda agregada de petiscos.

A associação tenta desonerar o setor buscando melhorias na relação com os impostos, na folha de pagamento e ICMS – que na Bahia chega aos 27,5%. Porém, segundo Luiz Henrique, da Abrasel-Ba, a tendência natural do mercado é de que algumas funções se tornem mecanizadas, apesar da limitação da área, e o quadro de funcionários venha a diminuir.



Sucesso em quatro estados, o Pobre Juan quer ser um ícone da gastronomia em Salvador

## INOVAÇÃO GASTRONÔMICA

Enquanto a crise assombra alguns, novos restaurantes chegam a Salvador e apostam em novidades para encher as mesas. A reinauguração do Caco Bahia traz novidades. Após o incêndio, em 2012, os sócios optaram por trocar o rústico pelo sofisticado e assimilar o formato da casa ao das outras cinco capitais, que tem como carro-chefe os frutos do mar à la carte. Com três ambientes, o restaurante tem lugar para 500 clientes e uma adega de vinho com 200 rótulos. “Modificamos o conceito gastronômico de serviço e vamos dar destaque às refeições familiares com mesas grandes e pratos fartos”, diz Eugênio Vieira, um dos sócios majoritários do Caco Bambu.

O grupo EAO Empreendimentos, empresa de membros da família Odebrecht, anunciou a chegada do Pobre Juan após a fusão do Baby Beef e o Chez Bernard. Com especialidade em carnes de cortes nobres, o restaurante traz os conhecimentos do churrasco da Argentina para sua décima casa no Brasil e a segunda no Nordeste.

Novidades como as sobremesas feitas com o doce de leite Havanna se juntam ao diferencial do serviço, que garantiu aos antigos funcionários um treinamento técnico em São Paulo, com intenção de assemelhar o serviço com as outras casas. “A Bahia, por natureza, é muito receptiva e hospitaleira, o que é fundamental para um bom serviço”, completa o sócio Rafael Valdivia. Inaugurada em setembro, o restaurante conta com programação musical e uma adega de vinhos com 270 rótulos, na expectativa de promover um “upgrade” na gastronomia da cidade.

O mesmo desejo é compartilhado pelo chef Gerson Alves, de 35 anos, que há oito meses inaugurou o restaurante de culinária internacional Na Casa Du Chef, no Subúrbio Ferroviário. O cardápio oferece polvo, carpaccio de salmão e crepes franceses a preço justo para a população do entorno. “Eu quero que o bairro cresça e que essa imagem ruim do Subúrbio seja desmitificada”, diz Gerson, nascido em Periperi.

Com capacidade para 40 pessoas, o restaurante é procurado para reservas por empresários, estudantes e locais. Ainda este ano, o chef quer ampliar o espaço e abrir um quintal para oferecer algo mais informal, com cerveja gelada e comida de boteco. De passo em passo, ele caminha para o seu sonho de organizar um festival gastronômico no Subúrbio, que já conta com dois restaurantes tradicionais, o Cabana do Camarão e o Boca de Galinha. [B\*]