

Radar Tech Foodservice Brasil 2026

O primeiro guia de tecnologia do Ecossistema de Foodservice do Brasil. Produzido por GALUNION, uma empresa especializada no mercado Foodservice.

Bem-vindo ao Radar Tech Foodservice Brasil 05

Agradecimento aos nossos apoiadores institucionais 12

Categorias do Radar Tech Foodservice Brasil 13

1. Ponto de Venda (POS), Pagamentos e Sistemas de Gestão 14

Subway Brasil gera crescimento de 20% com plataforma SW 26

D'Brescia elimina cultura de planilhas com ERP Everest 29

IMC acelera transformação digital com ecossistema iFood Salão 33

Pobre Juan profissionaliza gestão com ecossistema Teknisa 37

Spedini acelera transformação digital e gestão de dados com Cloudfy 41

Sodiê Doces assume o controle da jornada digital com sistema próprio 45

2. Automação de Pedidos e Autoatendimento 49

Água Doce eleva nível de hospitalidade com tablets e autoatendimento 58

3. Delivery, Take Away e Catering, Drive-Thru (Off Premises) 62

Suburbanos domina mercado de pizzas "NY Style" com estratégia data-driven no iFood 70

4. Marketing, Fidelidade e Relacionamento **74**

Bibi Sucos vence a “cegueira do balcão” com ecossistema de fidelidade 4Real 83

Pizza Hut automatiza lucratividade com inteligência preditiva da Hanzo 87

Gula Gula utiliza inteligência de dados para escalar a hospitalidade carioca 91

5. Robótica e Equipamentos Culinários **95**

Alice Monte Líbano redefine eficiência e padronização com equipamentos Rational 102

6. Inteligência Operacional e Processos **107**

Grupo Impettus centraliza a gestão da rede com a plataforma SULTS 115

7. Suprimentos, Compras, Distribuição, Logística com Fornecedores **119**

8. Gestão de Pessoas e Recursos Humanos **126**

Le Jazz alia gestão humanizada e redução de turnover ao bem-estar financeiro 133

Grupo Alife Nino mitiga fraudes e otimiza gestão de “extras” com Quansa 137

9. Gestão de Qualidade e Sustentabilidade na Cozinha **141**

Mania de Churrasco digitaliza padrão de qualidade e controle de desperdício 148

Agradecimentos **152**

Participe do Radar Tech Foodservice Brasil **154**

Sua jornada de aprendizado não precisa terminar aqui! 156

Conheça a GALUNION Consultoria para Foodservice 157

Equipe Radar Tech Foodservice Brasil 159

Nossos patrocinadores 162

Bem-vindo ao Radar Tech Foodservice Brasil

O mercado de Foodservice brasileiro vive um contexto bastante desafiador.

Em 2026 viveremos um processo de crescimento tensionado. Haverá movimento, circulação e oscilações entre as ocasiões de consumo, impulsionados por emprego em nível historicamente forte, renda sustentada, turismo aquecido e pela continuidade da guerra do delivery. Mas esse avanço virá acompanhado de uma fragilidade importante: o consumo seguirá pressionado por alto endividamento das famílias, pela disputa crescente por renda disponível, pela compressão do tíquete em diferentes momentos do dia e por novas mudanças de hábito que já começam a redesenhar padrões de escolha, indulgência e conveniência. E este cenário é estrutural. Provavelmente estes vetores ainda terão impacto por alguns anos.

A tese GALUNION para o ano é clara: o setor enfrentará um dilema de margem-volume. O volume tende a ser estimulado, especialmente por turismo e delivery, mas isso não significa captura automática de valor. Ao contrário: a pressão sobre o prime cost (tanto CMV como custo de mão de obra), a necessidade de adaptação à reforma tributária e a maior sensibilidade do consumidor ao preço devem estreitar o espaço de rentabilidade. Em termos práticos, vender mais poderá significar muito pouco se a operação não conseguir proteger produtividade, mix e lucro por transação. O desafio central de 2026 não será apenas crescer; será crescer sem perder resultado econômico.

É nesse ponto que a tecnologia assume um papel decisivo. Não como discurso de inovação, nem como hype, mas como vetor concreto de resposta a um ambiente mais complexo. A própria leitura estratégica da GALUNION aponta três frentes críticas para atravessar o ano com consistência: tecnologia, supply chain e menu mix. A tecnologia é o elo que torna as outras duas mais potentes. É ela que permite prever melhor a demanda, reduzir desperdícios, aumentar produtividade, reforçar compliance, qualificar a decisão comercial, personalizar a relação com o consumidor e acelerar ajustes de sortimento, formato e oferta. Em um mercado de margens pressionadas, tecnologia passa a ser menos uma aposta em futuro e mais uma disciplina de gestão do presente.

O ecossistema está pronto para dar um salto tecnológico. Os consumidores demonstram conforto crescente com o uso de inteligência artificial para ganhar agilidade, personalização e melhor experiência, enquanto empresas e fornecedores ampliam sua adoção com percepção majoritária de bons resultados. Ao mesmo tempo, os investimentos prioritários em tecnologia já se concentram justamente nas áreas mais sensíveis para a competitividade do setor: relacionamento com o cliente, qualidade e sustentabilidade na cozinha, canais de conveniência, suprimentos, logística, POS e gestão. A mensagem de fundo é inequívoca: no Foodservice brasileiro, a tecnologia deixou de ser diferencial periférico. Tornou-se um instrumento central para sustentar relevância, defender margem e adaptar o negócio à realidade que está se impondo.

Por que o Radar Tech?

É exatamente para responder a esse contexto que nasce o Radar Tech Foodservice Brasil. Em um mercado no qual a pressão competitiva cresce ao mesmo tempo em que se multiplicam as ofertas de soluções, identificar o que realmente importa deixou de ser uma tarefa simples. Há mais ferramentas, mais promessas e mais siglas circulando, mas nem sempre mais clareza. O desafio do operador já não é apenas acessar tecnologia; é discernir quais soluções de fato fazem sentido para sua realidade operacional, seu estágio de maturidade, sua estratégia de crescimento e suas restrições de execução.

O Radar Tech foi concebido como uma ferramenta de orientação estratégica e prática. Seu papel não é apenas listar empresas ou apresentar tendências, mas organizar o mercado de forma inteligível, conectando desafios concretos do Foodservice às tecnologias capazes de enfrentá-los com maior eficácia. Ao reunir categorias, subcategorias, aplicações e exemplos de soluções disponíveis no mercado brasileiro, o Radar oferece um mapa para apoiar decisões mais qualificadas sobre produtividade, experiência, gestão, competitividade e transformação operacional.

Estrutura do Radar Tech

O Radar Tech Foodservice Brasil está estruturado em **9 categorias principais**, cobrindo áreas operacionais, gerenciais e estratégicas centrais para restaurantes e demais operações de Foodservice. Em cada uma delas, o conteúdo se desdobra em subcategorias específicas, organizadas para facilitar a compreensão do papel de cada tipo de tecnologia dentro da

operação. A proposta não é apenas classificar soluções, mas criar uma arquitetura de leitura que ajude o usuário a enxergar onde cada tecnologia atua, quais dores ajuda a resolver e que tipo de resultado pode viabilizar.

Ao longo de cada categoria, o Radar apresenta uma descrição do campo tecnológico, os principais desafios enfrentados pelos operadores, os ganhos esperados com a adoção das soluções mapeadas e critérios que ajudam a orientar seleção e implementação. Sempre que possível, o conteúdo é enriquecido com referências de mercado, aplicações observadas, exemplos concretos e empresas que atuam naquele espaço. Dessa forma, o Radar não funciona apenas como inventário de fornecedores, mas como instrumento de leitura e interpretação do mercado tecnológico aplicado ao Foodservice.

O Papel da GALUNION no Foodservice Brasileiro

A GALUNION é hoje reconhecida por sua capacidade de interpretar o Foodservice brasileiro de maneira sistêmica, conectando estratégia, operação, comportamento do consumidor, inovação e desenvolvimento de mercado. Mais do que uma consultoria, a GALUNION atua como uma articuladora de conhecimento, conexões e visão aplicada, apoiando empresas na leitura de contextos complexos, na identificação de oportunidades e na construção de caminhos concretos de transformação.
Ao lançar o Radar Tech Foodservice Brasil, a GALUNION reafirma esse compromisso. O projeto nasce da convicção de que o setor precisa de mais clareza, mais curadoria e mais inteligência

aplicada para lidar com um ambiente em rápida transformação. Em um mercado pressionado por novas exigências econômicas, operacionais e comportamentais, mapear tecnologias com critério é também ajudar o ecossistema a decidir melhor.
O Radar reflete, portanto, uma missão mais ampla: contribuir para um Foodservice brasileiro mais preparado, mais competitivo, mais sustentável e mais capaz de transformar complexidade em ação.
Ao conectar operadores a soluções, referências e critérios de decisão, a GALUNION busca fortalecer a capacidade do setor de evoluir com consistência, discernimento e visão de longo prazo.

Como Navegar pelo Radar Tech

Este material foi concebido para ser mais do que um catálogo de tecnologias. Ele deve ser lido como um guia estratégico de apoio à tomada de decisão. Cada categoria do Radar foi organizada para oferecer uma visão estruturada sobre um campo específico de soluções e sua relevância para o Foodservice.

Em cada categoria, você encontrará:

- **Descrição da categoria**
  Uma explicação abrangente sobre o papel daquele conjunto de tecnologias, sua lógica de aplicação e seu impacto potencial sobre a operação, a experiência do cliente e a gestão do negócio.

- **Desafios e resultados**
  Os principais problemas ou tensões que essas tecnologias ajudam a enfrentar, bem como os ganhos esperados com sua adoção, seja em eficiência, qualidade, agilidade, controle, previsibilidade ou crescimento.

- **Critérios de seleção e implementação**
  Orientações práticas para apoiar a escolha das soluções mais aderentes à realidade de cada operação, considerando maturidade, viabilidade, integração, complexidade de implantação e potencial de retorno.

- **Destaque de empresas e soluções**
  Referências de players e tecnologias atuantes em cada espaço, oferecendo ao leitor uma visão mais concreta do mercado e das possibilidades disponíveis.

A plataforma do Radar Tech Foodservice Brasil será continuamente atualizada para ampliar esse repertório, acompanhar a evolução das soluções e manter vivo o compromisso de gerar referência prática para o setor.

Para Quem é o Radar Tech?

O Radar Tech foi desenvolvido para atender diferentes perfis de operadores e agentes do ecossistema de Foodservice, dos pequenos negócios independentes às grandes redes estruturadas. Independentemente do porte ou do modelo de atuação, a transformação tecnológica já impacta a forma como os negócios compram, vendem, operam, se relacionam com clientes, treinam equipes e protegem sua margem. Por isso, acreditamos que todas as operações podem se beneficiar de uma leitura mais clara e estratégica das tecnologias disponíveis.

Este material é especialmente relevante para:

- Proprietários e gestores de restaurantes
- Executivos de restaurantes, bares, lanchonetes, cafeterias, padarias, fast foods e similares e operações de catering

- Profissionais responsáveis por operações, inovação, tecnologia e sustentabilidade
- Investidores e stakeholders interessados no desenvolvimento do setor de Foodservice no Brasil

Uma Ponte para o Futuro do Foodservice

Ao explorar as categorias do Radar Tech, você encontrará uma ampla gama de tecnologias que já estão transformando o mercado de Foodservice no Brasil. Mas, acima de tudo, encontrará uma forma de organizar escolhas em um ambiente cada vez mais exigente. Em um setor pressionado por custos, mudanças de comportamento, novas demandas regulatórias e crescente complexidade operacional, decidir bem sobre tecnologia tornou-se parte central da estratégia do negócio.

Mais do que um mapeamento, este material é um convite à reflexão e à ação. Ele busca ajudar operadores e líderes a reconhecer onde estão as oportunidades mais concretas de ganho de eficiência, fortalecimento de marca, melhoria de experiência, inteligência de gestão e construção de vantagem competitiva.

Acreditamos que o futuro do Foodservice será cada vez mais integrado, responsivo e inteligente. E que as ferramentas digitais terão papel decisivo para tornar esse futuro viável e economicamente sustentável. O Radar Tech Foodservice Brasil é uma contribuição concreta para essa jornada. Conte com a GALUNION como parceira para navegar por esse cenário em transformação e aproveitar, com mais clareza e consistência, as oportunidades que a tecnologia pode oferecer.

Agradecimento aos nossos apoiadores institucionais

O Radar Tech Foodservice Brasil é resultado de um esforço conjunto de pessoas, empresas e entidades comprometidas com o desenvolvimento e a inovação do setor de Foodservice no país. Esta iniciativa só alcança relevância e impacto porque encontra apoio em organizações que compartilham a visão de um mercado mais preparado, conectado e capaz de evoluir com consistência.

Queremos dedicar esta página para agradecer profundamente às entidades que apoiaram institucionalmente este projeto. Sua contribuição foi essencial para ampliar o alcance, a credibilidade e a força desta iniciativa pioneira. Ao apoiar o Radar Tech, essas entidades reafirmam seu compromisso com a evolução tecnológica do setor, com a geração e disseminação de conhecimento e com o fortalecimento contínuo de todo o ecossistema de Foodservice brasileiro.

Muito obrigado por estarem conosco nesta jornada. Juntos, seguimos impulsionando inovação, eficiência e sucesso sustentável para um setor que tem enorme importância econômica, social e cultural no Brasil.

ABERC Associação Brasileira das Empresas de Refeições Coletivas

ABF Associação Brasileira de Franchising

abrasel

FRAC

ANR Associação Nacional de Restaurantes

APUBRA Associação Pizzarias Unidas do Brasil

IFB Instituto Foodservice Brasil

NUTRI•LOVER

SINDRIO

Radar Tech Foodservice Brasil 2026





1. Ponto de Venda (POS), Pagamentos e Sistemas de Gestão

A categoria de Ponto de Venda (POS), Pagamentos e Gestão reúne as tecnologias que estruturam a base comercial, financeira e operacional de um negócio de foodservice. Em muitos casos, é aqui que começa a transformação digital real de um restaurante, porque essas soluções organizam o momento em que o pedido entra, o pagamento acontece, a informação circula e a operação se torna visível para o gestor.

Embora muitas vezes seja percebido apenas como “o sistema do caixa”, o POS moderno está longe de ser uma ferramenta restrita ao fechamento da conta. Na prática, ele funciona como um ponto de articulação entre diferentes partes do negócio: salão, balcão, delivery, cozinha, estoque, retaguarda financeira e gestão gerencial. Quando bem escolhido e bem implementado, ele ajuda a reduzir falhas, acelerar atendimento, integrar dados e sustentar decisões mais inteligentes.

Essa categoria também inclui as soluções de pagamento e os sistemas de gestão financeira e contábil que tornam a operação mais segura, confiável e controlável. Em um setor pressionado por margens estreitas, alta complexidade tributária, múltiplos canais de venda e necessidade crescente de velocidade, essas tecnologias deixam de ser apenas ferramentas administrativas e passam a ser elementos centrais da competitividade.

Mais do que registrar vendas, essas soluções permitem que o operador compreenda melhor o funcionamento do seu negócio, acompanhe indicadores críticos, conecte áreas que historicamente operavam de forma isolada e construa uma operação mais fluida, escalável e orientada por dados.



Subcategorias

– POS e Meios de Pagamento

As soluções de POS e meios de pagamento concentram o núcleo da operação comercial no ponto de contato com o cliente. São tecnologias que registram pedidos, calculam valores, processam pagamentos e distribuem informações para outras áreas da operação. Em negócios mais maduros, vão além disso: ajudam a sincronizar canais, organizar fluxos, reduzir retrabalho e capturar dados

valiosos sobre comportamento de consumo.

No foodservice, a velocidade e a precisão no momento da venda são decisivas. Um pedido lançado incorretamente, um pagamento recusado sem clareza, uma integração que falha ou uma fila que demora a andar geram frustração imediata para o cliente e pressão direta sobre a equipe. Por isso, um POS eficiente não é apenas uma ferramenta de conveniência. Ele é parte da experiência.

As plataformas mais avançadas conectam o pedido feito no salão, no balcão, em um totem de autoatendimento ou em um canal de delivery à cozinha, ao estoque e ao sistema de gestão. Isso reduz a fragmentação operacional, evita lançamentos duplicados e melhora a consistência das informações ao longo do processo.

Os meios de pagamento, por sua vez, evoluíram rapidamente. Hoje, o cliente espera poder pagar com cartão por aproximação, QR code, carteira digital, link de pagamento, aplicativos e, em alguns casos, até com autenticações mais avançadas. Quanto menor o atrito no momento da finalização da compra, maior tende a ser a fluidez da operação e melhor tende a ser a percepção de serviço.

Essa subcategoria também pode incluir integrações com programas de fidelidade, assinaturas, convênios, benefícios corporativos e campanhas promocionais. Quando essas conexões funcionam bem, o pagamento deixa de ser apenas o encerramento da venda e passa a fazer parte de uma relação mais ampla com o cliente, que envolve recorrência, conveniência e retenção.

Em resumo, um bom ecossistema de POS e pagamentos ajuda o operador a vender melhor, atender com mais agilidade, capturar menos erro e criar uma jornada mais fluida para o consumidor.





– Gestão Financeira e Contábil

A gestão financeira e contábil no foodservice exige mais do que controles genéricos. O setor combina grande volume transacional, diversidade de canais, particularidades tributárias, alta sensibilidade a custos e necessidade constante de acompanhar margem, desperdício, rentabilidade e fluxo de caixa. Por isso, soluções especializadas podem fazer enorme diferença.

Essas tecnologias ajudam os operadores a organizar contas a pagar e a receber, conciliar vendas com recebimentos, acompanhar taxas e repasses, monitorar custos, controlar centros de resultado e produzir relatórios que melhorem a capacidade de decisão da gestão.

Em operações mais complexas, o desafio não está apenas em registrar movimentações financeiras, mas em entender o que elas significam. O gestor precisa saber quais canais são mais rentáveis, onde estão os desvios, quais categorias pressionam mais a margem, como o custo se comporta ao longo do tempo e como a operação pode reagir mais rapidamente a mudanças de preço, inflação interna ou perda de eficiência.

Soluções bem desenhadas para esse campo permitem transformar dados financeiros dispersos em visão gerencial. Elas facilitam a leitura da saúde do negócio, apoiam o planejamento e ajudam o operador a sair de uma lógica meramente reativa para uma postura mais estratégica.

Outro ponto central é a conformidade. No ambiente brasileiro, o peso das exigências fiscais, tributárias e contábeis é alto, e erros podem gerar perdas financeiras, retrabalho e exposição desnecessária. Sistemas confiáveis ajudam a reduzir esse risco e dão mais segurança à operação.



– Integração e Automação Comercial

A integração e a automação comercial cumprem um papel decisivo na maturidade tecnológica do negócio. Em muitos restaurantes, o problema não é a ausência de sistemas, mas o excesso de sistemas que não conversam entre si. Quando isso acontece, o operador perde tempo, multiplica lançamentos, cria pontos de falha e passa a tomar decisões com base em informações fragmentadas.

Essa subcategoria reúne tecnologias que conectam o POS a outras plataformas, como ERPs, marketplaces, sistemas de delivery, soluções de estoque, ferramentas de CRM, plataformas financeiras e dashboards gerenciais. O objetivo é criar um fluxo mais contínuo e confiável de informação.

Quando há integração consistente, o ganho vai além da produtividade administrativa. A operação se torna mais sincronizada. O pedido entra corretamente, o estoque reflete melhor a venda, a cozinha recebe a informação de forma mais precisa, os dados financeiros são consolidados com menos ruído e a gestão passa a trabalhar com mais visibilidade.

A automação comercial também reduz tarefas manuais, minimiza retrabalho e libera tempo da equipe para atividades mais relevantes. Em vez de depender de planilhas paralelas, conferências repetitivas e correções constantes, o negócio passa a operar com processos mais padronizados e previsíveis.

Para empresas com múltiplos canais de venda ou ambição de escala, isso é particularmente importante. Sem integração, o crescimento tende a aumentar a confusão. Com integração, o crescimento tem mais chance de ser acompanhado de controle.

Problemas típicos enfrentados pelos operadores de Foodservice

A busca por tecnologias de POS, pagamentos e gestão normalmente nasce de dores muito concretas. Entre as mais comuns, estão:

Fragmentação de processos
Muitos operadores trabalham com sistemas desconectados, o que obriga a repetir lançamentos, dificulta conferências e aumenta a incidência de erro.

Lentidão no atendimento
Um sistema desatualizado ou mal configurado pode gerar filas, atrasos, falhas de comunicação com a cozinha e desgaste para o cliente.

Baixa visibilidade gerencial
Sem dados organizados e integrados, o gestor tem dificuldade para entender desempenho, identificar zgargalos, acompanhar rentabilidade e agir com rapidez.

Complexidade financeira e tributária
Controlar recebimentos, taxas, conciliações, obrigações fiscais e indicadores econômicos é particularmente desafiador no setor.

Falhas em pagamentos e segurança transacional
Instabilidade, falhas de conciliação, risco de fraude e inadequação às exigências de proteção de dados podem comprometer tanto a operação quanto a reputação do negócio.

Dependência excessiva de controles manuais
Planilhas paralelas, conferências feitas “na mão” e processos improvisados ainda são comuns e se tornam ainda mais problemáticos à medida que a operação cresce.

Dificuldade de operar múltiplos canais
Salão, retirada, delivery próprio, marketplaces e vendas promocionais exigem coordenação. Sem tecnologia adequada,

Critérios para Seleção de Tecnologia

Ao Ao avaliar soluções dessa categoria, os operadores não deveriam se deixar conduzir apenas por preço, aparência da interface ou promessa comercial. O critério central deve ser a aderência da tecnologia à realidade operacional do negócio e à sua ambição futura.

Alguns pontos são decisivos:

- **Aderência ao modelo operacional**
  Um restaurante de serviço rápido tem necessidades distintas de uma cafeteria, de uma rede casual dining, de uma dark kitchen ou de uma operação corporativa. A solução precisa encaixar no modelo real do negócio.
- **Capacidade de integração**
  O sistema deve conversar com estoque, cozinha, delivery, ERP, financeiro e outras plataformas relevantes. Tecnologia isolada gera custo oculto.
- **Confiabilidade e estabilidade**
  Esse ponto é crítico. Se o sistema cai, a operação trava. Em muitos casos, disponibilidade, tempo de resposta e robustez valem mais do que recursos supérfluos.
- **Usabilidade**
  Equipes de operação precisam aprender rápido e executar sem fricção. A experiência do cliente também importa, especialmente nos pontos de pagamento e autoatendimento.
- **Escalabilidade**
  A tecnologia precisa acompanhar crescimento, abertura de novas unidades, aumento de canais ou maior sofisticação da gestão.
- **Qualidade da informação gerada**
  Não basta registrar dados; é preciso organizá-los de maneira útil para análise, controle e tomada de decisão.
- **Segurança e conformidade**
  Soluções devem atender às exigências legais e proteger dados financeiros e cadastrais com seriedade.
- **Suporte e evolução do fornecedor**
  O operador não está comprando apenas um software, mas entrando em uma relação contínua. Suporte técnico, capacidade de atualização e conhecimento do setor são fatores estratégicos.

Talvez o ponto mais importante seja este: em foodservice, o sistema precisa funcionar com consistência operacional. Não basta ser moderno. Ele precisa ser confiável sob pressão.

Desafios da Implantação e Cuidados Necessários

A implantação dessa categoria de tecnologia costuma parecer simples no discurso comercial, mas, na prática, pode ser delicada. Trocar ou integrar sistemas que impactam venda, pagamento e gestão exige planejamento, disciplina e atenção a detalhes.

Um dos erros mais comuns é tratar a implantação como uma tarefa puramente técnica. Na realidade, trata-se de uma mudança operacional. Ela mexe em rotina, comportamento, fluxo de trabalho, treinamento, responsabilidades e padrões de controle.

Entre os desafios mais frequentes estão:

- **Resistência da equipe**
  Sempre que um sistema altera a forma de trabalhar, surgem insegurança, comparação com o modelo anterior e tendência a manter atalhos antigos.
- **Problemas de compatibilidade**
  Nem toda promessa de integração se confirma na prática. É comum que conectores, cadastros ou lógicas entre sistemas gerem fricções inesperadas.
- **Cadastros mal estruturados**
  Produtos, preços, impostos, formas de pagamento, centros de custo e regras operacionais precisam estar bem organizados para que o sistema funcione como deveria.
- **Treinamento insuficiente.**
  Mesmo uma boa tecnologia fracassa se a equipe não souber operá-la corretamente em contexto real.
- **Implantação sem fase de testes**
  Colocar um sistema novo em operação sem ambiente de validação ou sem rodada piloto aumenta muito o risco de erro.
- **Subestimação do período de adaptação**
  As primeiras semanas costumam exigir ajustes finos, acompanhamento próximo e rápida capacidade de correção.

Para mitigar esses riscos, é recomendável construir um plano de implementação claro, mapear integrações críticas, revisar cadastros com rigor, treinar equipes por função, testar cenários

reais antes do lançamento e acompanhar de perto os primeiros dias de uso.Tecnologia bem implementada tende a se tornar invisível no cotidiano, porque passa a funcionar como parte natural da operação. Tecnologia mal implementada, ao contrário, se torna uma fonte constante de atrito.

Resultados típicos da implementação bem-sucedida

Maior Eficiência Operacional
Menos retrabalho, menos erro de lançamento, mais agilidade no atendimento e melhor sincronização entre frente e retaguarda.

Melhoria na Experiência do Cliente
Pedidos mais fluídos, pagamentos mais rápidos, menos filas, menos fricção e maior percepção de profissionalismo.

Mais controle financeiro
Melhor conciliação, mais clareza sobre receitas, taxas, custos e desvios, além de maior capacidade de planejamento.

Visibilidade gerencial ampliada
Dados mais organizados permitem enxergar performance, comparar canais, acompanhar indicadores e decidir com mais velocidade.

Base mais sólida para crescimento
Operações que pretendem expandir precisam de sistemas que sustentem aumento de volume sem aumento proporcional de confusão.

Aumento de recorrência e retenção
Quando pagamentos, benefícios e programas de relacionamento se conectam bem, a experiência tende a se tornar mais conveniente e coerente para o cliente.

Decisões mais inteligentes
Com informação mais confiável, o gestor passa a agir menos por intuição isolada e mais por leitura estruturada da realidade.

Por que essa categoria é tão central no Radar?

Porque ela está no centro nervoso da operação. É nesse conjunto de tecnologias que o pedido ganha forma, o pagamento se concretiza, a venda vira dado, a rotina vira processo e a gestão ganha visibilidade.

Em outras palavras: essa categoria não é apenas uma área funcional entre outras. Ela é uma base de sustentação para diversas frentes do negócio. Sem uma estrutura consistente de POS, pagamentos e gestão, outras tecnologias podem até ser adicionadas, mas a operação continuará sofrendo com fragmentação, baixa previsibilidade e limitação gerencial.

Por isso, ao olhar para esse campo, o operador não deveria perguntar apenas “qual sistema resolve meu caixa?”, mas algo mais exigente e estratégico: qual arquitetura tecnológica vai me permitir operar com fluidez hoje e governar melhor meu negócio amanhã?

Produtos em destaque

SW for smart food service

Maximize a eficiência da gestão do seu negócio com as soluções da SW! Simplificamos o gerenciamento do seu estabelecimento, tornando-o mais fácil e eficaz. Nossas soluções são projetadas para otimizar suas operações, tanto na frente de loja quanto na retaguarda. Para redes e franquias, oferecemos gestão multi-lojas que centraliza dados essenciais, garantindo uma visão clara do seu desempenho.

TEKNISA

Potencialize seu foodservice com o **Teknisa Retail**. Uma solução completa para gerir restaurantes e redes com foco em eficiência. Controle seu PDV, estoque e financeiro em uma única plataforma. Reduza desperdícios com rastreabilidade precisa e integre canais de venda físicos e digitais. Transforme dados em lucro e garanta o uso eficiente de recursos. Gestão inteligente para o seu negócio crescer.

Produtos e empresas cadastrados na plataforma digital

PRODUTO	EMPRESA
+Controle	Nola
All in One Touch Screen	REDSIS BRASIL
Atena RMS	Atena
Colibri Food	NETOWORKS INFORMATICA
Datacaixa PDV	Datacaixa Tecnologia
Degusto	Grupovarejoweb
ERP Linen	Linen Sistemas
EVEREST Food Service	ACOM Sistemas
F360 Finanças	F360
Impressora térmica G250 - Wi-Fi	GERTEC
JR GERENTE	JR PDV SISTEMAS
Linx Taste One	Linx
Maquinona iFood Pago	iFood
Master Control	Master Remote
Meios de pagamento integrados	Altec Sistemas
Memopay	MemoCash Soluções
Microterminal MT-721	GERTEC
MINI CPU KDS - POS5000	POStech
Mobility Gestao	Mobility
Monitor Touch Screen	REDSIS BRASIL
Nola	Nola
NooChef	Nootech Sistemas
Pagamento pelo QR code	Payby
PDV	GCOM Gestão em Tecnologia de Informação
PDV All in One AMERICA POS1210-RK	POStech
PDV Legal	PDV Legal
PDV MOBILE LINEN	Linen Sistemas
PDV Offline	MemoCash Soluções
PIN PAD PPC940	GERTEC
Pluxee Multibeneficios	PLUXEE BENEFICIOS BRASIL S.A
Ponto de venda (PDV)	We:Digitek

PRODUTO	EMPRESA
PONTO PDV	PONTO PDV
POS	Altec Sistemas
POS CONTROLE	POS CONTROLE
PowerChef	STi3 Sistemas
RestauranteUP	
Retaguarda	Altec Sistemas
Saipos Gestão de Restaurante	Saipos Sistema de Gestão
SisMoura Food	JN Moura Informática LTDA
Sistema Suitable	Suitable
solarium	Sicomtec
Stoq PDV	Stoq Tecnologia
SW Gestão	SW
SW Pagamento	SW
SW Serviço	SW
Teclado Programável KDS POS9100-PRO	POStech
Teknisa ERP	Teknisa
Teknisa Retail	Teknisa
Terminal Smart GPOS720	GERTEC
Terminal Smart GPOS760	GERTEC
Vende Ai	BIZPIK SOLUCOES AVANCADAS EM TECNOLOGIA LTDA
WAITER	SIFAT SISTEMAS
WAYCHEF	SIFAT SISTEMAS

Outras empresas mapeadas

Bling
Colibri
Concil
ConnectPlug
Conta Azul
ERP Varejo
Everest Food
GrandChef
KCMS
Lumanet
Nox
Raffinato
RCKY
Saipos
Sischef
TOTVS
Yooga
Zoop



SUBWAY | SW for smart food service

Subway Brasil gera crescimento de 20% com plataforma SW

Estratégia de Tech + Governance integra canais, pagamentos e dados em mais de 1.200 unidades

Categoria Governança digital e Integração de sistemas

Solução Ecossistema de Gestão e Conectividade Operacional

Marca do Produto SW

Marca da empresa Zamp (Subway Brasil)

Em 2025, a Subway Brasil, sob a gestão da Zamp, alcançou um novo patamar de maturidade digital. O desafio de operar uma rede com mais de 1.200 pontos de venda exigia mais do que apenas expansão de pontos de venda. Era necessário gerar crescimento sustentável a partir da digitalização do negócio. Para isso, a empresa decidiu transformar a tecnologia em um pilar central de governança operacional e financeira.

Problema estratégico

Redes maduras costumam sofrer com perdas invisíveis: receitas de delivery não integradas, falta de padronização no fluxo de pedidos e fragmentação nos meios de pagamento são alguns exemplos. O gargalo da Subway Brasil era a falta de um ecossistema único que conectasse balcão e delivery em uma arquitetura de dados confiável. Capturar essa receita dispersa e reduzir as perdas operacionais por meio de uma governança digital rigorosa se tornou um dos objetivos do negócio.

Solução implementada

A Zamp estruturou, com o apoio da SW, um movimento de integração em quatro frentes complementares. A solução permitiu a conexão nativa entre todos os pontos de contato com o cliente e a retaguarda financeira. A plataforma SW passou a atuar como o núcleo de inteligência, garantindo que cada transação fosse rastreável e integrada ao faturamento da rede de forma automática.

A arquitetura tecnológica foi desenhada para elevar o nível de execução nas lojas,



“Grandes redes não crescem apenas vendendo mais. Crescem quando deixam de perder.”

Rodrigo Munaretto
Diretor de Marketing e Vendas da Zamp

independentemente da localização ou do volume de vendas. Com a conexão entre balcão e delivery, a digitação manual de pedidos foi eliminada, reduzindo erros.

Os pagamentos também foram integrados: o TEF foi conectado diretamente ao PDV, melhorando a rastreabilidade financeira. As informações passaram a ser consolidadas em tempo real para facilitar a gestão, com padronização de processos e suporte à execução em todas as unidades da rede.

Visão de futuro

Com a base tecnológica consolidada pela SW, a Subway Brasil foca agora em escalar a inteligência de dados para gerar insights preditivos de consumo. A rede entende que, para sustentar o crescimento em escala, a tecnologia deve fzer parte da governança. A meta para os próximos anos é consolidar a Zamp como a operadora de marcas de foodservice mais eficiente e digitalizada do mercado brasileiro – e tecnologia é essencial nessa jornada.

Resultados quantitativos

A implementação da estratégia Tech + Governance gerou números expressivos para a operação em 2025:

- **Crescimento superior a 20%** em vendas mesmas lojas;
- **25% do faturamento** da operação passou a ser representado pelo canal de delivery em períodos específicos;
- **Mais de 1.200 unidades** operando sob a mesma arquitetura de conectividade.

“O crescimento invisível acontece quando tecnologia e governança caminham juntas: a receita aparece e a eficiência aumenta.”

Rodrigo Munaretto
Diretor de Marketing e Vendas da Zamp

Subway
subwaybrasil
subwaybrasil
subway.com.br

SW
swfast
swfast
swfast.com.br



D'BRESCIA | ACOM sistemas

D'Brescia elimina cultura de planilhas com ERP Everest

ACOM transforma churrascaria tradicional em operação de alta performance com gestão 100% integrada

Categoria ERP e Gestão de Back-office

Solução Gestão Integrada para Food Service

Marca do Produto Everest

Marca da empresa ACOM

A D'Brescia é uma referência de tradição no setor de churrascarias em São Paulo, operando com o complexo modelo de rodízio de carnes, que exige um controle milimétrico de suprimentos e produção. O desafio da marca era modernizar sua gestão sem perder a essência operacional, migrando de uma administração baseada em processos manuais para uma cultura de dados e governança digital.

Problema estratégico

O principal gargalo da D'Brescia era o excesso de descentralização e a dependência de ferramentas informais. A operação era gerida a partir de uma infinidade de planilhas de Excel e comunicações via e-mail, o que gerava falta de visibilidade sobre os custos reais e dificuldade em auditar fluxos internos. O objetivo da empresa era centralizar tudo em uma única "fonte de verdade", garantindo que a informação fluísse sem ruídos entre a retaguarda e o salão.

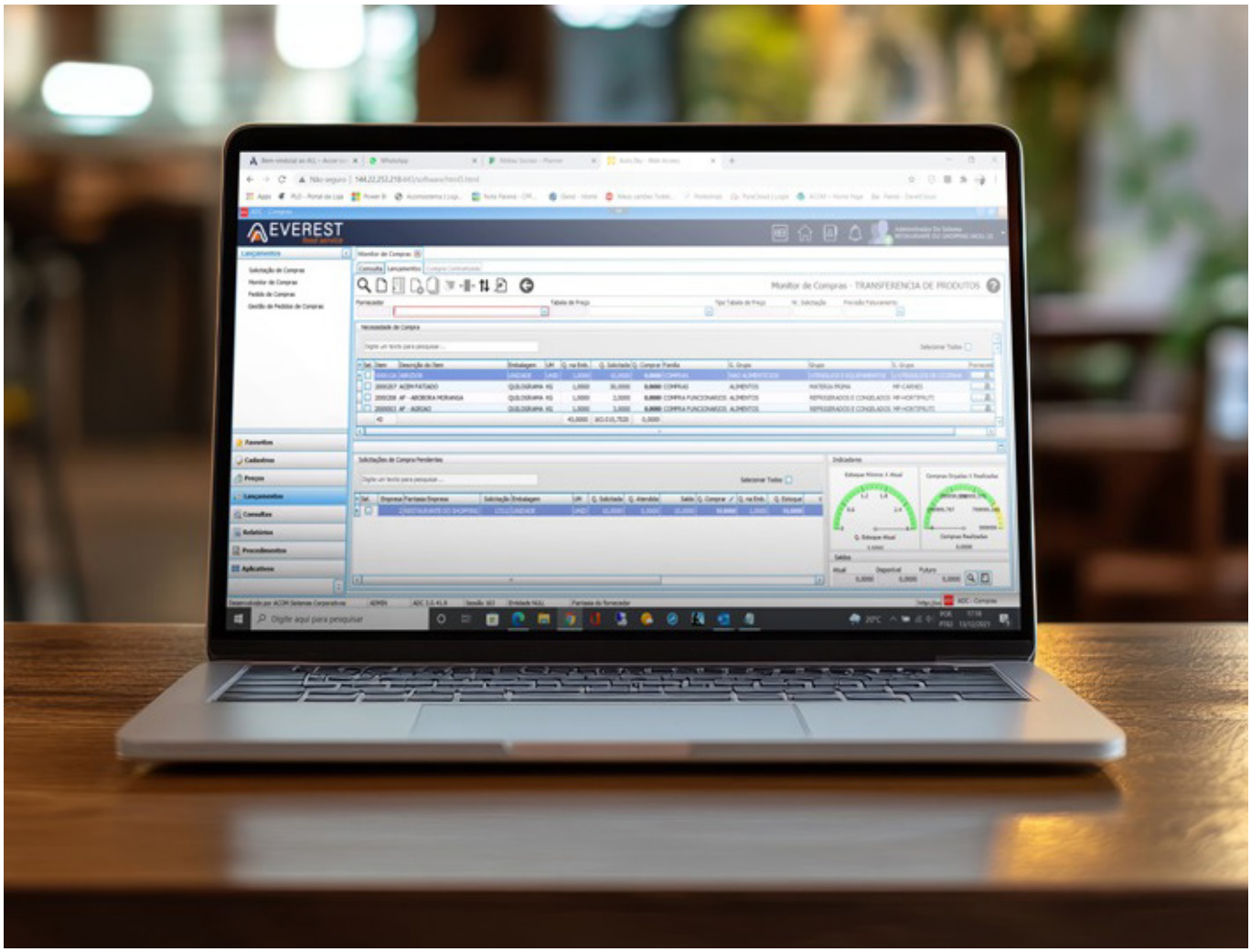
"Não tem mais planilha de Excel, não tem mais e-mail. Toda a comunicação é feita pelos fluxos internos do software."

Edival Spricigo
Sócio da D'Brescia



Solução implementada

A empresa adotou o Everest, ERP da ACOM especializado em Food Service. Buscou-se uma "Implantação Classe A", priorizando o saneamento de dados e a estruturação de processos robustos. O diferencial foi o envolvimento direto dos sócios na validação de cada etapa, garantindo que a tecnologia servisse à operação e não o contrário.



Dinâmica de uso

A plataforma Everest passou a ser o centro nervoso da empresa, eliminando a fragmentação de informações. Toda a troca de informações e ordens de serviço migrou dos e-mails para os fluxos internos do software. O Excel deixou de ser a ferramenta de controle principal e a construção detalhada de fichas técnicas permitiu que a D'Brescia tivesse um controle exato do rendimento das carnes e insumos.

"Digitamos mais de 1.000 fichas técnicas para fazer uma implantação Classe A. Os resultados são maravilhosos."

Edival Spricigo
Sócio da D'Brescia

Resultados quantitativos

A transição para o ecossistema da ACOM, que permite acompanhar movimentações de estoque com auditoria em tempo real, melhorou muito os indicadores de eficiência do negócio:

- **+1.000 fichas técnicas** foram cadastradas e integradas, garantindo precisão total no custo de cada item do mix;
- **100% de eliminação** de planilhas de Excel na gestão operacional e financeira;
- **Redução do CMV**, de 59% para 33%, com objetivo de chegar a 28%;
- **Zero e-mails** para fluxos de aprovação e comunicação interna de processos;
- **Aumento da eficiência gerou um "flywheel"** que permitiu aumentar o faturamento de R$ 55 milhões em 2023 para R$ 260 milhões em 2026, com aumento da base de lojas financiado pelo giro de caixa;
- **Redução drástica de falhas humanas** pela automação de fluxos de trabalho que antes eram manuais.

Visão de futuro

Com os processos estabilizados e os sócios satisfeitos com a visibilidade dos dados, o próximo passo da D'Brescia é utilizar a inteligência do Everest para refinamentos ainda mais profundos na engenharia de cardápio e na estratégia de compras por escala. A tecnologia agora sustenta a tradição, permitindo que a marca cresça com uma retaguarda sólida e auditável.

D'Brescia
dbresciachurrascaria
dbrescia.com.br

ACOM Sistemas
acomsistemas
acom-sistemas
acomsistemas.com.br



IMC™
International Meal Company

ifood

IMC acelera transformação digital com ecossistema iFood Salão

Holding multimarca mitiga risco de descontinuidade tecnológica e unifica dados de delivery e salão em tempo recorde

Categoria POS, Meios de Pagamento e Gestão de Food Service

Solução Ecossistema Integrado de Vendas (Omnichannel)

Marca do Produto 35Checkout (iFood Salão)

Marca da empresa iFood (e-Deploy)

A International Meal Company (IMC), operadora de marcas como Pizza Hut, KFC e Frango Assado, enfrentava um desafio crítico de infraestrutura. Com a saída iminente do provedor anterior do mercado brasileiro, a holding precisava não apenas substituir sua plataforma de software, mas também acompanhar a evolução de um negócio com centenas de unidades e diferentes modelos de negócio.

Problema estratégico

O cenário era crítico. A necessidade urgente de migração sistêmica (chamada internamente de Projeto Júpiter) revelou lacunas profundas na operação anterior:

- **Risco de compliance:** a descontinuidade do suporte local do sistema antigo ameaçava a segurança e a conformidade da operação.
- **Fragmentação de dados:** o desencontro entre os dados do delivery e do salão impedia uma visão única do cliente e do negócio.
- **Gargalos de UX:** totens lentos, dificuldades na aceitação de PIX e falta de soluções de mobilidade no atendimento (“papa-filas”) impactavam diretamente o tempo de espera e a satisfação do consumidor.



“A tecnologia destravou o acesso a novas oportunidades. Saímos de um cenário de risco de descontinuidade para uma operação de alta disponibilidade.”

Arão Tanigawa
Head de Projetos da IMC

Dinâmica de uso

A solução adotada foi o iFood Salão, do iFood, implementado a partir de um cronograma rigoroso de rollout. A tecnologia foi integrada ao SAP da companhia via APIs, permitindo que a inteligência de backoffice conversasse em tempo real com a frente de loja.

O foco da implementação dividiu-se em três frentes:

1. **Experiência de venda:** introdução de totens de alta performance e POS Mobile para redução de filas em marcas como KFC e Pizza Hut.
2. **Omnicanalidade:** integração nativa com o ecossistema iFood, unificando a gestão de estoque e pedidos.
3. **Eficiência operacional:** na rede Frango Assado, a tecnologia permitiu a integração do conceito de "Mini Mercado", otimizando a venda de conveniência à beira das estradas.

“O sucesso não é apenas sobre o sistema, mas sobre a disciplina e o foco na transformação das pessoas na ponta.”

Arão Tanigawa
Head de Projetos da IMC



Resultados quantitativos

A mudança de plataforma trouxe métricas de estabilidade e performance significativas para o grupo:

- **99,99% de disponibilidade** do sistema, eliminando os períodos de inatividade que prejudicavam o faturamento;
- **Redução de 10% para quase zero** na indisponibilidade de canais de venda no salão;
- **Integração total com SAP**, garantindo granularidade de dados para controle de CMV e conciliação financeira;
- **Melhoria na jornada do cliente**, com pagamentos via PIX e totens operando com tempo de resposta drasticamente reduzido;
- **Gestão de mudança eficiente**, com treinamentos focados na experiência do gerente de loja. A tecnologia se tornou uma ferramenta de produtividade, não um peso administrativo.

Visão de futuro

Com a base tecnológica estabilizada, a IMC agora direciona seus esforços para a utilização plena do data lake próprio e para o refinamento do CRM e dos programas de fidelidade. O objetivo é utilizar Inteligência Artificial para analisar erros e personalizar ofertas, elevando a inteligência de dados do grupo a um novo patamar de competitividade no mercado de food service.

IMC
grupoimc
ri.internationalmealcompany.com

iFood
ifoodbrasil
ifood
ifood.com.br



Pobre juan | TEKNISA

Pobre Juan profissionaliza gestão com ecossistema Teknisa

Referência em carnes premium unifica retaguarda e salão para garantir margem e reduzir desperdício em rede nacional

Categoria ERP e Gestão de Back-office

Solução Gestão Integrada para Food Service

Marca do Produto Teknisa

Marca da empresa Pobre Juan

O Pobre Juan, uma das marcas mais prestigiadas de parrilla argentina no Brasil, enfrentava o desafio de manter a excelência operacional enquanto crescia 35% ao ano para se tornar uma rede nacional com 23 unidades. O grupo decidiu romper com a gestão intuitiva para adotar uma cultura de dados rigorosa, focada na preservação das margens e na eficiência da mão de obra.

Problema estratégico

A complexidade de operar carnes nobres, que são insumos de alto valor agregado e alta perecibilidade, exigia um controle que processos manuais não suportavam. Os principais gargalos eram:

- **Visibilidade de CMV:** dificuldade em apurar o Custo de Mercadoria Vendida (CMV) em tempo real, gerando atrasos em decisões de precificação.
- **Gestão de pessoas (turnover):** a falta de integração de dados dificultava a análise de produtividade e a retenção de talentos em um setor com alta rotatividade.
- **Descentralização de processos:** unidades operando como "ilhas", com pouca padronização de processos de retaguarda e baixa integração entre compras, estoque e financeiro.



Dinâmica de uso

A solução foi a implementação do ecossistema Teknisa (Teknisa Retail, Teknisa ERP e Teknisa HCM), integrando todas as camadas do negócio. A plataforma permitiu que cada etapa da jornada do insumo, desde a entrada no frigorífico até o prato do cliente, fosse rastreada digitalmente.

A implementação focou no desenvolvimento de fichas técnicas dinâmicas, com digitalização precisa das informações de cada corte e acompanhamento. Isso permitiu que qualquer variação no preço do insumo se refletisse imediatamente na análise de margem. A unificação dos fluxos de aprovação de compras e conciliação financeira, por sua vez, eliminou retrabalho. Já na área de Recursos Humanos (Teknisa HCM), a integração de indicadores de desempenho com os resultados operacionais permitiu que a gestão de pessoas se tornasse mais assertiva.



“O dado não é para punir, é para educar. Quando o gerente entende o número, ele vira o dono do negócio.”

Naiara Leal
Diretora de RH e Processos no Pobre Juan

Visão de futuro

Com a retaguarda da operação estruturada, o Pobre Juan agora avança para a utilização de inteligência preditiva para o controle de turnover e otimização de escalas de trabalho. O objetivo da rede é utilizar a tecnologia para garantir que a paixão pela gastronomia seja sustentada por uma lucratividade sólida e processos de classe mundial.

“Saímos de uma gestão intuitiva para uma gestão técnica. A Teknisa nos deu a ‘única versão da verdade’ para escalar com rentabilidade.”

Leandro Silva
Controller no Pobre Juan

Pobre Juan
restaurantepobrejuan
pobre-juan
pobrejuan.com.br

Teknisa
teknisaoficial
teknisaoficial
teknisa.com

Resultados obtidos

A adoção da tecnologia transformou a visão dos gerentes de unidade, que passaram a atuar como gestores de negócio:

- **Controle rigoroso de CMV:** visibilidade total sobre perdas e rendimento das carnes, permitindo ajustes rápidos na operação. Com isso, o CMV teve uma queda de 3 pontos percentuais nos últimos anos;
- **Cultura de gestão de dados:** substituição de métricas subjetivas por análises técnicas de lucratividade por prato e por turno;
- **Eficiência em compras:** centralização de suprimentos que garante escala e melhores negociações com fornecedores;
- **Redução de falhas humanas:** automação de processos de inventário e lançamento de notas, liberando a equipe para focar na hospitalidade.



Spedini | ABF ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING

Spedini acelera transformação digital e otimiza gestão de dados

Migração para sistema em nuvem elimina burocracia e integra 31 lojas do Grupo Távola

Categoria ERP e Gestão de Franquias

Solução Gestão em Nuvem e Digitalização de Processos

Marca do Produto Cloudfy

Marca da empresa Cloudfy

Fundada em 1994, a Spedini é uma marca consolidada de culinária italiana presente em praças de alimentação de shopping centers. Com 18 lojas, é a principal marca do Grupo Távola, também detentor das redes It's Grill e Massah.

A operação cresceu de forma orgânica ao longo de 32 anos, mas a infraestrutura tecnológica anterior não acompanhava a complexidade de gerir múltiplas unidades e franqueados.



Problema estratégico

Por cerca de 20 anos, a rede utilizou um sistema que foi se tornando obsoleto e dificultava a extração de números confiáveis. Juliana Titton, COO do grupo, ressalta que a falta de dados impedia decisões precisas, forçando a gestão a atuar muitas vezes baseada no "achismo".

A necessidade de previsibilidade tornou-se particularmente crítica durante a pandemia. Após uma tentativa frustrante com outro fornecedor, a Spedini buscava uma tecnologia que fosse ágil na implantação e intuitiva para os franqueados.

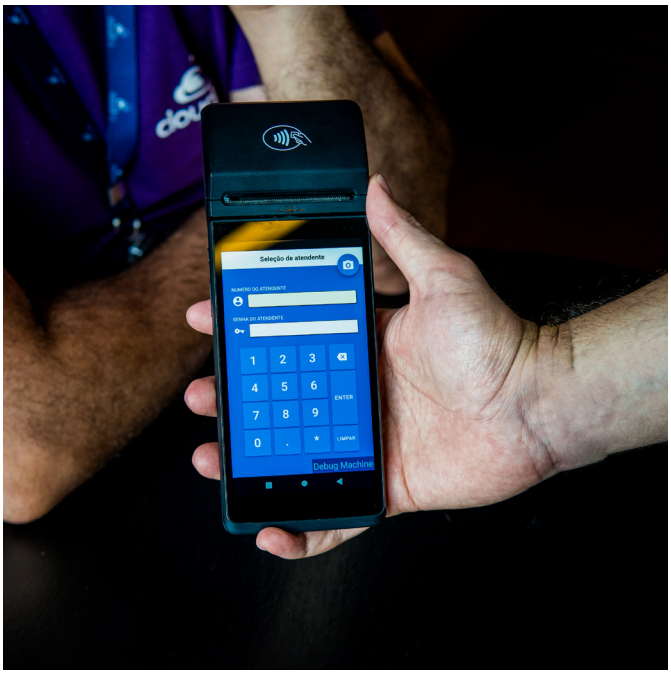
Solução implementada

A escolha recaiu sobre o Cloudfy, uma plataforma de gestão nativa em nuvem. Diferente da experiência anterior, considerada traumática, a implantação foi veloz: o projeto piloto teve início em junho de 2023 e, em novembro do mesmo ano, todas as unidades já estavam operando com o novo sistema. A transição foi otimizada pela equipe da Cloudfy, que permitiu a migração de dados via planilhas, evitando o recadastro manual.

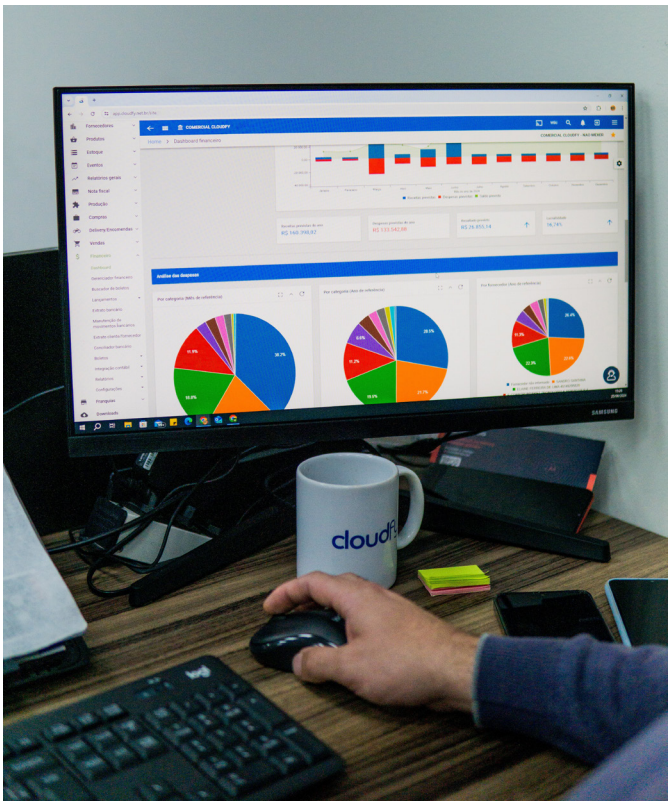
Detalhes da solução

O Cloudfy centralizou as informações de todas as marcas do grupo em um único ambiente digital.

- **Usabilidade intuitiva:** o treinamento da equipe central foi concluído em apenas um dia, devido à interface amigável da ferramenta.
- **Gestão baseada em dados:** a plataforma permite o acompanhamento de indicadores em tempo real, eliminando a gestão "às cegas".
- **Agilidade na expansão:** a facilidade de replicação da base de dados permitiu uma virada rápida em toda a rede. “Saímos do inferno para o céu”, resume Juliana, sobre a mudança para a nova plataforma.







“O Cloudfy nos tirou do 'inferno' operacional. Saímos de um sistema legado de 20 anos para uma solução intuitiva e ágil”

Juliana Titon
COO do Grupo Távola

Resultados obtidos

A adoção do Cloudfy gerou eficiência imediata para a Spedini:

- **Migração acelerada:** todas as lojas foram integradas à plataforma em menos de cinco meses;
- **Redução do CMV:** controlando diariamente o estoque teórico, monitorando a performance de compras semanalmente e utilizando um sistema de comparação de preços, a empresa reduziu seu CMV de 31% para 28,5%. A análise mensal dos preços orienta as negociações de compras e torna o processo mais previsível;
- **Simplicidade para o franqueado:** a Spedini definiu um indicador claro de produtividade. Cada colaborador de loja tem como meta gerar R$ 25 mil de faturamento mensal.

Essa evolução é fruto de uma gestão madura, que também gera frutos em indicadores do negócio não relacionados ao uso do sistema ERP. A implementação da jornada 5x2 desde o início de 2025 em todas as lojas, por exemplo, permitiu à empresa reduzir seu turnover de 54% para 13% ao ano. O absenteísmo caiu 60% e, em outubro de 2025, houve zero faltas e atestados na rede.

Visão de futuro

Com os processos digitalizados, o Grupo Távola foca em uma expansão sustentável, com a meta de abrir até duas lojas por mês. O Cloudfy é o alicerce tecnológico para suportar esse crescimento na região Sul e em São Paulo, garantindo que a cultura de dados do grupo seja transmitida para cada nova unidade.

“A grande virada foi ter dados reais para decidir. Não dava mais para fazer gestão às cegas”

Juliana Titon
COO do Grupo Távola

Spedini
spedinioficial
spedinitrattoria
spedini.com.br

ABF
abfoficial
abfoficial
abf.com.br



Sodiê Doces | ABF ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING

Sodiê Doces assume o controle da jornada digital com sistema próprio

A maior franquia de bolos do Brasil integra unidades com sistema de gestão próprio e tem melhora significativa em indicadores operacionais

Categoria Gestão de Franquias e Tecnologia

Solução Sistema de Gestão e Inteligência de Dados

Marca do Produto

Marca da empresa Sodiê Doces

A Sodiê Doces, maior rede de doces do Brasil, com cerca de 400 lojas e R$ 800 milhões em faturamento anual, precisava equilibrar sua escala com a necessidade de uma gestão técnica e próxima do consumidor. Em um cenário de expansão contínua, a tecnologia não poderia ser apenas um acessório, mas uma ferramenta estratégica para entender o comportamento do cliente e otimizar a operação das lojas franqueadas.

Problema estratégico

O desafio central estava em uma gestão orientada pela tecnologia. Para a Sodiê, o risco era adotar inovações sem que elas estivessem plenamente alinhadas à realidade do dia a dia das lojas:

- **Desconexão tecnológica:** o perigo de usar a tecnologia como um fim em si mesma, sem que ela servisse para resolver problemas de gestão ou melhorar a experiência do cliente;
- **Visibilidade do negócio:** a necessidade de compreender profundamente os dados da operação para tomar decisões que beneficiassem tanto o franqueador quanto o franqueado;
- **Centralidade no cliente:** o desafio de manter o consumidor como o foco de todas as inovações em uma rede de grande escala.



“A tecnologia não pode ser um fim, mas um meio. O nosso foco é entender a gestão para que a inovação sirva ao nosso verdadeiro patrão: o consumidor.”

Diogo Xavier Silva
Gerente de Marketing da Sodiê Doces





Dinâmica de uso

A estratégia adotada pela Sodiê focou em primeiro lugar na maturação da gestão. Antes de desenvolver um sistema de gestão próprio, a liderança concentrou-se em entender os fluxos de trabalho e as necessidades das lojas. A tecnologia foi então introduzida como um suporte para essa estrutura de gestão já compreendida.

A utilização do sistema permitiu:

- **Transformação de dados em gestão:** uso de informações operacionais para ajustar processos e garantir a eficiência da rede;
- **Tecnologia como meio:** implementação de ferramentas que facilitam a vida do franqueado e, consequentemente, melhoram o serviço prestado ao consumidor final;
- **Cultura de inovação:** foco em soluções que trazem resultados práticos na gestão do negócio, em vez de tendências passageiras.

Visão de futuro

A Sodiê Doces planeja utilizar a base tecnológica implementada para se antecipar às necessidades do mercado. O plano é continuar evoluindo o sistema para que ele continue sendo o elo entre a tradição dos bolos artesanais e a eficiência de uma holding nacional. Ao aumentar a inteligência na gestão, a marca quer continuar sendo a escolha preferida do consumidor.

“Sair da dependência de terceiros e construir um marketplace próprio foi o passo necessário para proteger a rentabilidade do franqueado e a experiência do cliente.”

Diogo Xavier Silva
Gerente de Marketing da Sodiê Doces

Sodiê Doces
sodiedoces
sodiedocesoficial
sodiedoces.com.br

ABF
abfoficial
abfoficial
abf.com.br

Resultados obtidos

Os resultados dessa abordagem refletem uma operação mais sólida e conectada:

- **Ganho de 3,3 pontos percentuais na margem líquida** entre 2024 e 2025, impulsionado pela melhor gestão de custos e resultados nas lojas franqueadas;
- **Diminuição em 2,8 pontos** no Custo das Mercadorias Vendidas (CMV) em 2025, graças a um melhor controle de estoque, compras e desperdícios;
- **Aumento do número de lojas que usam a ferramenta** para gestão diária, com diferenças claras entre unidades geridas com e sem o sistema.



2. Automação de Pedidos e Autoatendimento

A categoria de Automação de Pedidos e Autoatendimento reúne soluções que transformam a forma como o cliente interage com o restaurante no momento de escolher, personalizar e concluir seu pedido. Em um contexto de aumento da demanda por conveniência, velocidade e autonomia, essas tecnologias se tornam fundamentais para operadores que desejam reduzir atritos, elevar produtividade e ampliar capacidade de atendimento sem perder consistência.

Mais do que substituir uma etapa manual, essas soluções redesenham a interface entre consumo e operação. Elas atuam como aceleradoras da jornada de compra, tornando o processo mais intuitivo para o cliente e mais eficiente para o negócio. Ao automatizar pedidos, reduzir filas e aumentar a precisão das escolhas, essa categoria impacta diretamente experiência, rentabilidade e escala.

Além disso, a automação de pedidos gera dados valiosos sobre preferências, comportamento e padrões de compra. Isso permite ao operador compreender melhor sua demanda, ajustar cardápios, promover combinações mais rentáveis e criar experiências mais personalizadas. Em operações com alto fluxo, a tecnologia pode ser determinante para sustentar crescimento sem deteriorar serviço.

Subcategorias

1. Interfaces Vocais e Chatbots

Interfaces vocais e chatbots vêm ganhando relevância como ferramentas de apoio ao atendimento, à captura de pedidos e ao relacionamento inicial com o cliente. Elas permitem automatizar interações recorrentes, responder dúvidas, orientar escolhas e, em alguns casos, concluir pedidos em canais digitais.

– **Por exemplo, um cliente que deseja fazer um pedido pelo WhatsApp ou aplicativo pode ser atendido por um chatbot que apresenta o cardápio, sugere combinações, registra preferências e encaminha a solicitação corretamente para a operação.**

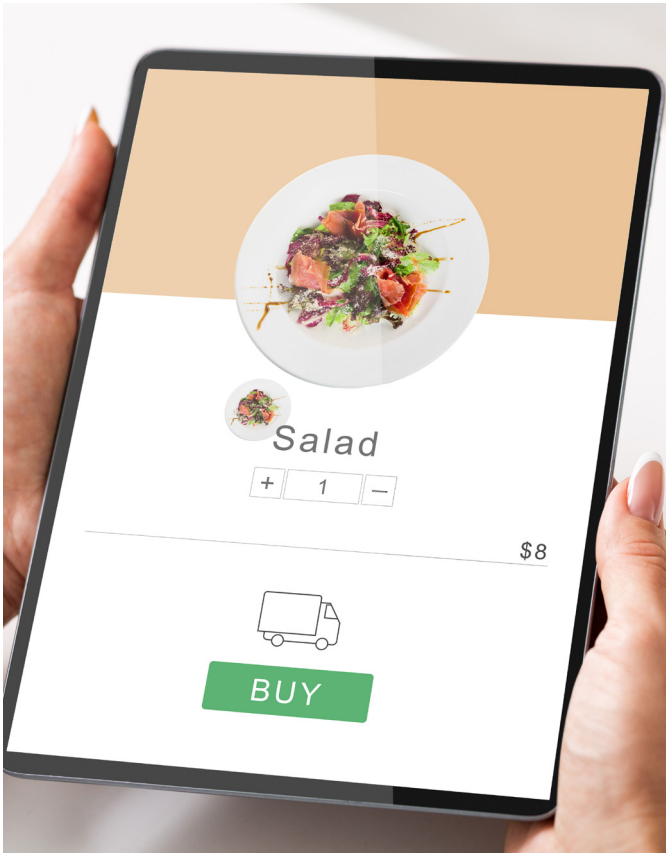
Essas soluções são particularmente úteis em momentos de alto volume, quando a equipe humana precisa concentrar energia em atividades mais críticas. Ao reduzir a carga sobre o atendimento tradicional, elas contribuem para diminuir tempo de resposta e padronizar interações.

– **Para os consumidores:** mais agilidade e autonomia.

– **Para os restaurantes:** menor pressão sobre a equipe e maior capacidade de escala.

Além disso, quando bem integradas, essas interfaces ajudam a coletar informações sobre preferências e comportamento,

apoiando melhorias futuras em oferta, comunicação e experiência.



2. Menu Boards e Cardápios Digitais

Menu boards e cardápios digitais substituem materiais estáticos por interfaces dinâmicas, visuais e atualizáveis em tempo real. Eles ajudam o operador a apresentar melhor a oferta, destacar produtos estratégicos, ajustar preços com rapidez e orientar decisões de compra de forma mais eficiente.

Essas soluções são especialmente relevantes em ambientes de alto giro, como quick service, cafeterias, operações de praça de alimentação e drive-thru. A clareza visual reduz dúvidas, acelera escolhas e ajuda a organizar o fluxo de pedido.

– Por exemplo, um operador pode ajustar imediatamente o destaque de produtos com maior margem, retirar itens indisponíveis ou promover campanhas específicas por faixa horária sem depender de reimpressão de materiais.

Além disso, cardápios digitais permitem incorporar imagens, descrições, personalizações e sugestões de complementos, o que pode aumentar ticket médio e melhorar comunicação com o consumidor.

3. Quiosques de Autoatendimento

Os quiosques de autoatendimento permitem que o próprio cliente conduza o processo de compra, escolhendo produtos, personalizando itens e concluindo o pedido com maior autonomia. São soluções especialmente valiosas em operações com alto fluxo, onde filas e lentidão comprometem tanto experiência quanto capacidade de atendimento.

Ao transferir parte da jornada de pedido para o consumidor,

os quiosques ajudam a reduzir congestionamento no balcão, diminuem erros de comunicação e liberam a equipe para focar em apoio, produção e resolução de situações mais complexas.

- **Para os consumidores:** mais controle sobre a compra e menos espera.

- **Para os restaurantes:** maior fluidez operacional e redução de erros de atendimento.

Além disso, os quiosques costumam favorecer a venda de adicionais, combinações e upgrades, pois apresentam ofertas de forma estruturada e visualmente atrativa durante a jornada.

4. Tecnologias de Personalização

As tecnologias de personalização ajudam a adaptar a experiência de compra ao perfil, ao histórico ou ao contexto de cada cliente. Elas podem recomendar produtos, sugerir complementos, exibir ofertas específicas e tornar a navegação mais relevante.

No foodservice, essa capacidade é especialmente importante porque o cliente valoriza conveniência, mas também espera algum grau de adequação ao seu gosto, ocasião de consumo e restrições. Personalizar bem significa vender melhor, com mais pertinência e menos fricção.

– Por exemplo, um sistema pode sugerir bebidas, sobremesas ou versões premium de um item com base em compras anteriores ou na lógica do combo escolhido naquele momento.

Essas tecnologias também fortalecem a conexão entre automação e estratégia comercial, pois tornam o pedido não apenas mais rápido, mas também mais inteligente do ponto de vista de receita e relacionamento.



Critérios para Seleção de Tecnologia

Ao selecionar tecnologias para Automação de Pedidos e Autoatendimento, os operadores devem priorizar soluções que:

- Reduzam atritos reais na jornada do cliente
- Se integrem ao POS, cozinha, estoque e meios de pagamento
- Sejam intuitivas e fáceis de usar, mesmo para públicos diversos
- Permitam atualização rápidade ofertas, preços e disponibilidade
- Apoio em personalização e venda incremental sem parecer invasivas
- Funcionem bem em momentos de alto volume
- Ofereçam suporte técnico e manutenção confiáveis

E talvez o mais importante: a tecnologia precisa simplificar a jornada. Se ela confunde o cliente ou cria etapas desnecessárias, o ganho prometido desaparece.

Problemas típicos enfrentados pelos operadores de Foodservice

Filas e Gargalos no Atendimento: Em horários de pico, a dificuldade de capturar pedidos com rapidez compromete experiência e produtividade.

Erros no Pedido: Falhas de comunicação entre cliente, atendente e cozinha geram retrabalho, desperdício e insatisfação.

Baixa Capacidade de Escala: Operações muito dependentes de atendimento manual têm dificuldade para crescer sem aumentar proporcionalmente a equipe.

Cardápios Desatualizados ou Pouco Claros: Informações confusas, itens indisponíveis ou pouca visibilidade reduzem conversão e aumentam dúvidas

Pouca Exploração Comercial: Sem apoio visual e inteligente, muitas oportunidades de upsell e cross-sell se perdem.

Fragmentação entre Canais: O cliente interage por múltiplos meios, mas a operação nem sempre consegue oferecer uma experiência coerente em todos eles.

Desafios da Implantação e Cuidados Necessários

A implantação dessas soluções pode enfrentar:

Resistência de Clientes:

Nem todos os públicos se adaptam com a mesma rapidez ao autoatendimento.

Resistência da Equipe:

Parte da equipe pode perceber a mudança como ameaça ou aumento de complexidade.

Problemas de Interface:

Soluções mal desenhadas geram dúvidas, abandono e lentidão.

Integrações Incompletas:

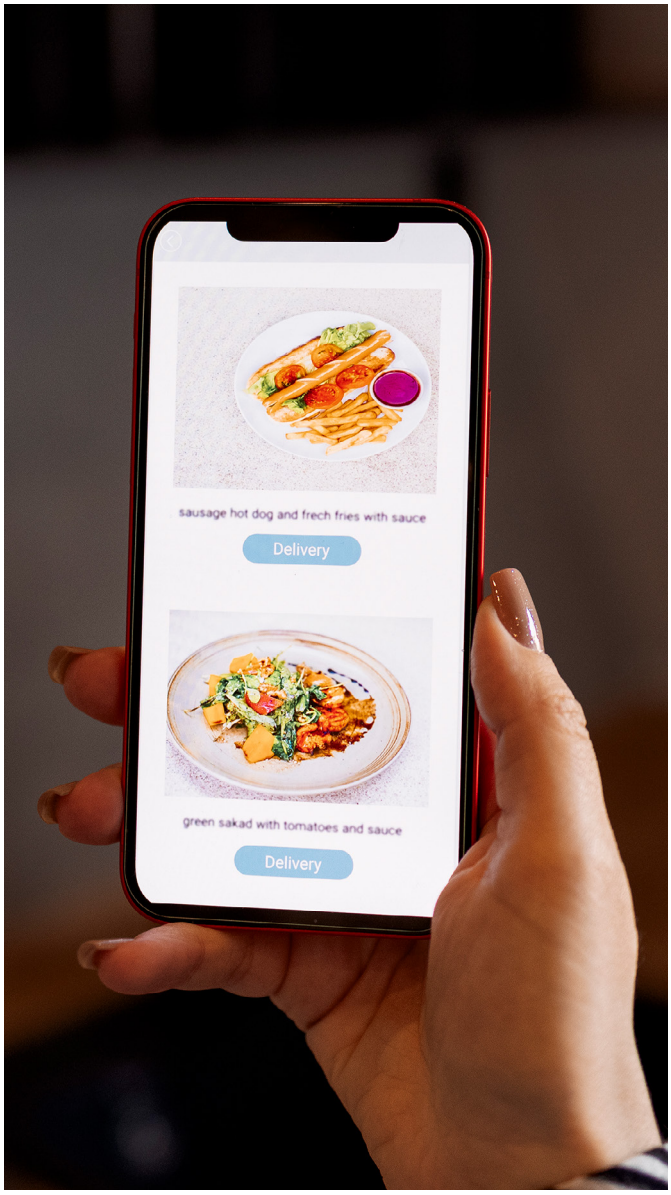
Se a automação não conversa com cozinha, estoque e pagamento, o processo quebra.

Excesso de Opções:

Um sistema visualmente poluído pode tornar a jornada mais lenta em vez de mais eficiente.

Para mitigar riscos:

- Fazer testes com clientes reais antes da implantação completa
- Treinar a equipe para apoiar e orientar o uso da nova tecnologia
- Garantir integração consistente com sistemas centrais da operação
- Revisar o desenho da jornada com foco em simplicidade
- Monitorar indicadores de uso, abandono e conversão nas primeiras semanas



Resultados típicos da implementaçãobem-sucedida

Redução de Filas
O autoatendimento distribui melhor a demanda ao longo do ponto de venda.

Melhoria na Precisão dos Pedidos:
O cliente escolhe diretamente, reduzindo ruídos de comunicação.

Aumento do Ticket Médio:
Sugestões visuais e personalização favorecem vendas adicionais.

Melhoria na Experiência do Cliente:
Mais autonomia e clareza aumentam satisfação.

Capacidade de escala
A operação atende mais gente com maior consistência.

Essa categoria é um vetor importante de transformação da jornada de compra, ajudando restaurantes a unir conveniência, produtividade e inteligência comercial em uma experiência mais moderna e eficiente.

Com ferramentas adequadas, esta categoria oferece aos restaurantes uma oportunidade única de redefinir seu modelo de atendimento, tornando-o mais eficiente, conectado e orientado para as necessidades de seus clientes.

Produtos em destaque

goomer

Com o cardápio digital no tablet, seus clientes podem navegar pelo menu de maneira visual e intuitiva, ver imagens dos pratos, descrições detalhadas e até mesmo enviar seus pedidos diretamente do tablet para a cozinha, sem intermediários.

Produtos e empresas cadastrados na plataforma digital

PRODUTO	EMPRESA
Autoatendimento USE POS-K156A	POStech
Autoatendimento USE POS-K210W	POStech
Cardápio Digital	i3 sistemas
Cardápio Digital em QR Code	Goomer
Cardápio Digital em Tablet	Goomer
CoPiloto de Vendas baseado em IA Generativa para delivery	Natural Bot
Digital Frontstore Suite - In Store	Olga Tech
Foods App Delivery	Linen Sistemas
Gula Menu	Gula Menu
LiveMenu	TAGME SISTEMAS PARA RESTAURANTES LTDA.
Locação de equipamentos	We:Digitek
Nevoz Multi	Nevoz Telecom
Responde AI	BIZPIK SOLUCOES AVANCADAS EM TECNOLOGIA LTDA
Smart PDV GS300 - Solução “all-in-one”	GERTEC
SW Atendimento	SW
SW Totem de autoatendimento	SW
TAS JTA150	Prime Interway
Totem de Autoatendimento	Goomer
Totem de autoatendimento	We:Digitek
Totem de Autoatendimento - Smart Kiosk SK210	GERTEC
Vendas digitais	Altec Sistemas
Waymenu	SIFAT SISTEMAS

Outras empresas mapeadas

360SPB
Abrahão
Anota AI
AnswerForMe
Assistente Smart
AutoChef
BeeFood
Brendi
Cardápio Web
Chat Inteligente
CISS S.A.
ClickAtende
Colibri
ConnectPlug
Consumer
Datacaixa
Desbravador
EPOC
Food Sistemas
FoodClub
Foodsapp
Gama Delivery
Get In
GrandChef
iHUNGRY
iZap
Jimi Robô
KCMS
Locarti
Meu Cardápio
MPI Informática
Noochefe
NoxMob
OlaClick
PagBank
QR Pedir
Restia
Saipos
Simpliza
Sischef
SisFood
SmallSoft
SocialHub
Strelo
T-Bit
TOTVS
Videosoft
WAbiz
Waiterio
Web Automação
WhatsWave
Yooga
Yumzi
Zig



água doce
SABORES DO BRASIL

goomer

Água Doce eleva nível de hospitalidade com tablets e autoatendimento

Rede de restaurantes adota solução da Goomer para liberar garçons do papel de "tiradores de pedido" e utiliza tecnologia para garantir venda sugestiva em tempo real

Categoria Automação de Pedidos e Autoatendimento

Solução Cardápio Digital e Venda Assistida

Marca do Produto Cardápio digital Goomer

Marca da empresa Goomer



A Água Doce Sabores do Brasil, tradicional rede de culinária brasileira, enfrentava o desafio de modernizar o atendimento no salão sem perder o calor humano. Com a visão estratégica de que a tecnologia deve servir para melhorar a gestão, a rede integrou tablets às mesas, permitindo que a equipe de salão deixe o papel burocrático e assuma uma função de hospitalidade pura.

Problema estratégico

O principal obstáculo no salão era a limitação do atendimento humano tradicional. Os gargalos identificados foram:

- **Equipe sobrecarregada:** garçons atuando apenas como "tiradores de pedidos", sem tempo para focar na recepção e no bem-estar do cliente;
- **Oportunidades perdidas:** o atendimento humano muitas vezes esquece de realizar a venda sugestiva (oferecer um acompanhamento, uma bebida específica ou sobremesa);
- **Medo da mudança:** havia uma barreira cultural que impedia a adoção de ferramentas digitais no salão por receio de desumanizar o serviço.

“Ao fazer com que a equipe deixe de ser ‘tiradora de pedidos’, permitimos que eles tenham mais tempo para fazer a diferença com um atendimento incrível.”

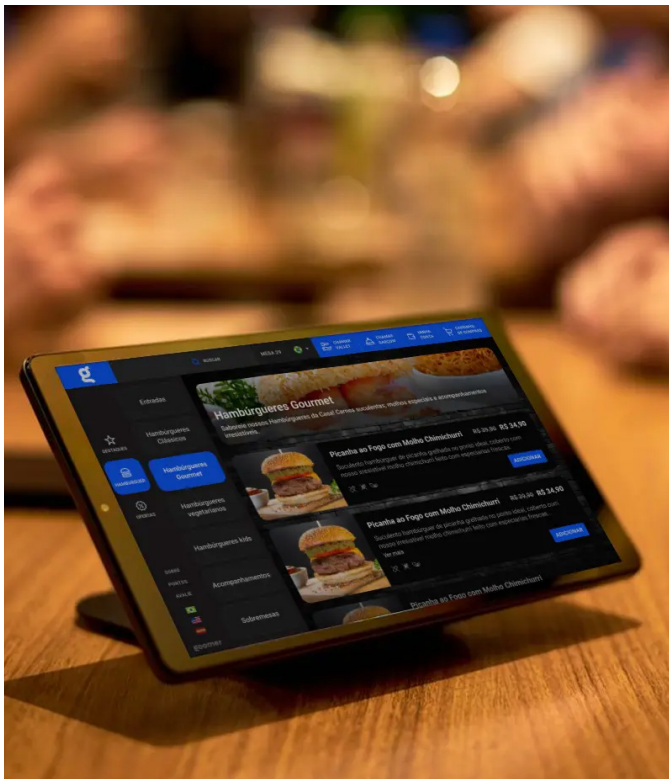
Júlio Bertolucci
Diretor de Franquias da Água Doce Sabores do Brasil

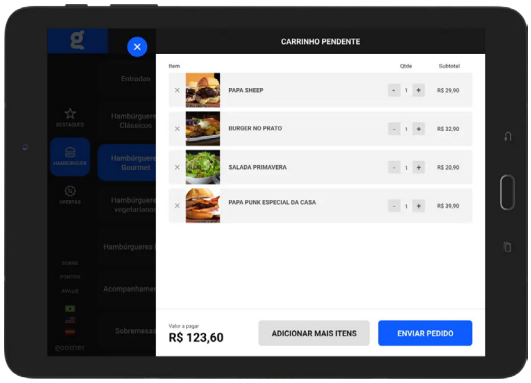
Dinâmica de uso

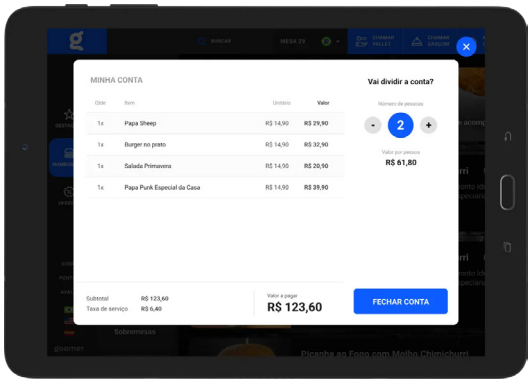
A solução foi a implementação de tablets com o sistema de autoatendimento da Goomer para redesenhar a jornada do consumidor. A tecnologia passou a ser o motor de vendas que nunca falha, enquanto o capital humano foi redirecionado para a consultoria gastronômica.

O foco da operação com os tablets baseou-se em:

- **Venda sugestiva:** o sistema é configurado para “vender mais e oferecer mais”, sugerindo itens complementares em cada etapa do pedido, algo que o tablet faz de forma consistente em 100% das vezes;
- **Reprogramação da equipe:** com o tablet cuidando da parte operacional de anotação de pedidos, os garçons foram orientados a focar no acolhimento, recebendo os clientes na porta e garantindo uma circulação mais estratégica pelo salão;
- **Gestão por painéis:** o atendimento no salão deixou de ser intuitivo para ser monitorado por indicadores e dados em tempo real, permitindo que o gestor identifique falhas de serviço instantaneamente.







Visão de futuro

Com a consolidação da digitalização do salão, a Água Doce planeja aprofundar o uso dos dados coletados pelos tablets para personalizar a experiência de cada mesa. O objetivo é que a tecnologia continue a ser o elo que permite à marca crescer em escala, mantendo a precisão técnica de uma empresa moderna com o sabor e o acolhimento da tradicional cachaçaria brasileira.

“Percebo que todo mundo fica com medo dos custos, mas vejo uma diferença brutal entre quem adota tecnologia e quem ainda é analógico.”

Júlio Bertolucci
Diretor de Franquias da Água Doce Sabores do Brasil

Água Doce Sabores do Brasil
aguadoceoficial
aguadoce-sabores-do-brasil
aguadoce.com.br

Goomer
goomer_br
goomer
goomer.com.br

Resultados obtidos

A adoção desse modelo de gestão inteligente gerou resultados visíveis na performance da rede:

- **Aumento de 20% nas vendas**, uma vez que a rede conseguiu garantir que todos os produtos do mix fossem oferecidos ao cliente no momento certo da jornada;
- **Redução de 3% no CMV**, devido à melhor rotatividade do estoque e à diminuição das ocorrências de vencimento de produtos;
- **Melhoria na hospitalidade**, com garçons mais presentes e menos burocráticos, elevando o nível de serviço percebido pelo consumidor final;
- **Atualização de preços mais dinâmica**, permitindo aproveitar oportunidade de aumento de receitas.



3. Delivery, Take Away e Drive-Thru

A categoria de Delivery, Take Away e Drive-Thru reúne as tecnologias que sustentam a operação dos canais de venda e consumo fora do salão. Em um mercado em que conveniência, velocidade e múltiplas ocasiões de consumo se tornaram centrais, essas soluções são fundamentais para transformar a expansão de canais em crescimento organizado, e não em desordem operacional.

Essas tecnologias permitem receber pedidos, integrá-los corretamente à operação, coordenar produção, gerenciar logística e garantir que a experiência entregue ao cliente mantenha qualidade, previsibilidade e consistência. Elas são cada vez mais importantes porque muitos operadores já não dependem apenas da experiência presencial para crescer.

Além disso, essa categoria amplia o alcance comercial do restaurante e cria novas possibilidades de receita. Ela permite vender para diferentes ocasiões, territórios e perfis de cliente, mas exige disciplina operacional. Sem tecnologia adequada, o crescimento multicanal rapidamente se traduz em atraso, erro, desperdício e perda de margem.

Subcategorias

1. Catering e Encomendas

As soluções de catering e encomendas ajudam os operadores a organizar pedidos de maior porte, consumo programado ou ocasiões especiais. Esse tipo de venda costuma ter potencial de ticket mais alto, mas também exige mais controle sobre prazo, personalização, capacidade produtiva e comunicação com o cliente.

– Por exemplo, uma encomenda para evento corporativo ou festa pode exigir itens específicos, horários de entrega rígidos, múltiplas confirmações e acompanhamento detalhado de produção.

Essas tecnologias ajudam a estruturar esse fluxo com mais profissionalismo, reduzindo improviso e risco de falha. Elas também permitem registrar preferências, padronizar propostas, organizar pagamentos e melhorar o aproveitamento comercial dessa frente.

2. Integração e Gestão de Canais

A integração e gestão de canais é uma das áreas mais críticas do delivery contemporâneo. Muitos operadores recebem pedidos por aplicativos próprios, marketplaces, telefone, WhatsApp e canais presenciais. Quando esses fluxos não são integrados, a operação se fragmenta.

Soluções dessa subcategoria consolidam pedidos vindos de múltiplas origens, ajudam a padronizar o fluxo de entrada e reduzem o risco de erros, omissões ou duplicidades. Elas também favorecem maior visibilidade sobre desempenho por canal, o que é essencial para decisões comerciais e operacionais.

- **Para os consumidores: mais consistência na experiência, independentemente do canal utilizado.**

- **Para os restaurantes: mais controle sobre volume, tempo e rentabilidade por canal.**

Além disso, a integração reduz retrabalho e ajuda o operador a manter maior clareza sobre cardápio, disponibilidade, promoções e desempenho em ambientes cada vez mais complexos.

3. Logística e Gestão de Frotas

A logística é um dos elementos mais sensíveis da experiência fora do salão. Soluções de gestão de frotas, roteirização, acompanhamento de entregas e monitoramento de performance ajudam os operadores a controlar prazos, custos e qualidade na última milha.

- Por exemplo, um sistema pode distribuir pedidos de forma mais eficiente entre entregadores, otimizar trajetos e acompanhar atrasos em tempo real, reduzindo o risco de desorganização nos horários mais críticos.

Essas tecnologias são especialmente valiosas para operações com delivery próprio ou modelos híbridos. Elas permitem maior previsibilidade, melhor uso de recursos e mais capacidade de resposta diante de imprevistos.

4. Pedidos Online e Marketplaces B2C

Plataformas de pedidos online e marketplaces B2C cumprem papel central na captura da demanda digital. Elas aproximam o restaurante do consumidor, ampliam visibilidade e facilitam a conversão de vendas em canais de conveniência.

Ao mesmo tempo, exigem gestão cuidadosa. O operador precisa monitorar cardápio, taxa de serviço, margem, promoções, desempenho

e coerência operacional entre o que é prometido ao cliente e o que consegue ser entregue.

Essas soluções ajudam a estruturar presença digital e a captar demanda em diferentes momentos do dia. Quando bem geridas, contribuem para crescimento de receita e expansão de alcance. Quando mal integradas, podem sobrecarregar a operação e comprometer experiência.



Problemas típicos enfrentados pelos operadores de Foodservice

Fragmentação entre Canais: Pedidos chegam por múltiplas origens e nem sempre entram na operação de maneira coordenada.

Atrasos e Falhas na Entrega: Problemas de logística afetam satisfação e reputação.

Baixa Visibilidade de Rentabilidade: Muitos operadores crescem em volume, mas não conseguem enxergar margem por canal.

Erros de Produção e Expedição: Integrações falhas aumentam omissões, trocas e inconsistências.

Dificuldade para Gerir Picos: Horários críticos pressionam cozinha, atendimento e entrega ao mesmo tempo.

Dependência Excessiva de Marketplaces: Sem estratégia, o operador pode perder autonomia comercial e controle de relacionamento.

Critérios para Seleção de Tecnologia

Ao selecionar tecnologias para Delivery, Take Away e Drive-Thru, os operadores devem priorizar soluções que:

- Permitam integração eficiente entre canais e operação
- Ofereçam visibilidade sobre desempenho, tempo e rentabilidade
- Ajudem a organizar produção, expedição e logística
- Reduzam risco de erro em horários de pico
- Sejam compatíveis com o modelo de canal adotado pelo negócio
- Permitam atualização rápida de cardápio, promoções e disponibilidade
- Ofereçam estabilidade e suporte em momentos críticos
- E talvez o mais importante: a tecnologia precisa ajudar o restaurante a crescer com controle. Volume sem coordenação é apenas complexidade ampliada.



Desafios da Implantação e Cuidados Necessários

A implantação de novas tecnologias pode enfrentar:

Integrações Problemáticas: Nem sempre plataformas, cozinha e operação conversam com consistência.

Sobrecarga Operacional: A entrada de novos canais aumenta complexidade e exige redesenho de processos.

Problemas de Padronização: O que funciona no salão nem sempre funciona no delivery ou take away.

Falta de Clareza sobre Papéis: Equipes podem não saber quem responde por cada etapa do fluxo.

Oscilações em Horários de Pico: A tecnologia precisa resistir justamente nos momentos de maior pressão.

Para mitigar riscos:

- Mapear toda a jornada do pedido até a entrega
- Testar integração entre canais, produção e expedição
- Treinar equipes específicas para os novos fluxos
- Monitorar tempo, falhas e indicadores de qualidade desde o início
- Escolher fornecedores com histórico consistente em operações multicanal

Resultados típicos da implementação bem-sucedida

Maior Eficiência Multicanal:
Pedidos fluem com mais organização entre plataformas e operação.

Melhoria na Experiência do Cliente:
Mais previsibilidade, menos erro e maior confiabilidade.

Maior Alcance Comercial:
O restaurante expande sua presença além do salão.

Melhor Gestão Logística:
Entregas mais coordenadas reduzem atraso e retrabalho.

Maior Clareza sobre Rentabilidade:
A visão por canal permite decisões mais estratégicas.

Escalabilidade com Controle:
Crescer deixa de ser sinônimo de caos operacional

Essa categoria é essencial para operadores que desejam transformar canais externos em motores de crescimento consistentes, preservando experiência, margem e disciplina operacional.

Produtos em destaque

As vantagens de ser uma loja parceira no iFood:

- Entrega Fácil: Entregue com eficiência tanto seus pedidos que chegam pelo iFood, quanto os que chegam por WhatsApp, Redes Sociais e Telefone.
- Gestão simples e fácil: Você não precisa de ponto de venda nem computador. No iFood, é possível gerenciar seu negócio de qualquer lugar pelo celular.
- Consultoria gratuita: Acesso a consultoria gratuita com especialistas em performance para ajudar você a crescer seu negócio por 30 dias.
- Conta digital e crédito: Serviço bancário para recebimento semanal dos repasses e que também oferece crédito com taxas facilitadas.

Solução de venda digital que permite a venda via delivery, take away, balcão, drive thru e mesa com inúmeras funcionalidades que ajudam a vender mais, hub de marketplace (checkout multiloja) e já integrada ao PDV e gateway de pagamento. Conta também com a gestão de todo o cardápio (preço - com possibilidade de políticas comerciais diferentes por região, modelo, horário etc, produtos, toppings/atributos, fotos e descrição etc) de forma fácil e intuitiva. Engloba ainda um módulo de cupons, descontos e promoções com múltiplas possibilidades e regras parametrizáveis, e um hub logístico que conta com diversas regras parametrizáveis que auxiliam a ter maior eficiência logística. Além de ter um adminal geral para a gestão de todo o modelo digital e um admin de loja para a gestão de dia a dia na operação.

Produtos e empresas cadastrados na plataforma digital

PRODUTO	EMPRESA
Cardápio Digital Grátis	Datacaixa Tecnologia
Cardápio Digital para Delivery	Goomer
Delivery Lab	Caffè Digital
Digital Frontstore Suite - Ordering	Olga Tech
Hanzo APPs e Web Apps	Hanzo
Hanzo Venda Digital	Hanzo
Hanzo Whatsapp Sales	Hanzo
iFood para Parceiros	iFood
Integrações estratégicas	Altec Sistemas
Max	LETS Delivery
PDV Delivery	MemoCash Soluções
Plataforma Pigz	Pigz
Sistema de Gestão de Frotas - Delivery	ITCEG Tecnologia
Smart locker	Clique Retire
SW Delivery	SW
XMenu	XMenu

Outras empresas mapeadas

99 (DiDi)
Abrasel
Aiqfome
Alphacode
Anota AI
BeeFood
Cardápio Web
Colibri
ConnectPlug
Consumer
Cozinha Hub
Delivery Direto
Delivery Much
DeliveryVip
Expresso Delivery
Facity
Food Sistemas
Foodsapp
Foody Delivery
GloriaFood
GrandChef
Grupo GPA
Hub Delivery
HUB Softwares
Juma Entregas
LETS Technology
Loggi
OlaClick
OnChef
Pick n Go
PowerGO
Quero Delivery
Rappi
Saipos
Simpliza
Sischef
SyLog
UaiRango
Uber
Vuupt
WAbiz
Yooga



Suburbanos domina mercado de pizzas “NY Style” com estratégia data-driven no iFood

Foco em eficiência operacional e uso intensivo de dados elevam o delivery a 85% do faturamento total da rede

Categoria Delivery & Marketplace

Solução Inteligência de Dados e Alavancagem de Vendas

Marca do Produto iFood

Marca da empresa iFood

A Suburbanos Pizza nasceu com a proposta de oferecer pizzas no estilo Nova York (grandes e com fatias dobráveis), em um modelo de negócio enxuto que pudesse ser multiplicado por meio de franquias. A marca foi construída priorizando o raciocínio econômico e a padronização desde o primeiro dia. Com uma operação desenhada para o delivery, o desafio dos fundadores Renato Mendes e Rodrigo Molina era escalar de forma previsível em um mercado altamente competitivo.



Problema estratégico

Para a Suburbanos, o desafio não estava apenas em vender, mas em crescer com rentabilidade e baixo custo de aquisição de clientes (CAC). No modelo tradicional de pizzarias, os custos fixos com aluguel e salão costumam corroer a margem. Para impedir isso, a marca buscava um mecanismo de crescimento que permitisse testar novas geografias e produtos sem a necessidade de investimentos pesados em pontos físicos. A falta de dados granulares sobre o comportamento do consumidor era o maior obstáculo para uma expansão acelerada.

Solução implementada

A estratégia adotada foi o mergulho profundo no ecossistema do iFood, tratando a plataforma não apenas como um canal de vendas, mas como uma ferramenta de Business Intelligence.

“Façam o melhor que possam com o que têm, mas sempre olhem para os números. Usem a margem gerada para ficar mais fortes.”

Renato Mendes
Sócio-fundador da Suburbanos

A Suburbanos passou a testar todas as novas funcionalidades e ferramentas lançadas pela plataforma, o que permitiu negociar taxas mais competitivas e utilizar os insights do marketplace para ajustar o "fit" do cardápio e a estratégia de preços em tempo real.

Dinâmica de uso

A operação da Suburbanos é guiada por uma pilotagem diária e aprendizado contínuo. A rotina de uso da tecnologia envolve:

- **Testes constantes:** adoção imediata de recursos do iFood para ganhar vantagem competitiva.
- **Gestão de margem:** uso da margem gerada para reinvestir em crescimento e fortalecimento da base de clientes.
- **Logística e localização:** escolha de pontos com custo de aluguel baixo, com foco na eficiência da entrega.
- **Análise de dados:** monitoramento diário dos números para regular a expansão e identificar oportunidades de mercado.



Visão de futuro

Atualmente com cerca de 50 lojas em operação e 100 mil pedidos mensais via iFood, a Suburbanos quer continuar utilizando os insights do marketplace para expandir sua rede e as vendas. Com uma avaliação média de 4,8 (de 5) pelos clientes no iFood e mais de 90% dos pedidos dentro da área de frete grátis, os fundadores acreditam que este um bom momento para investir no crescimento da base de clientes, aproveitando a estagnação de concorrentes menos digitalizados. A meta é consolidar a liderança no segmento de pizzas diferenciadas, mantendo o DNA de uma empresa que sabe jogar o “jogo dos números”.

Resultados quantitativos

A disciplina na execução e o uso inteligente da tecnologia trouxeram resultados importantes para a Suburbanos:

- **85% do faturamento do negócio**, de mais de R$ 10 milhões por mês, é proveniente do canal de delivery;
- **Taxa de conversão em torno de 25%**, índice considerado excelente;
- **Mais de 90% dos pedidos** são atendidos via frete grátis, mostrando que os consumidores da vizinhança das lojas valorizam o fator conveniência;
- **Custo de aluguel reduzido**, operando com unidades enxutas e focadas na produção das pizzas;
- **Custo de Aquisição de Cliente (CAC) baixo** devido à alavancagem de tráfego orgânico e pago dentro do marketplace;
- **Previsibilidade de receita** baseada no histórico de dados e no comportamento de recompra;
- **Expansão baseada em dados**, com uso das informações do iFood para definir as próximas áreas geográficas de abertura com alto índice de assertividade.

“Ver as oportunidades que o iFood traz e extrair o melhor que ele tem é essencial para afinar o fit e regular a expansão.”

Rodrigo Molina
Sócio-fundador da Suburbanos

Suburbanos
suburbanospizza
suburbanos
suburbanos.com.br

iFood
ifoodbrasil
ifood
ifood.com.br



4. Marketing, Fidelidade e Relacionamento

A categoria de Marketing, Fidelidade e Relacionamento reúne tecnologias que ajudam o operador a construir demanda, aprofundar conhecimento sobre o cliente e transformar interações esporádicas em relações mais contínuas e valiosas. Em um mercado em que atrair consumidores custa cada vez mais, a capacidade de gerar recorrência, preferência e vínculo se torna um ativo estratégico.

Essas soluções permitem ao restaurante comunicar melhor sua proposta, acompanhar comportamento de consumo, segmentar ofertas, responder a feedbacks, organizar reservas e criar experiências que reforçam conveniência e relevância. Mais do que ações promocionais isoladas, trata-se de estruturar uma relação inteligente com a base de clientes.

Além disso, essa categoria ajuda o operador a sair de uma lógica puramente transacional. Ao integrar dados, jornadas e estímulos, as tecnologias de marketing e relacionamento tornam possível compreender melhor quem compra, com que frequência, em quais ocasiões e com quais expectativas. Isso fortalece retenção e melhora eficiência comercial.

Subcategorias

1. CRM, Fidelização e Gestão de Feedbacks

As soluções de CRM, fidelização e gestão de feedback ajudam o operador a acompanhar o relacionamento com seus clientes de forma mais estruturada. Elas permitem registrar histórico de consumo, segmentar públicos, ativar campanhas mais relevantes, criar incentivos à recorrência e monitorar percepções sobre a experiência.

– Por exemplo, um restaurante pode identificar clientes frequentes, reconhecer padrões de compra e oferecer benefícios específicos para aumentar retorno ou estimular novas ocasiões de consumo.

Além disso, ferramentas de feedback ajudam a capturar sinais importantes sobre qualidade percebida, falhas de atendimento, satisfação e oportunidades de melhoria. Isso fortalece a escuta e permite agir com mais velocidade diante de desvios.

– Para os consumidores: experiências mais relevantes e reconhecimento de preferência.

– Para os restaurantes: maior retenção e relacionamento mais inteligente.

2. Gestão de Reservas, Filas e Eventos

A gestão de reservas, filas e eventos é essencial para operações em que organização do fluxo de pessoas

impacta diretamente experiência e produtividade. Essas soluções ajudam o operador a distribuir melhor a demanda, reduzir tempos de espera, organizar ocupação e oferecer maior previsibilidade ao cliente.

– Por exemplo, um restaurante pode usar sistemas de reserva e fila digital para comunicar tempo de espera, evitar aglomeração na recepção e planejar melhor a ocupação dos turnos.

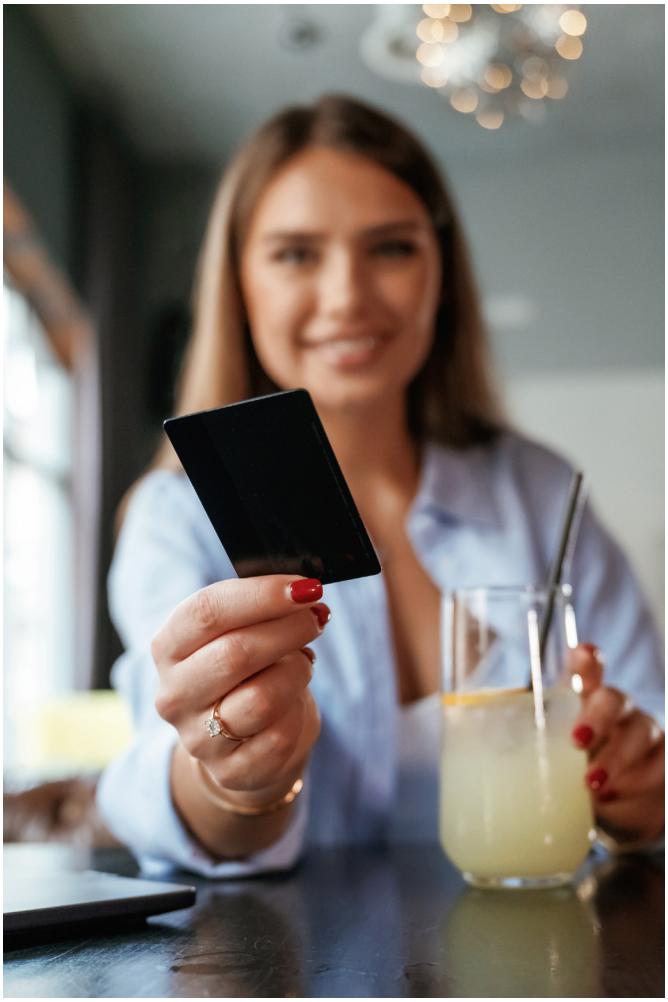
Em eventos, essas tecnologias ajudam a coordenar confirmações, fluxos de entrada, comunicação e alocação de capacidade. Isso melhora experiência e reduz improviso operacional.

3. Marketing Digital e Experiência do Cliente

EAs soluções de marketing digital e experiência do cliente permitem planejar campanhas, gerenciar presença digital, impulsionar comunicação e acompanhar desempenho de ações voltadas à atração e conversão. Elas conectam o restaurante a seus públicos de forma mais segmentada e mensurável.

No foodservice, esse campo vai além de “fazer postagens”. Trata-se de construir presença relevante, estimular demanda nas ocasiões certas e gerar continuidade entre descoberta, compra e relacionamento.

Essas ferramentas também ajudam o operador a articular branding, promoção, reputação e tráfego para seus diferentes canais, criando maior coerência comercial.



Potencializar a fidelidade com tecnologia gera resultados

Critérios para Seleção de Tecnologia

Ao selecionar tecnologias para Marketing, Fidelidade e Relacionamento, os operadores devem priorizar soluções que:

- Permitam conhecer melhor o cliente e segmentar ações
- Se integrem a POS, canais digitais e programas de benefícios
- Facilitem o acompanhamento de recorrência e comportamento de compra
- Organizem reservas, filas ou eventos com clareza e previsibilidade
- –Transformem feedback em insumo de melhoria
- Permitam mensurar resultados com consistência
- Sejam adequadas ao porte e à maturidade do negócio

E talvez o mais importante: a tecnologia deve fortalecer relação, não apenas aumentar volume de disparos. Comunicação sem

Problemas típicos enfrentados pelos operadores de Foodservice

Baixa Recorrência
Muitos restaurantes conseguem vender, mas têm dificuldade para trazer o cliente de volta.

Relação Superficial com a Base
Sem dados organizados, o negócio conhece pouco quem compra.

Comunicação Pouco Eficiente
Ações genéricas desperdiçam orçamento e geram baixo retorno.

Gestão Fraca de Feedbacks
Reclamações e elogios não são transformados em aprendizado..

Desorganização em Reservas e Filas
Picos de demanda geram espera, atrito e frustração.

Baixa Mensuração de Resultado
Falta clareza sobre o impacto real das ações de marketing.

relevância desgasta a marca.

Desafios da Implantação e Cuidados Necessários

A implantação de novas tecnologias pode enfrentar:

Base de Dados Desorganizada: Sem dados mínimos confiáveis, CRM e fidelização perdem potência.

Excesso de Ações sem Estratégia: É comum o operador adotar ferramentas antes de definir objetivos claros.

Integrações Incompletas: Relação entre compra, recompensa e comunicação pode quebrar se os sistemas não conversarem.

Equipe Sem Disciplina de Uso: Feedbacks, reservas e campanhas exigem rotina e acompanhamento.

Medição Frágil: Sem indicadores definidos, fica difícil aprender e ajustar.

Para mitigar riscos:

- Definir objetivos claros para retenção, aquisição e relacionamento
- Organizar cadastros e fluxos de coleta de dados
- Integrar ferramentas aos sistemas centrais da operação
- Treinar equipe para tratar feedback e jornadas com consistência
- Monitorar indicadores de frequência, satisfação e retorno das campanhas



Resultados típicos da implementação bem-sucedida

Maior Retenção de Clientes
Programas e comunicações bem desenhados incentivam retorno..

Melhor Conhecimento da Base
Dados estruturados ampliam capacidade de segmentação.

Experiência Mais Fluida
Reservas, filas e contatos se tornam mais organizados.

Melhoria da Reputação
Feedbacks passam a gerar resposta e aprendizado.

Maior Eficiência Comercial
Campanhas mais relevantes reduzem desperdício de esforço.

Fortalecimento da Marca
O relacionamento deixa de ser episódico e ganha continuidade.

Essa categoria é essencial para operadores que desejam transformar clientes ocasionais em relações recorrentes, elevando valor percebido, retenção e inteligência comercial.

Produtos em destaque

4REAL

Plataforma de Afinidades e Inteligência Exponencial que integra Marketing Digital, Fidelidade e Hiperpersonalização no mesmo Ecossitema.

risposta

O Risposta resolve os 3 maiores problemas na gestão de experiência do cliente.

1. Capturar dados e escutar o feedback de muitos clientes do jeito certo
2. Construir planos de melhoria objetivos e personalizados apoiados por Inteligência Artificial.
3. Treinar as equipes por meio do nosso ecossistema de especialistas em gestão e marketing digital.

Produtos e empresas cadastrados na plataforma digital

PRODUTO	EMPRESA
4Real	4Real - Exponential Intelligence
Aplicativo	We:Digitek
Atena Conecta	Atena
Backoffice	We:Digitek
Breakr OS	Breakr | Marketing Gastronômico
Falaê	Falaê!
Gestão de multi-locais no Google Meu Negócio	HARMO FEEDBACK INTELLIGENCE
Hanzo Fidelidade	Hanzo
Hanzo Inteligência em dados	Hanzo
Lista de Espera	TAGME SISTEMAS PARA RESTAURANTES LTDA.
Loyalty App	Olga Tech
Lucy AI	Lucy Serviços de Marketing S.A.
Marketing Suite	Olga Tech
PDVx Sistema Online de Gestão	PDVx
Plataforma de Fidelidade e CRM	Fixe CRM - Plataforma de Fidelidade 360
Plataforma e pesquisa de satisfação e CRM	Risposta
Promove Ai	BIZPIK SOLUCOES AVANCADAS EM TECNOLOGIA LTDA
Repediu	Repediu
Sistema de Reserva	TAGME SISTEMAS PARA RESTAURANTES LTDA.
Stoq.shop	Stoq Tecnologia
SULTS Expansão	SULTS
SW Engajamento	SW
Zeca CRM	Zeca

Outras empresas mapeadas

Anota AI
Bitrix24
Buffer
Carbonara
Cardápio Web
CISS S.A.
Consumer
CoverManager
Enotel
Eventbrite
FastGet
Fidelimax
Fideliz
Foodie
Gerenciagram
GloriaFood
Google
GrandChef
Hootsuite
Infor
Meets
MeEventos
Menew
Meta
MLabs
OlaClick
OpenTable
RD Station
Sagres Gestão
Saipos
Salesforce
Simpliza
Sischef
Tableo
Toolboxiot
WAbiz
Zygo



BIBI 1993 | 4REAL

Bibi Sucos vence a “cegueira do balcão” com ecossistema de fidelidade 4Real

Ícone da gastronomia saudável carioca identifica mais de 40% da base de clientes e aumenta a frequência de consumo a partir dos dados

Categoria CRM, Fidelidade e Inteligência de Dados

Solução Plataforma de Engajamento e Identificação de Consumidor

Marca do Produto 4Real

Marca da empresa Bibi Sucos



A Bibi Sucos, uma instituição do lifestyle carioca fundada em 1993, enfrentava um desafio comum a grandes redes de balcão: a anonimidade do consumidor. Com 16 lojas (todas no Rio de Janeiro) e um fluxo intenso de clientes que procuram desde sucos a refeições completas, a rede operava com eficiência, mas sem saber exatamente quem era o seu cliente, o que ele consumia e qual era a sua jornada de recompra.

Problema estratégico

A principal dor da Bibi Sucos era uma espécie de "cegueira transacional". O sucesso da marca escondia uma vulnerabilidade estratégica na desconexão com os clientes:

- **Comunicação indireta:** a marca não possuía canais diretos de comunicação, ficando dependente do fluxo passivo de loja ou de plataformas de entrega de terceiros.
- **Falta de dados sobre clientes:** não havia forma de distinguir o cliente fiel do ocasional, o que impedia ações de marketing personalizadas.
- **Atrito na identificação:** métodos tradicionais de registro de clientes eram lentos e geravam filas, desestimulando a adesão dos consumidores.

"Fidelidade é a construção de um relacionamento duradouro com o cliente, e isso só é possível quando deixamos de ser cegos sobre quem ele é."

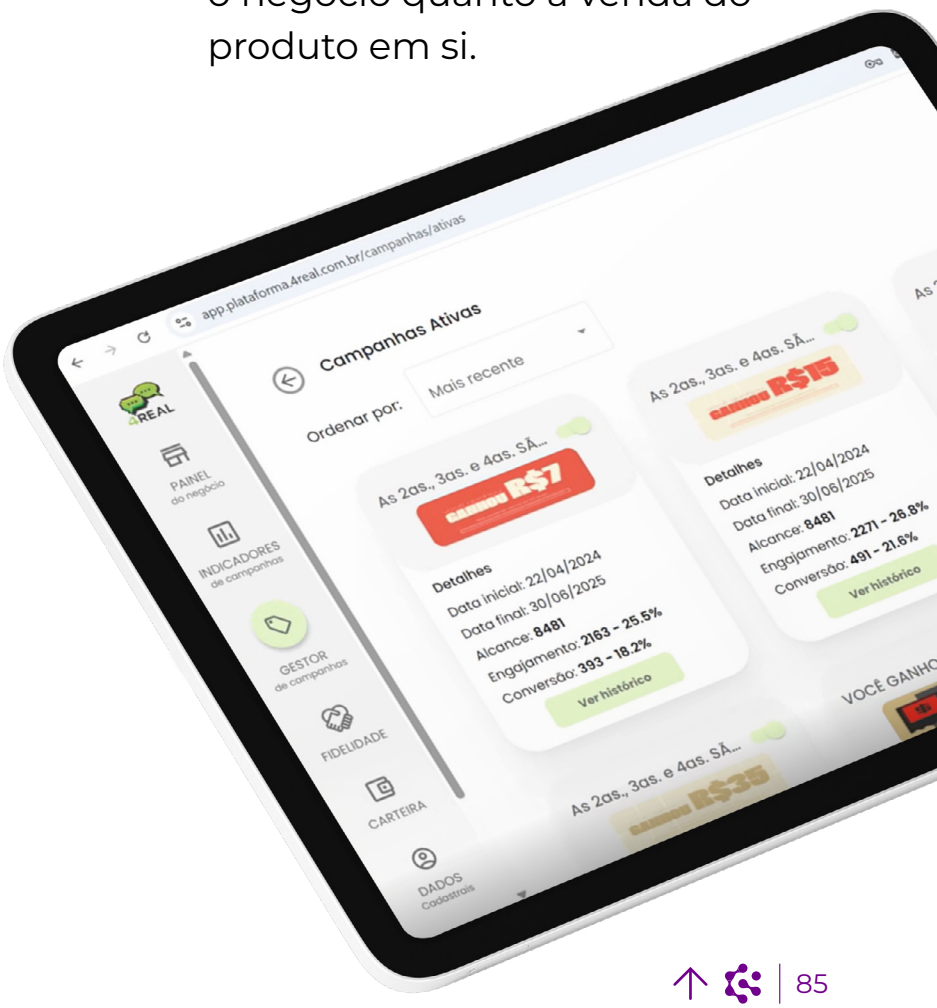
Guillermo Rubiano
Sócio-Operador do Bibi Sucos

Dinâmicas de uso

A adopção da plataforma 4Real gerou uma redução drástica do atrito nas transações. Em vez de aplicativos pesados ou registros complexos, a solução utiliza o WhatsApp como interface principal de relacionamento e o número do celular como identificador único.

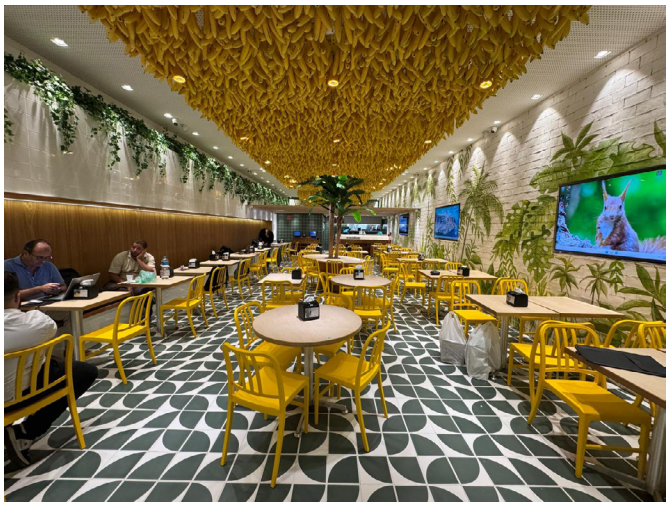
A implementação baseou-se em três pilares:

1. **Identificação seamless:** o cliente identifica-se no checkout (POS) e recebe notificações imediatas de pontuação via WhatsApp, sem necessidade de descarregar apps.
2. **Gamificação e recompensa:** a criação de níveis de fidelidade e resgate de benefícios exclusivos estimula o senso de comunidade e pertencimento à marca.
3. **Cultura de ponta:** o treino das equipes foi redesenhado para que o operador entenda que a captura do dado é tão vital para o negócio quanto a venda do produto em si.



“O CRM não é uma ferramenta de tecnologia, é uma ferramenta de cultura. O dado só tem valor se mudar o comportamento da equipe na ponta.”

Guillermo Rubiano
Sócio-Operador do Bibi Sucos



Visão de futuro

O próximo passo da Bibi Sucos é a consolidação de sua atuação omnicanal. A integração já iniciada com o iFood permitirá que o cliente pontue e resgate benefícios independentemente do canal de compra escolhido. A empresa pretende utilizar inteligência preditiva para antecipar desejos: se um cliente consome habitualmente açaí à terça-feira, o sistema poderá sugerir a compra com antecedência, fechando o ciclo de fidelidade com mais conveniência.

Bibi Sucos
bibisucos
bibi-sucos
bibisucos.com.br

4Real
4real.oficial
4real-exponencial-intelligence
4real.com.br

Resultados obtidos

A transição para um modelo digital transformou a gestão de marketing da rede:

- **Taxa de identificação:** salto de um cenário de anonimidade para entre 40% e 50% de clientes identificados;
- **Aumento de frequência:** os 14 mil clientes integrantes do programa apresentam uma recorrência de compra significativamente maior que os não identificados, além de um ticket médio 20% superior;
- **Base de dados própria:** a marca construiu um ativo de dados que permite campanhas direcionadas para produtos específicos em horários de menor procura;
- **Redução de dependência de marketplaces:** a rede aumentou seu poder de atração para os canais próprios de venda (balcão e entrega direta).



Pizza Hut automatiza lucratividade com inteligência preditiva da Hanzo

Operação da rede no Brasil unifica Big Data transacional e transforma canal próprio em unidade de inteligência autônoma

Categoria ECDP (Customer Data Platform), CRM e Inteligência Artificial

Solução Ecossistema de E-commerce e Inteligência Preditiva

Marca do Produto Plataforma Hanzo (IA Proprietária)

Marca da empresa Hanzo

A Pizza Hut Brasil, operada pelo Grupo IMC, enfrentava um desafio de maturidade digital comum a grandes redes: utilizar bem os dados disponíveis. Uma grande fonte de receita incremental não estava em novos clientes ou novas campanhas – estava na receita que já existia, em intenção de compra confirmada, e que se perdia por falta de inteligência operacional.



Problema estratégico

O cerne do problema era que os gestores corporativos não tinham tempo hábil para buscar dados em sistemas complexos. Entre os principais desafios estavam:

- **Análise tardia:** a rede possuía os dados, mas as ações de retenção ou correção ocorriam quando o cliente já havia se desengajado.
- **Complexidade de BI:** ferramentas tradicionais de Business Intelligence entregavam visões consolidadas, mas não traziam planos de ação prontos que pudessem ser aplicados imediatamente.
- **Dependência de agregadores:** havia a necessidade de fortalecer o canal próprio como uma fonte de dados proprietários e soberania digital.

“A verdadeira vantagem competitiva não é apenas ter o dado, mas a capacidade de transformá-lo em decisões imediatas na frente de loja. O CDP da Hanzo é o nosso analista de dados automatizado.”

Gabriela Vasconcellos
Gerente de Vendas Digitais
da Pizza Hut (Grupo IMC)

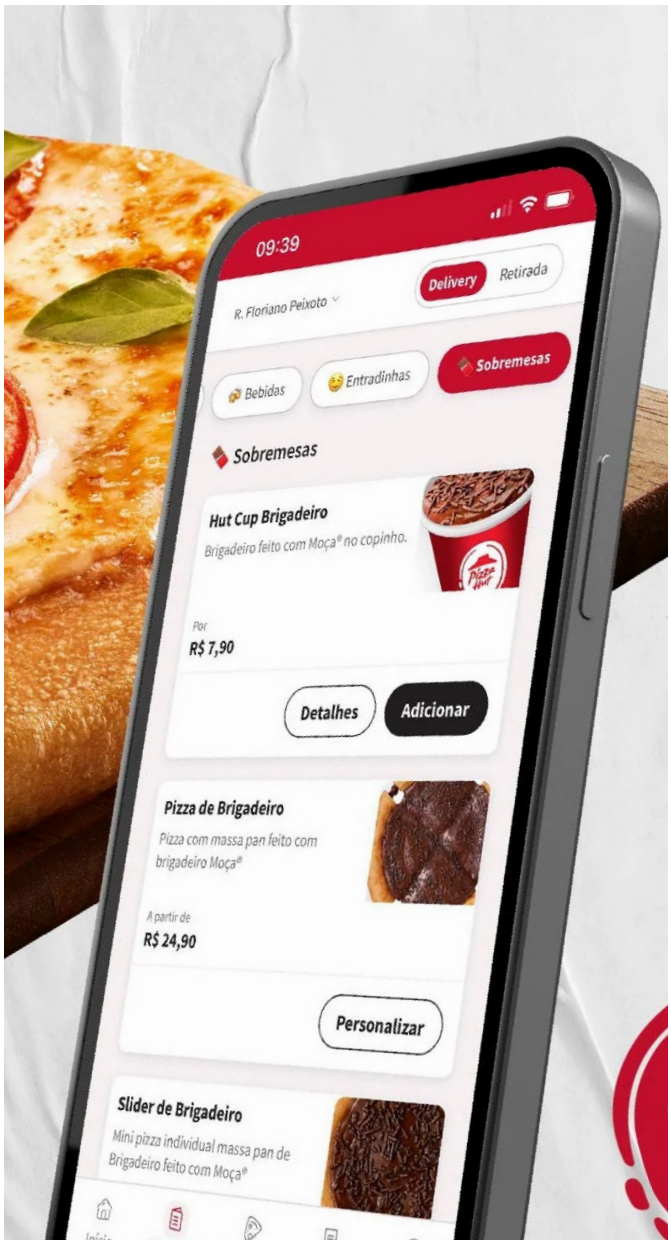
A adoção do Customer Data Platform (CDP) da Hanzo tornou essas questões visíveis, mensuráveis e resolvíveis, de forma autônoma, diária e sem custo adicional. Com isso, a rede não apenas processa pedidos, mas aprende com cada transação e age sobre cada oportunidade, antes que ela seja perdida.

Dinâmica de uso

O CDP da Hanzo é um motor de decisão proativo que opera de forma autônoma, capturando as informações transacionais em tempo real, cruzando com o histórico da base e agindo sem depender de intervenção humana.

A operação baseia-se em um relatório diário de inteligência, baseado em um sistema que analisa os resultados do dia anterior, compara-os com a média dos últimos 30 dias e identifica automaticamente problemas ocultos ou oportunidades de lucro.

O sistema não espera ser consultado. Em vez disso, envia alertas de campanha de retenção aos gestores e oferece sugestões de correções operacionais para execução.



“O valor da inteligência está em ‘caçar’ o gestor com a informação certa no momento certo, e não esperar que ele a procure em dashboards passivos.”

Gabriela Vasconcellos
Gerente de Vendas Digitais
da Pizza Hut (Grupo IMC)

Resultados obtidos

A mudança para esse ecossistema de inteligência autônoma trouxe novos parâmetros de eficiência para a Pizza Hut:

- O CDP identificou que as transações recusadas representavam **aproximadamente 14% do GMV potencial diário** do canal digital — receita que o consumidor tentou gastar e não conseguiu concluir, até então invisível e não trabalhada;
- A taxa de recuperação de pagamentos passou de zero para **entre 25% e 40% do total de recusas**. Até dois quintos da receita que era perdida diariamente passou a ser recuperada automaticamente;
- O CDP identificou que **mais de 60% do faturamento anual** está concentrado em uma única janela do dia, o que permitiu realizar campanhas de redistribuição de demanda para horários adjacentes;
- **Dados que se tornam lucro:** conversão de dados brutos em campanhas automatizadas que garantem a recorrência da base de clientes.

Visão de futuro

Com a retaguarda tecnológica consolidada, a Pizza Hut avança para a fase de hiperpersonalização. O próximo passo é o refinamento dos modelos preditivos para segmentar os usuários e a experiência deles no aplicativo e no programa de fidelidade, de acordo com seu padrão de consumo. O objetivo é que a tecnologia se consolide como o cérebro que permite à marca escalar a lucratividade, mantendo a qualidade que a tornou líder global.

Pizza Hut
pizzahutbrasil
pizza-hut
pizzahut.com.br

Hanzo
hanzo.tech
hanzo
hanzo.com.br



GULA GULA | risposta

Gula Gula utiliza Central de Reputação com Inteligência Artifical do Risposta para escalar a hospitalidade carioca

Ícone da gastronomia afetiva gerencia a reputação de 10 unidades e fideliza quase 1 milhão de clientes anuais com monitoramento em tempo real

Categoria Gestão de Experiência (CX) e Fidelidade

Categoria Gestão de Feedback, NPS, CRM de Retenção e Central de Reputação

Marca do Produto Risposta

Marca da empresa Risposta



O Gula Gula, marca que é sinônimo do estilo de vida carioca há mais de 40 anos, enfrentava o desafio de manter sua essência de "comida que abraça" em uma operação de larga escala. Com 10 unidades distribuídas entre Rio de Janeiro e São Paulo, a rede precisava de uma ferramenta que transformasse o feedback subjetivo do cliente em indicadores técnicos de gestão para sustentar a qualidade, tanto no salão quanto no delivery.

Problema estratégico

A principal “dor” do Gula Gula era conseguir enxergar o que o cliente não verbalizava. Operando com quase 800 mil clientes por ano, a marca identificou:

- **Silêncio do cliente insatisfeito:** apenas uma pequena parcela dos clientes expressava verbalmente sua insatisfação no salão, impossibilitando reversões imediatas;
- **Fragmentação da reputação online:** era preciso consolidar milhares de avaliações dispersas no Google, iFood e canais próprios em uma única central de reputação para identificar padrões de falhas operacionais e acelerar as respostas aos clientes;
- **Desafio da recorrência:** dificuldade em distinguir o cliente eventual daquele que é fiel e criar estratégias de CRM que incentivassem o retorno ao salão após uma experiência no delivery.

“A tecnologia nos permite enxergar o brilho do nosso trabalho através dos dados. O NPS e a recorrência são o termômetro da nossa cozinha afetiva.”

Sabrina Marino
Head de E-commerce no Gula Gula

Dinâmica de uso

A implementação da plataforma Risposta permitiu ao Gula Gula capturar e centralizar a voz do cliente em um único ambiente de gestão, reunindo feedbacks das pesquisas de satisfação, Google e iFood de forma estruturada. Utilizando totens, QR Codes e integração com canais digitais, a marca passou a monitorar o NPS (Net Promoter Score) e a satisfação em cada ponto de contato.

A estratégia de gestão baseou-se em:

- **Monitoramento ativo de reputação:** centralização da gestão das avaliações do Google e iFood para garantir respostas ágeis, acompanhamento em tempo real e melhoria contínua;
- **Central de reputação com IA integrada:** consolidação das avaliações do Google, iFood e Risposta em uma única tela, permitindo respostas rápidas aos comentários, alertas de clientes sem resposta e ganho de produtividade operacional para os gestores;
- **Recuperação de clientes (detratores):** uso de alertas em tempo real para que os gestores possam intervir e reverter experiências negativas antes que o cliente deixe a marca;





“O Risposta é o que nos dá o direcionamento real para reverter problemas e garantir que o cliente volte, seja no salão ou no delivery.”

Sabrina Marino
Head de E-commerce no Gula Gula

Resultados obtidos

A adoção da tecnologia e a gestão técnica do negócio geraram números expressivos de performance e controle para o Gula Gula:

- **770.222 clientes atendidos** no salão em um ano, monitorados pela régua de qualidade da marca;
- **196.677 pedidos no iFood** processados em 2025, com foco na manutenção do padrão de entrega;
- **4 selos "SUPER RESTAURANTE"** conquistados no iFood, fruto do controle rigoroso de métricas operacionais e satisfação;
- **7.064 reviews no Google** gerenciados nos últimos 12 meses, garantindo uma reputação sólida e visível para novos clientes;
- **Maior agilidade na gestão de reviews** e respostas aos clientes, com acompanhamento unificado das avaliações do Google, iFood e pesquisas próprias;
- **Gestão unificada de 10 unidades**, permitindo que a empresa identifique as melhores práticas e as replique em toda a rede.

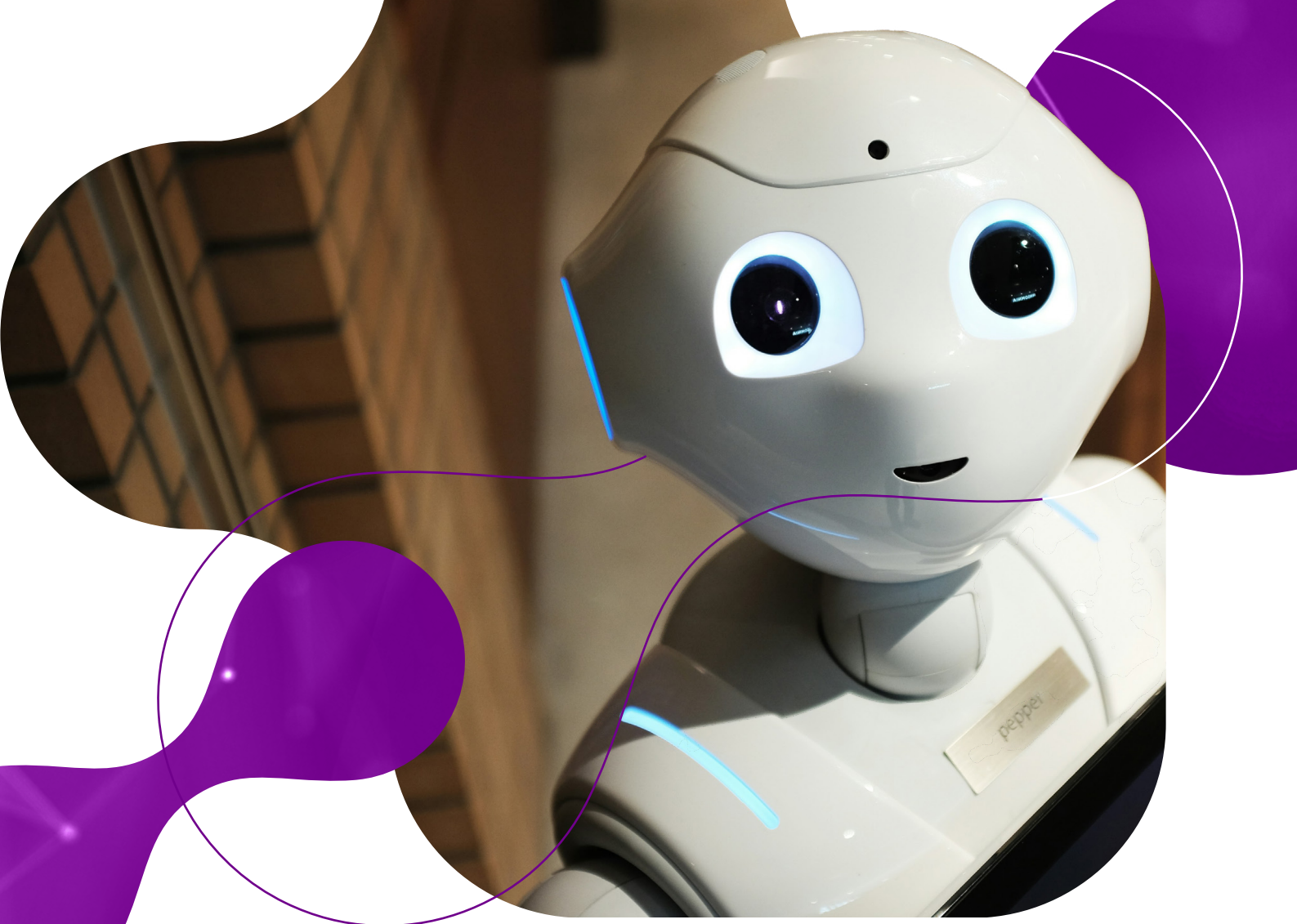
- **Inteligência de recorrência:** cruzamento de dados de satisfação com o histórico de compras para criar campanhas de marketing personalizadas que estimulam a volta do cliente.

Visão de futuro

O próximo passo do Gula Gula é aprofundar o uso da Inteligência Artificial da Risposta tanto na gestão da reputação quanto na previsão de tendências de consumo, utilizando os dados centralizados de feedback para ajustar experiências e cardápio de forma preditiva. Com isso, a empresa quer que a “cozinha afetiva” seja cada vez mais orientada por dados, garantindo que o brilho da equipe seja refletido em cada prato e em cada feedback positivo, perpetuando o legado da marca.

Gula Gula
gulagularestaurante
gula-gula-restaurante
gulagula.com.br

Risposta
rispostabr
risposta
risposta.app



5. Robótica e Equipamentos Culinários

A categoria de Robótica e Equipamentos Culinários reúne tecnologias físicas aplicadas à produção, à preparação e, em alguns casos, ao atendimento no foodservice. Ela ocupa um espaço estratégico porque materializa ganhos de produtividade, padronização e eficiência diretamente no ambiente operacional, onde muitos dos maiores custos e riscos do negócio se concentram.

Essas soluções vão desde equipamentos culinários inteligentes, capazes de monitorar parâmetros e otimizar desempenho, até robôs voltados à execução de tarefas específicas de preparo ou interação com o cliente. Em um setor pressionado por necessidade de consistência, escassez de mão de obra e demanda crescente por velocidade, esse campo tende a ganhar relevância.

Além disso, a robótica e os equipamentos inteligentes ajudam a reduzir variabilidade e tornar a operação mais previsível. Isso é especialmente importante em modelos com grande repetição de processos, múltiplas unidades ou necessidade rigorosa de controle de qualidade.

Subcategorias

1. Equipamentos Culinários Inteligentes

Os equipamentos culinários inteligentes incorporam recursos de automação, conectividade e controle que elevam a precisão da produção. Eles ajudam a padronizar preparo, monitorar parâmetros de tempo e temperatura, reduzir desperdícios e melhorar uso da capacidade produtiva.

– Por exemplo, um forno inteligente pode operar com programas pré-definidos para diferentes receitas, garantindo repetibilidade mesmo com variações de equipe ou pressão operacional.

Essas soluções são valiosas porque tornam o processo menos dependente de memória individual e mais aderente a padrões claros. Isso aumenta confiabilidade e melhora o controle sobre o resultado final.





2. Robôs para Atendimento

Robôs para atendimento representam uma frente ainda emergente, mas com potencial para apoiar operações em tarefas específicas de interação, informação, entrega interna ou apoio à jornada do cliente. Em alguns contextos, podem contribuir para diferenciação, eficiência e experiência.

Essas soluções não substituem integralmente a dimensão humana do serviço, mas podem desempenhar funções delimitadas com consistência, especialmente em ambientes de alto fluxo ou em operações que buscam inovação perceptível.

– Para os consumidores: experiência diferenciada e maior fluidez em algumas etapas.

– Para os restaurantes: apoio operacional e reforço de imagem inovadora.

Além disso, em determinados formatos, robôs de atendimento ajudam a reduzir gargalos em tarefas repetitivas, liberando a equipe para interações de maior valor.

3. Robôs para Preparação

Robôs para preparação são projetados para executar tarefas específicas de produção com repetibilidade e precisão. Eles podem atuar em etapas como montagem, cocção, mistura, porcionamento ou apoio a linhas produtivas padronizadas.

– Por exemplo, uma operação com volume elevado e cardápio altamente repetitivo pode usar automação para garantir que cada porção seja produzida com o mesmo padrão, reduzindo variabilidade e melhorando controle de tempo.

Essas tecnologias são especialmente relevantes quando o processo exige disciplina operacional rigorosa, alta produtividade e menor dependência de execução manual repetitiva.

Em certos contextos, ajudam a reduzir falhas, reforçar segurança e melhorar previsibilidade.

Critérios para Seleção de Tecnologia

Ao selecionar tecnologias para Robótica e Equipamentos Culinários, os operadores devem priorizar soluções que:

- Façam sentido para o volume e o modelo operacional do negócio
- Gerem ganhos reais de produtividade, padronização ou segurança
- Se integrem ao fluxo da cozinha sem criar gargalos adicionais
- Sejam robustas, confiáveis e adequadas ao ambiente de operação
- Tenham manutenção viável e suporte técnico qualificado
- Possam ser operadas com clareza pela equipe
- Ofereçam retorno compatível com o investimento realizado

E talvez o mais importante: a tecnologia física precisa resolver um problema operacional real. Inovação que impressiona, mas não entrega resultado, vira custo decorativo.

Problemas típicos enfrentados pelos operadores de Foodservice

Variabilidade na Produção
Diferenças de execução entre turnos e equipes afetam qualidade e padronização.

Baixa Produtividade em Tarefas Repetitivas
Processos manuais consomem tempo e energia em atividades de baixo valor agregado.

Escassez ou Rotatividade de Mão de Obra
A operação fica vulnerável quando depende demais de habilidades difíceis de reter.

Dificuldade de Escalar com Consistência
O crescimento amplia risco de perda de padrão.

Baixa Visibilidade sobre Desempenho do Equipamento
Sem conectividade, manutenção e uso se tornam menos eficientes.

Excesso de Esforço Físico e Risco Operacional
Algumas tarefas repetitivas aumentam fadiga e exposição a erros.

Resultados típicos da implementação bem-sucedida

Maior Padronização de Produção
O resultado final se torna mais consistente.

Ganho de Produtividade
Tarefas repetitivas fluem com mais eficiência.

Redução de Variabilidade
Menos dependência de execução individual.

Melhoria da Segurança Operacional
Processos críticos ganham mais controle.

Maior Capacidade de Escala
A operação cresce com menos perda de padrão.

Fortalecimento da Imagem de Inovação
Em alguns contextos, a tecnologia também agrega valor percebido.

Desafios da Implantação e Cuidados Necessários

A implantação de novas tecnologias pode enfrentar:

Alto Investimento Inicial: Equipamentos e robôs exigem análise cuidadosa de retorno.

Resistência da Equipe: Mudanças no modo de produzir podem gerar insegurança.

Adaptação do Layout: Algumas soluções exigem reconfiguração do espaço físico.

Complexidade de Manutenção: Equipamento sofisticado sem suporte adequado vira risco operacional.

Uso Abaixo do Potencial: Quando processos não são redesenhados, o ganho esperado não aparece.

Para mitigar riscos:

- Mapear claramente o problema que a tecnologia vai resolver
- Fazer pilotos ou testes antes de escalar a implantação
- Treinar a equipe com foco prático e operacional
- Avaliar impacto no layout, no fluxo e na manutenção
- Buscar parceiros com capacidade comprovada de suporte

Essa categoria representa uma fronteira importante de evolução do foodservice, permitindo que a operação combine precisão, produtividade e consistência de forma cada vez mais estruturada.

Produtos em destaque

RATIONAL

A Rational é referência mundial em cocção térmica, oferecendo inteligência e máxima eficiência para cozinhas profissionais que buscam padrão e escala.

iCombi Pro: Forno combinado inteligente que ajusta temperatura e umidade sozinho. Garante produtividade máxima, economia de energia e padronização total.

iVario Pro: Substitui caldeirões e fritadeiras com tecnologia de calor por contato. Cozinha até 4x mais rápido, com precisão absoluta e sem queimar alimentos.

iHexagon: O ápice da velocidade: combina ar quente, vapor e micro-ondas em todo o rack. Ideal para finalizar pratos em segundos com qualidade de alta gastronomia.

Produtos e empresas cadastrados na plataforma digital

PRODUTO	EMPRESA
Balança com impressora integrada	REDSIS BRASIL
Balanças	Raphanet Rio
Baskett Firex	Middleby do Brasil
Controlador Digital com iOT	Smart Kitchen
Cucimix Firex	Middleby do Brasil
Fatiadores de Frios	Raphanet Rio
iCombi Pro RATIONAL	RATIONAL Brasil
iHexagon	RATIONAL Brasil
iVario Pro RATIONAL	RATIONAL Brasil
Jimi Robo	Linen Sistemas
Soluções IoT	We:Digitek
TSI Brave	Prática
TV Corporativa	We:Digitek

Outras empresas mapeadas

Alfatec
Bear Robotics
Bela Robotics
Brasinox
Brazil Fast Food Corporation
Cetro
Checklist Fácil
Circus Group
CISS S.A.
COFE+
Consumer Creator
Croydon
Doosan Robotics
Electrolux
Professional Elvi
Fabricante chinês / Restaurante Hangzhou
Fabricante europeu
Glasart
GoodBytz
GrandChef
Igus
Jimi Robô
Karakuri
KCMS
Keenon
Keenon / Quality Systems
Metalfrio
Metvisa
Mezli
Middleby / Pitco
Middleby Brasil
Miso Robotics
Moley Robotics
Moton Robotics
Netter
Nortinox
PD7 Robotics / Pudu
Picnic
Pudu Robotics
Ramalhos
Rational
Robot Coupe
Sancook
São Rafael
Sischef
Skymsen
Smart Kitchen Brasil
Smile Robotics
Spyce / Sweetgreen
TechMagic
Topema
Tramontina
Turbo Air
Unox
Venâncio
Wictory
Winterhalter



ALICE
MONTE LÍBANO
DESDE 1973

RATIONAL

Alice Monte Líbano redefine eficiência e padronização com equipamentos Rational

Tecnologia de cocção inteligente garante precisão nutricional e produtividade, contribuindo para mudança de posicionamento do negócio

Categoria Equipamentos de Alta Tecnologia / Cocção Inteligente

Solução Sistemas de Cocção Automatizados

Marca do Produto iCombi e iVario

Marca da empresa Rational

Operações de Food Service demandam um nível de rigor extremo, especialmente quando o que está em jogo é um legado. O projeto da Alice Monte Líbano foi desenhado para atualizar o conceito do icônico restaurante árabe Monte Líbano, do centro de São Paulo, agora sob o comando da nova geração familiar.

Operações de Food Service demandam um nível de rigor extremo, especialmente quando o que está em jogo é um legado. O projeto da Alice Monte Líbano foi desenhado para atualizar o conceito do icônico restaurante árabe Monte Líbano, do centro de São Paulo, agora sob o comando da nova geração familiar.
A partir de receitas criadas com base na intuição da fundadora do restaurante original, dona Alice, o Alice Monte Líbano foi aberto como uma “cozinha 4.0”, transformando receitas familiares em algoritmos de tempo, clima (temperatura e umidade) e gramatura.



“Unir tradição e tecnologia é fantástico e encantador, porque conseguimos preservar receitas de família com excelência. Os pratos continuam com aquele jeitinho de mãe, de avó, e isso me deixa muito feliz”

Regina Halim Maatouk
Sócia da Alice Monte Líbano

Problema estratégico

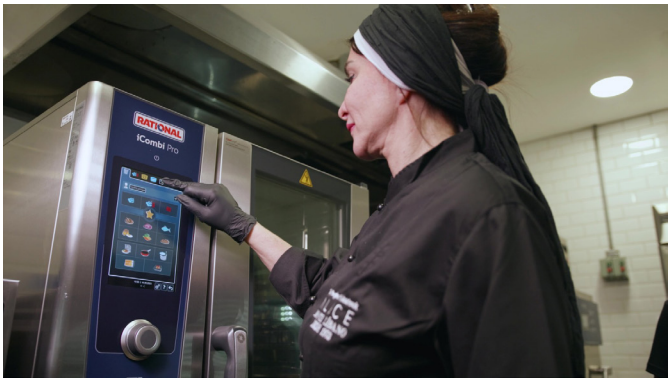
A chave para o sucesso do Alice Monte Líbano era contar com uma cozinha extremamente compacta e produtiva. Nelson Rabello, sócio do restaurante, buscava uma solução que eliminasse a dependência de processos manuais e permitisse uma produção "just-in-time" com desperdício próximo de zero.



Solução implementada

A escolha tecnológica foi o ecossistema da Rational, com a implementação de fornos combinados e equipamentos de última geração (iCombi Pro e iVario). A tecnologia permite que a cozinha opere com processos inteligentes de cocção, nos quais o equipamento detecta o tamanho, a carga e o estado do alimento, ajustando os parâmetros automaticamente para garantir o resultado final desejado pelo chef.





Resultados obtidos

A introdução da Rational transformou a cozinha Alice em um laboratório de precisão. O chef programa as receitas e os operadores apenas selecionam o ícone no painel, garantindo que o frango ou os legumes saiam exatamente iguais em todos os turnos.

O equipamento permite preparar diferentes alimentos simultaneamente, sem transferência de sabor, o que otimiza o tempo de uso do forno e aumenta a produtividade da operação. Além disso, o iCareSystem realiza a limpeza inteligente de forma autônoma, reduzindo custos com produtos químicos e mão de obra.

A eficiência da Rational no Alice Monte Líbano é traduzida em números de impacto:

- **Redução de até 95%** no uso de gordura e óleo nos preparos, elevando o perfil saudável das refeições;
- **Redução de 14 para 2** no número de pessoas na cozinha, para uma quantidade superior de refeições por dia. Atualmente, o restaurante prepara mais de 600 refeições diárias, com uma fração da equipe anteriormente necessária;
- **Economia de 25% a 30%** no consumo de energia elétrica e gás em comparação com equipamentos convencionais;
- **Ganho de 30% de espaço** na cozinha, eliminando a necessidade de múltiplos equipamentos estáticos (fogões, fritadeiras, chapas);
- **Redução de 20% na perda de peso** das proteínas (carne/frango) durante a cocção, aumentando o rendimento dos insumos;
- **Padronização de 100%** dos itens do cardápio, independentemente de quem opera o equipamento no momento.

Visão de futuro

O projeto Alice Monte Líbano serve como um benchmark para a gastronomia no Brasil. A tecnologia não foi usada para automatizar o sabor, mas para garantir a sua entrega. É um exemplo que mostra que a modernização da cozinha, aliada à gestão de dados, permite que uma marca de 50 anos se reinvente e possa competir em eficiência com grandes redes, sem perder o apelo do “feito à mão”.



“Conseguimos uma padronização absoluta em escala. O que o chef define, o equipamento entrega com precisão cirúrgica, 24 horas por dia”

Nelson Rabello
Sócio da Alice Monte Líbano



Restaurante Alice Monte Líbano
alicemontelibano
alice-monte-libano
alicemontelibano.com

Rational
rational_ag
rational-ag
rational-online.com



6. Inteligência Operacional e Processos

A categoria de Inteligência Operacional e Processos reúne tecnologias que ajudam o operador a enxergar melhor o funcionamento do negócio, transformar dados em leitura gerencial e tornar a execução mais previsível, comparável e controlável. Em um setor em que desperdício, falhas de processo e baixa visibilidade corroem margem silenciosamente, essa categoria é especialmente estratégica.

Essas soluções atuam sobre a espinha dorsal da gestão: monitoram desempenho, digitalizam rotinas, padronizam práticas, acompanham fluxos e apoiam decisões sobre capacidade, mix, produtividade e rentabilidade. Elas ajudam o restaurante a sair de uma lógica reativa, baseada apenas em percepção, e avançar para uma gestão mais disciplinada e orientada por evidências.

Além disso, a inteligência operacional é o elo entre tecnologia e maturidade gerencial. Ter sistemas não basta. É preciso que eles tornem a operação mais legível, permitam antecipar desvios e ajudem o gestor a agir com clareza sobre os pontos críticos do negócio.

Subcategorias

1. BI, Análises e Previsibilidade

As soluções de BI, análises e previsibilidade ajudam o operador a organizar dados e transformá-los em informação útil para decisão. Elas permitem acompanhar indicadores, comparar desempenho, identificar tendências e estimar comportamentos futuros com mais rigor.

– Por exemplo, um gestor pode observar padrões de venda por dia, horário, canal ou produto e ajustar compras, escala de equipe e produção de forma mais inteligente.

Essas ferramentas são importantes porque ampliam a visibilidade sobre o que está acontecendo e ajudam a reduzir decisões baseadas apenas em impressão ou urgência. Quanto maior a complexidade do negócio, mais importante se torna essa capacidade analítica.

2. Gestão Digital e Padronização de Processos

Soluções de gestão digital e padronização de processos ajudam a transformar rotinas operacionais em fluxos mais claros, consistentes e monitoráveis. Elas reduzem dependência de improviso, reforçam disciplina e melhoram a capacidade de replicar boas práticas.

Isso pode incluir checklists digitais, rotinas operacionais padronizadas, acompanhamento de execução e ferramentas que garantem maior aderência ao modo correto de operar.

– Para os consumidores: mais consistência na entrega.

– Para os restaurantes: menor

variação operacional e mais confiabilidade na execução.

Além disso, essas soluções são particularmente relevantes para negócios com múltiplas unidades ou necessidade forte de manter padrão ao longo do tempo.

3. Planejamento Estratégico de Menus

O planejamento estratégico de menus reúne tecnologias que ajudam o operador a analisar desempenho de itens, rentabilidade, popularidade, composição da oferta e coerência com objetivos do negócio. O cardápio deixa de ser apenas uma lista de produtos e passa a ser tratado como uma ferramenta estratégica.

– Por exemplo, uma plataforma pode mostrar quais itens vendem bem, mas têm baixa margem, ou quais têm alta rentabilidade, porém baixa visibilidade, permitindo ajustes mais inteligentes.

Essas soluções ajudam a racionalizar a oferta, aumentar eficiência produtiva, reduzir complexidade desnecessária e alinhar o menu à estratégia comercial e operacional do restaurante.



4. Sincronização, Monitoramento e Fluxo Operacional

Essa subcategoria reúne tecnologias que conectam etapas da operação e tornam o fluxo mais sincronizado entre atendimento, cozinha, expedição e gestão. Elas permitem monitorar tempos, acompanhar gargalos, distribuir tarefas e manter maior fluidez ao longo do processo.

Quando a operação não está sincronizada, surgem atrasos, retrabalho, tensão entre áreas e perda de produtividade. Soluções desse tipo ajudam a reduzir essas fricções e tornam a execução mais coordenada.

Critérios para Seleção de Tecnologia

Ao selecionar tecnologias para Inteligência Operacional e Processos, os operadores devem priorizar soluções que:

- Tornem os dados realmente úteis para decisão
- Se integrem aos sistemas já existentes na operação
- Ajudem a monitorar desempenho em tempo real ou com boa periodicidade
- Reforcem disciplina de execução e padronização
- Permitam análise de menu, produtividade e gargalos
- Sejam claras para uso gerencial e operacional
- Favoreçam melhoria contínua, e não apenas registro passivo de informação

E talvez o mais importante: a tecnologia deve ampliar a capacidade de governar a operação. Se ela só gera mais dados e não produz clareza, seu valor estratégico é limitado.

Problemas típicos enfrentados pelos operadores de Foodservice

Baixa Visibilidade sobre o Negócio
Dados existem, mas não são transformados em leitura clara.

Decisões Reativas
A gestão atua apenas quando o problema já apareceu.

Falta de Padronização
Processos variam demais entre turnos, equipes ou unidades.

Menus Desequilibrados
O cardápio cresce sem lógica clara de rentabilidade e operação.

Gargalos Invisíveis
Tempos, filas internas e falhas de fluxo não são monitorados corretamente.

Dificuldade de Replicar Boas Práticas
O que funciona em um ponto nem sempre se sustenta em outro.

Desafios da Implantação e Cuidados Necessários

A implantação de novas tecnologias pode enfrentar:

Resistência à Disciplina: Processos monitorados exigem mais consistência no uso.

Excesso de Indicadores: Muita informação sem prioridade gera confusão.

Baixa Qualidade dos Dados de Origem: Sem dados confiáveis, a análise perde valor.

Falta de Ritual de Gestão: Sistemas analíticos sem rotina de leitura ficam subutilizados.

Integrações Incompletas: Fluxo operacional depende de dados consistentes entre áreas.

- Para mitigar riscos:
- Definir quais decisões a tecnologia deve melhorar
- Organizar indicadores críticos antes de expandir a análise
- Revisar qualidade dos dados de origem
- Criar rituais gerenciais de acompanhamento
- Envolver operação e gestão desde a implantação

Resultados típicos da implementação bem-sucedida

Maior Clareza Gerencial
O gestor passa a entender melhor o que acontece no negócio.

Redução de Desvios Operacionais
Processos ficam mais monitorados e controlados.

Melhor Planejamento de Menu
A oferta se torna mais coerente com estratégia e margem.

Aumento de Produtividade
Gargalos e retrabalhos são identificados com mais rapidez.

Padronização Mais Forte
A execução ganha consistência entre equipes e unidades.

Decisões Mais Inteligentes
A gestão atua com mais evidência e menos improviso.

Essa categoria é um dos pilares da maturidade operacional no foodservice, ajudando restaurantes a transformar dados e rotinas em disciplina, previsibilidade e vantagem competitiva.

Produtos em destaque

SULTS

SULTS é um sistema de gestão empresarial com mais de 25 módulos integrados, substituindo a necessidade de múltiplos sistemas e proporcionando uma visão unificada das operações. Sua proposta é simplificar a organização operacional das empresas com mínimo recurso técnico necessário, oferecendo uma plataforma intuitiva e fácil de usar.

TENYKS

A Tenyks foca na confiabilidade da Inteligência Artificial. Para o foodservice, isso significa garantir que sistemas de visão computacional — usados para monitorar a qualidade dos pratos ou a segurança na cozinha — operem sem falhas. A plataforma ajuda a identificar erros nos dados da IA, assegurando que o controle de qualidade seja preciso e eficiente.

SynergySuite

O Synergy Suite é uma plataforma robusta de gestão (Back Office) que centraliza operações de restaurantes. Ele oferece controle total sobre inventário, compras, gestão de mão de obra e relatórios financeiros em tempo real. É a ferramenta ideal para quem busca reduzir custos operacionais e otimizar a escala de funcionários com base na demanda.

Produtos e empresas cadastrados na plataforma digital

PRODUTO	EMPRESA
AlmocoGratis	AlmocoGratis
BI para análise de desempenho	Altec Sistemas
Business Intelligence	DATAFIT
CDP e CRM Hanzo	Hanzo
Data Suite	Olga Tech
Delfos	ILUMEO
Desenvolvimento de Data Warehouse	DATAFIT
F.O.O.D. (Fast Order & Optimized Delivery)	DS3 DIGITAL
Foodatlas AI	Foodatlas
Freatz AI	Freatz
Hanzo Beatrix IA	Hanzo
KDS	Altec Sistemas
NL RE	NL Informática
Plataforma de Geomarketing	Mapfry
Sistema de Gestão e Comunicação para grandes redes	Yungas
Soluções em dados para Restaurantes	RM Soluções - Gestão da Qualidade em Segurança dos Alimentos
SULTS	SULTS
SULTS Chamados	SULTS
SULTS Checklist	SULTS
SULTS Comunicados	SULTS
SULTS Disco Virtual	SULTS
SULTS Implantação de Unidades	SULTS
SULTS Marketing	SULTS
SULTS Projetos	SULTS
SW KDS	SW
Teclado Bump Bar Touch USB Preto - SKT-17	Smak Tecnologia e Automação Ltda

PRODUTO	EMPRESA
Teknisa TecFood	Teknisa
Yedda.ai	YEDDA.AI
Zeta Sales	Zeta Dados

Outras empresas mapeadas

Anota AI
Apetit
Apicbase
Carbonara
Checkbits
Checklist Fácil
Chef Analytics
CISS
ControleNaMão
Deliverect
Flipdish
Foodprint
Forecast Now!
GestãoClick
GrandChef
KCMS
Koncluí
Kyte
Lightspeed
Lightspeed/Upserve
Manusis
MarketMan
Meniu
Menutool
Microsoft
Moovcom
Nortek
Nutrium
OlaClick
Omie
OpenTable
Oracle
Pipo
Pricepoint
PWI
Qualyteam
Rappi
Restaurant365
Revel Systems
Saipos
Salesforce/Tableau
Sankhya
Sapore
Sischef
Slack/Salesforce
SoftExpert
Toast
Tock
Toolbox IoT
Totvs
Wisk



IMPETTUS | SULTS

Grupo Impettus centraliza a gestão da rede com a plataforma SULTS

Holding multimarcas elimina subjetividade operacional e garante padrão em centenas de unidades a partir de dados em tempo real

Categoria Gestão de Franquias e Operações (Field Service)

Solução Plataforma de Governança e Checklist Digital

Marca do Produto Sults

Marca da empresa Grupo Impettus



O Grupo Impettus, maior rede de franquias de bares do Brasil, com as marcas Espetto Carioca, Mané, Bemdito, Sirene e Buteco Seu Rufino, somando mais de 115 unidades em 8 estados. Seu desafio era manter a integridade do DNA de cada marca em uma estrutura descentralizada, em que a distância entre a franqueadora e a ponta operacional gerava ruídos de execução.

Problema estratégico

O principal desafio do Grupo Impettus era a "Auditoria Analógica". As visitas dos consultores de campo eram registradas de forma manual ou por meio ferramentas de mensagens informais, resultando em problemas como:

- **Falta de evidências:** dificuldade em comprovar não-conformidades, gerando atritos entre franqueador e franqueado.
- **Atraso na correção:** o tempo entre a identificação de um problema e a execução do plano de ação era considerado excessivo.
- **Comunicação fragmentada:** manuais e circulares perdiam-se no fluxo do WhatsApp, comprometendo a segurança jurídica e operacional da rede.

“Não é sobre fiscalizar, é sobre dar ferramentas para o franqueado performar melhor. A tecnologia traz a verdade para a mesa.”

Bruno Gorodicht
Sócio-Fundador do Grupo Impettus

Dinâmica de uso

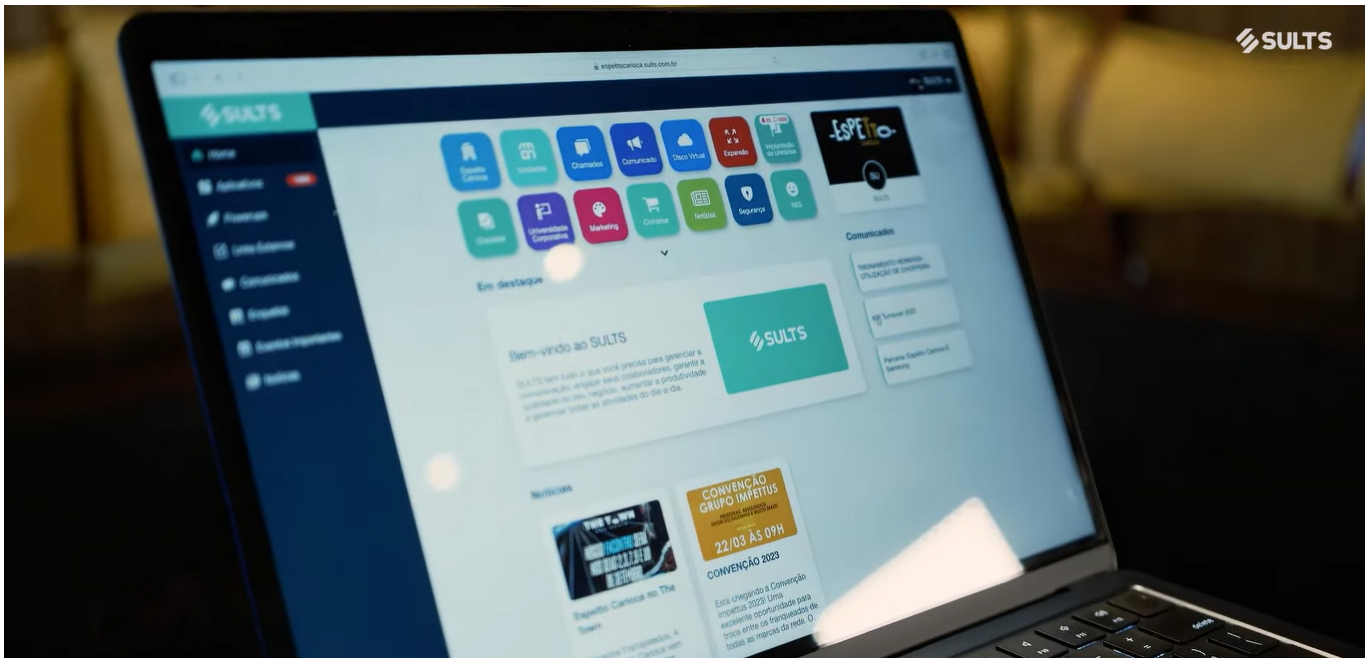
A implementação da plataforma SULTS transformou a auditoria de campo em um processo totalmente rastreável. Os consultores de campo passaram a utilizar checklists digitais com obrigatoriedade de fotos e geolocalização, eliminando a subjetividade das vistorias.

Toda a trilha de aprendizado das equipes de loja foi migrada para o módulo de Universidade Corporativa, garantindo que o treinamento de mais de 2.000 colaboradores do grupo fosse escalável e auditável. Além disso, a Central de Comunicados tornou-se a única “fonte da verdade” para diretrizes estratégicas, com protocolo de leitura obrigatório por parte dos franqueados.



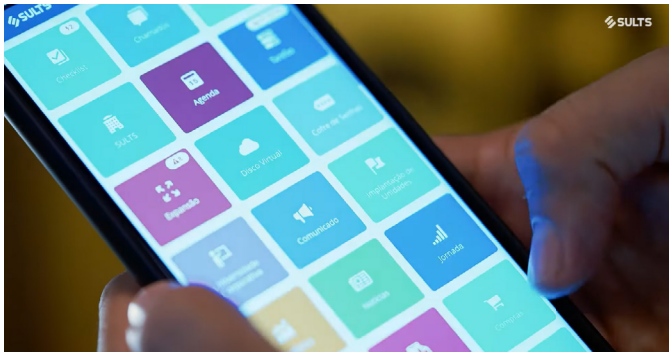
“Saímos do papel e do WhatsApp para uma gestão em que o dado é o protagonista da expansão.”

Bruno Gorodicht
Sócio-Fundador do Grupo Impettus



Visão de futuro

Com a retaguarda operacional organizada a partir do uso da tecnologia SULTS, o Grupo Impettus passa a focar no uso de inteligência analítica para prever tendências de consumo e otimizar a cadeia de suprimentos das marcas. O objetivo é que a tecnologia continue sendo o alicerce que permita à holding crescer exponencialmente, sem diluir a qualidade artesanal que deu origem ao primeiro Espetto Carioca.



Grupo Impettus
grupoimpettus
impettus
grupoimpettus.com.br

Sults
sults_tech
sults
sults.com.br

Resultados quantitativos

A transição para o SULTS gerou indicadores de performance robustos:

- **100% de digitalização** dos processos de auditoria de campo e checklists de abertura de loja;
- **Redução drástica no tempo de resposta** para não-conformidades através da geração automática de planos de ação;
- **Zero dependência de canais informais** para comunicados oficiais e manuais de marca;
- **Integração acelerada de novas marcas (M&A)**, permitindo que novas redes adquiridas entrem no padrão de governança do grupo em poucos dias;
- **Transparência total** na relação com o franqueado, baseada em indicadores técnicos e históricos de performance.



7. Suprimentos, Compras e Logística

A categoria de Suprimentos, Compras e Logística reúne as tecnologias que ajudam o operador a organizar o abastecimento da operação, reduzir desperdícios e tornar mais eficiente a relação entre compra, estoque, fornecedores e distribuição. Trata-se de uma área decisiva porque boa parte da margem do foodservice é protegida — ou perdida — justamente na forma como insumos são planejados, adquiridos e movimentados.

Essas soluções aumentam visibilidade sobre consumo, reposição, negociação e disponibilidade. Elas ajudam a reduzir urgências, evitar rupturas, melhorar previsibilidade e tornar a cadeia de abastecimento mais conectada ao ritmo real da operação.

Além disso, em negócios com múltiplas unidades, cardápio amplo ou alta sensibilidade a custo, a gestão de suprimentos deixa de ser apenas função administrativa e passa a ser competência estratégica. Tecnologia adequada permite organizar uma área que historicamente convive com improviso, pouca integração e baixa inteligência de decisão.

Subcategorias

1. Compras e Marketplaces B2B

As soluções de compras e marketplaces B2B ajudam os operadores a organizar o processo de aquisição de insumos e serviços, ampliando visibilidade sobre fornecedores, preços, condições e histórico de compras. Elas tornam a compra mais estruturada, menos dependente de urgências e mais alinhada à estratégia do negócio.

– Por exemplo, um gestor pode comparar opções de fornecimento, padronizar pedidos recorrentes e acompanhar melhor condições de negociação, reduzindo dispersão de esforço e melhorando controle.

Essas tecnologias também ajudam a profissionalizar a relação com fornecedores, facilitando rastreabilidade e disciplina nas rotinas de abastecimento.

2. Gestão automatizada de Estoque e Integração com Fornecedores

A gestão automatizada de estoque e a integração com fornecedores são essenciais para garantir que a operação tenha os insumos certos, na quantidade certa e no momento adequado. Essas soluções ajudam a acompanhar consumo, níveis de estoque, reposição e divergências, reduzindo tanto ruptura quanto excesso.

– Por exemplo, um sistema pode sinalizar níveis críticos de itens e apoiar pedidos automáticos ou semi-automatizados com base em histórico de consumo e previsão de demanda.

Quando conectadas a fornecedores, essas tecnologias reduzem atritos no fluxo de abastecimento, melhoram

previsibilidade e tornam a operação menos vulnerável a falhas de comunicação.

- Para os consumidores: menor risco de indisponibilidade de itens.
- Para os restaurantes: mais controle, menos perda e melhor planejamento.

3. Logística e Distribuição

As soluções de logística e distribuição ajudam a coordenar a movimentação de insumos entre fornecedores, centros de distribuição e unidades operacionais. Elas são especialmente relevantes em negócios com múltiplos pontos, abastecimento frequente ou alta exigência de sincronização.

Essas tecnologias apoiam roteirização, visibilidade de entregas, controle de recebimento e melhor aproveitamento da malha logística. Com isso, ajudam a reduzir atrasos, falhas de abastecimento e custos desnecessários de movimentação.

Em operações mais maduras, a logística deixa de ser apenas uma função de transporte e passa a ser uma engrenagem essencial para consistência operacional e controle de custo.



Critérios para Seleção de Tecnologia

Ao selecionar tecnologias para Suprimentos, Compras e Logística, os operadores devem priorizar soluções que:

- Aumentem visibilidade sobre estoque, consumo e reposição
- Facilitem integração com fornecedores e rotinas de compra
- Apoiem previsão, disciplina e redução de urgências
- Sejam compatíveis com o porte e a complexidade da operação
- Melhorem rastreabilidade e controle de recebimento
- Ajudem a reduzir desperdício e capital imobilizado
- Ofereçam dados úteis para negociação e decisão

E talvez o mais importante: a tecnologia deve transformar abastecimento em processo governável. Sem isso, compras continuam sendo uma sucessão de emergências.

Desafios da Implantação e Cuidados Necessários

A implantação de novas tecnologias pode enfrentar:

Problemas típicos enfrentados pelos operadores de Foodservice

Ruptura de Estoque
Faltas comprometem cardápio, experiência e receita.

Excesso de Estoque
Capital fica parado e perdas aumentam.

Compras por Urgência
A operação passa a comprar mal quando não consegue planejar.

Baixa Integração com Fornecedores
Informações circulam com ruído e atraso.

Pouca Visibilidade de Consumo
O operador não entende com clareza como os insumos estão sendo utilizados.

Ineficiência Logística
Entregas descoordenadas aumentam custo e fragilizam abastecimento.

Resultados típicos da implementação bem-sucedida

Maior Controle de Estoque
Menos ruptura e menos excesso.

Redução de Desperdícios
Compras e consumo passam a ser mais bem geridos.

Melhor Relação com Fornecedores
Menos dependência de execução individual.

Mais Eficiência Logística
A movimentação de insumos ganha coordenação.

Proteção de Margem
Custos e perdas ficam mais visíveis e controláveis.

Capacidade de Planejamento
O abastecimento deixa de ser apenas reativo. agrega valor percebido.

- Cadastros Fracos: Produtos, unidades de medida e fornecedores mal estruturados prejudicam todo o sistema.
- Disciplina Operacional Insuficiente: Estoque só funciona bem se houver rotina consistente de uso e conferência.
- Resistência a Mudança: Equipes acostumadas a improviso podem rejeitar maior controle.
- Integração Limitada com Fornecedores: Nem todos os parceiros estão no mesmo nível de maturidade digital.
- Subestimação da Complexidade Logística: Negócios com múltiplos fluxos exigem desenho cuidadoso.

Para mitigar riscos:

- Revisar cadastros antes da implantação
- Definir processos claros de compra, recebimento e controle
- Treinar equipes responsáveis por estoque e abastecimento
- Implantar gradualmente, começando por áreas críticas
- Escolher soluções compatíveis com a realidade operacional do negócio

Essa categoria é essencial para operadores que desejam fortalecer a base econômica da operação, reduzindo desperdício, organizando compras e transformando suprimentos em alavanca de eficiência.

Produtos e empresas cadastrados na plataforma digital

PRODUTO	EMPRESA
Comparar preço de hortifrúti	Conéctar
Compra Food Service	Compra Food Service (Unilever Food Solutions)
CotaCompras.com	CotaCompras
Datacaixa Gestão	Datacaixa Tecnologia
Meu Fornecedor	Meu Fornecedor
meucompras.com	SelfSupply
Módulo de compras	Altec Sistemas
Spice Software	ALTERDATA TECNOLOGIA EM INFORMATICA LTDA
SULTS Compras	SULTS
Supfy	Nola
Windel Sistemas	Quantix Tecnologia
TV Corporativa	We:Digitek

Outras empresas mapeadas

Apicbase
Assaí Atacadista
Bee Delivery
Cayena
Consumer
ControleNaMão
Cotabest
Deliverect
Detrack
GoFrugal
GrandChef
Husky
JBS/Friboi
MarketMan
Martin Brower Brasil
Mecalux
Mercado Eletrônico
NetFoods
Nobre Cestas
Omie
Onedoor
OptimoRoute
Oracle
Panishop
PariPassu
Pick n Go
Rappi
Restaurant365
RotaFood
Saipos
Software Nas
Nuvens
Spice Software
Spoonfed
STi3
Totvs
Uber Eats
Unilever
V4 Food
VMarket
Wisk



8. Gestão de Pessoas e Recursos Humanos

A categoria de Gestão de Pessoas e RH reúne tecnologias que apoiam atração, organização, desenvolvimento, retenção e conformidade das equipes no foodservice. Em um setor intensivo em trabalho, marcado por alta rotatividade, pressão operacional e necessidade constante de alinhamento entre pessoas e execução, esse campo é decisivo para a sustentabilidade da operação.

Essas soluções ajudam a estruturar rotinas de recrutamento, escalas, benefícios, desempenho, desenvolvimento e gestão trabalhista. Mais do que automatizar processos administrativos, elas fortalecem a capacidade do operador de tratar pessoas de forma mais organizada, previsível e coerente com os objetivos do negócio.

Além disso, a qualidade da gestão de pessoas impacta diretamente a experiência do cliente, a produtividade do time e a capacidade de manter padrão em ambientes de alta exigência. Em foodservice, falar de pessoas é falar de operação.

Subcategorias

1. Compliance e Gestão Trabalhista

As soluções de compliance e gestão trabalhista ajudam os operadores a organizar rotinas relacionadas a legislação, jornada, documentação, obrigações e controles de conformidade.
Em um ambiente regulatório complexo, esses sistemas reduzem risco e trazem maior segurança para a gestão.

– Por exemplo, ferramentas de controle de jornada, documentação e registros ajudam a evitar falhas que podem gerar passivos, retrabalho e exposição desnecessária.

Essas soluções também contribuem para padronizar práticas e tornar a gestão trabalhista menos dependente de improviso ou conhecimento disperso.

2.Desenvolvimento e Performance de Equipes

As tecnologias voltadas ao desenvolvimento e à performance ajudam o operador a estruturar treinamento, acompanhamento de resultados, avaliação e evolução da equipe. Elas fortalecem a capacidade de formar pessoas, reduzir assimetrias de execução e aumentar produtividade com mais consistência.

Em um setor com alta rotatividade, aprender rápido e manter padrão são desafios permanentes. Essas soluções ajudam a encurtar curva de aprendizagem e dar mais visibilidade sobre desempenho individual e coletivo.

– Para os consumidores: atendimento e execução mais consistentes.
– Para os restaurantes: equipes mais preparadas e produtivas.

3. Gestão de Benefícios & Remuneração

As soluções de benefícios e remuneração ajudam a organizar pagamentos, incentivos, benefícios corporativos e mecanismos de reconhecimento. Elas são importantes porque a experiência do colaborador também depende da clareza e da confiabilidade dessas rotinas.

– Por exemplo, plataformas que integram benefícios, remuneração variável ou apoio à gestão de incentivos podem aumentar transparência e melhorar percepção de valor por parte da equipe.

Além disso, esse campo é relevante para retenção, motivação e alinhamento entre esforço, resultado e reconhecimento

4. Recrutamento, Seleção e Gestão de Escalas

A atração e a alocação de pessoas são duas frentes críticas no foodservice. As soluções de recrutamento, seleção e gestão de escalas ajudam o operador a preencher posições com mais agilidade, organizar disponibilidade da equipe e adequar mão de obra à realidade da demanda.

Problemas típicos enfrentados pelos operadores de Foodservice

Alta Rotatividade
AO negócio perde tempo e energia repondo continuamente posições.

Escalas Desorganizadas

Falta ou excesso de equipe comprometem serviço e custo.

Treinamento Insuficiente
Pessoas entram na operação sem preparo adequado.

Baixa Visibilidade de Performance
O gestor não consegue acompanhar evolução e desvios com clareza.

Risco Trabalhista
Falhas de controle podem gerar passivos e insegurança.

Fragilidade na Retenção
Benefícios, reconhecimento e gestão pouco estruturados reduzem permanência.

Essas tecnologias ajudam a reduzir desorganização em turnos, evitar falta ou excesso de pessoal e criar maior previsibilidade na rotina operacional.

Em ambientes com variação de fluxo e múltiplos turnos, o ganho pode ser especialmente relevante.

Critérios para Seleção de Tecnologia

NAo selecionar tecnologias para Gestão de Pessoas e RH, os operadores devem priorizar soluções que:

- Organizem recrutamento, escala e desenvolvimento com simplicidade
- Ajudem a reduzir risco trabalhista e fortalecer conformidade
- Se integrem à rotina real da operação
- Sejam fáceis de usar por gestores e equipes
- Gerem visibilidade sobre desempenho e necessidades de desenvolvimento
- Apoi em retenção e melhor experiência do colaborador
- Sejam compatíveis com o porte e a maturidade do negócio
- E talvez o mais importante: a tecnologia deve ajudar a gestão a cuidar melhor das pessoas sem burocratizar ainda mais a operação.

Desafios da Implantação e Cuidados Necessários

A implantação de novas tecnologias pode enfrentar:

- **Baixa Aderência da Liderança:** Sem uso consistente pelos gestores, a ferramenta perde valor.
- **Resistência da Equipe:** Mudanças em jornada, escalas



ou avaliação podem gerar desconfiança.

- **Processos Mal Definidos:** Tecnologia não resolve ausência de critério de gestão.
- **Integrações Incompletas:** Benefícios, ponto, folha e escala precisam conversar bem.
- **Falta de Disciplina no Uso:** Informações desatualizadas enfraquecem a confiabilidade do sistema.

Para mitigar riscos:

- Definir processos e responsabilidades antes da implantação
- Envolver lideranças operacionais desde o início
- Treinar equipes e gestores para uso consistente
- Implantar por etapas, começando por rotinas mais críticas
- Monitorar indicadores de uso, rotatividade e produtividade

Resultados típicos da implementação bem-sucedida

Melhor Organização de Equipes
Escalas e alocação ganham previsibilidade.

Redução de Risco Trabalhista
Controles mais claros fortalecem conformidade.

Desenvolvimento Mais Estruturado
A equipe aprende e evolui com mais consistência.

Maior Visibilidade de Performance
O gestor acompanha melhor pessoas e resultados.

Melhoria na Retenção
Processos mais claros e benefícios melhor geridos ajudam permanência

Impacto Positivo na Operação
Pessoas mais bem organizadas sustentam melhor serviço e padrão.

Essa categoria é fundamental para transformar a gestão de pessoas em competência estruturada, aumentando estabilidade, produtividade e coerência operacional no foodservice.

Produto em destaque

Quansa

Serviço feito, serviço pago. A tecnologia da Quansa permite que empresas ofereçam acesso instantâneo aos valores já trabalhados pelos seus colaboradores — como salário proporcional as horas trabalhadas, horas extras e gorjetas — sem alterar os processos atuais de RH e Financeiro. Totalmente automatizada, a solução se integra aos sistemas de folha e ponto, garantindo segurança, controle e zero carga operacional para o time interno. Com a Quansa, empresas reduzem faltas, rotatividade e aumentam a atratividade das suas vagas, ao mesmo tempo em que promovem a saúde financeira dos seus colaboradores.

Produtos e empresas cadastrados na plataforma digital

PRODUTO	EMPRESA
Catálogo de Reconhecimento e Premiação	Reconhece.vc
Comunidade Galunion	Galunion
Inside Comunica	Inside the Box
Inside Educa	Inside the Box
Inside Tarefas	Inside the Box
MyRHIS	RHIS Soluções
Pagamento on demand	Quansa
Q-engage	Quallit Soluções em TI
SULTS Universidade Corporativa	SULTS
Teknisa Facilities	Teknisa
Teknisa HCM	Teknisa
Tributos	Logme

Outras empresas mapeadas

7shifts
Abrasel
ADP
Ahgora
Alelo
Bankly
Ben/Santander
Bites
Café EAD
Caju
Catho
Cobasi/Genial
Complyer
Convenia
Deputy
Duo Pay
Edenred/Ticket
Empregare
Enken
Factorial
Flash
Fourth
Fourth/HotSchedules
Governo Federal
GreenHR
Gupy
Hotmart
Infojobs
Kenoby
LinkedIn
Mobiliza
Moodle
Nulinga
Omie
PicPay
Pipo
Ponto Mais
Quickin
Raiô
Sankhya
Schedulefly
Sebrae
Secullum/VOUX
Senior Sistemas
Sling
Sodexo/Pluxee
Sólides
Swile
TalentLMS
TeamUltim
Thomson Reuters
Totvs
Vagas.com
VR
When I Work
Worc
ZoomShift



Le Jazz BRASSERIE | Quansa

Le Jazz alia gestão humanizada e redução de turnover ao bem-estar financeiro

Referência na gastronomia paulistana utiliza a Quansa para oferecer flexibilidade financeira e fortalecer o vínculo de confiança com suas equipes

Categoria Gestão de Pessoas e RH

Solução Bem-estar Financeiro e Salário Sob Demanda

Marca do Produto Quansa

Marca da empresa Quansa



O Le Jazz Brasserie, nome tradicional no setor de hospitalidade em São Paulo, tem por princípio colocar o fator humano no centro da sua estratégia de negócio. No entanto, em um setor marcado por alta rotatividade e pressão operacional, o desafio da empresa era garantir que os colaboradores tivessem a estabilidade e o suporte necessários para focar na excelência do atendimento, combatendo o stress financeiro que muitas vezes leva ao absenteísmo e à saída prematura de talentos.

Problema estratégico

O setor de food service enfrenta uma batalha constante contra a rotatividade de colaboradores. No Le Jazz, a visão era de que a gestão das pessoas não pode ser feita à base de desconfiança:

- **Stress financeiro do colaborador:** imprevistos familiares ou financeiros podem impactar o foco e a motivação durante o serviço;
- **Retenção de talentos:** a necessidade de oferecer diferenciais competitivos que vão além do salário base, focando em benefícios que resolvam dores reais do cotidiano;
- **Cultura de confiança:** a liderança desejava construir uma relação de transparência, para que o colaborador se sentisse apoiado pela empresa em momentos críticos.

“Sem funcionário a gente não faz nada. Temos que confiar nas pessoas, desenvolver as pessoas. Eu prefiro dormir tranquilo, confiando, do que dormir desconfiado.”

Gil Carvalhosa
Sócio-fundador do Le Jazz

Dinâmica de uso

A parceria com a Quansa introduziu o conceito de “salário sob demanda” na rede. Com o uso da plataforma, os funcionários do Le Jazz passaram a ter autonomia para acessar uma parte do seu salário já trabalhado, sem burocracia e sem comprometer o fluxo de caixa da empresa.

A implementação baseou-se em:

- **Liquidez imediata:** a solução permite que o colaborador resolva emergências financeiras sem recorrer a empréstimos predatórios, reduzindo a ansiedade financeira;
- **Integração com o RH:** automação completa do processo, retirando a carga administrativa da gestão interna e garantindo que o benefício seja utilizado de forma consciente;
- **Educação financeira:** uso da tecnologia como uma ferramenta de desenvolvimento pessoal, incentivando a organização do orçamento doméstico.

Resultados obtidos

Os resultados desta abordagem humanizada refletem-se diretamente na estabilidade das equipes. Atualmente com 320 colaboradores, o Le Jazz vem tendo uma evolução do turnover trimestral (janeiro a março) que mostra uma capacidade de retenção muito superior à média do mercado:

- 2023: **14,09%**
- 2024: **2,31%**
- 2025: **13,27%**
- 2026: **12,51%**

Um forte impacto se deu sobre o **absenteísmo:**

2024 - Média mês ano **2,97%** **- Total ano: 35,65%**

2025 - Média mês ano **2,48%** **- Total ano: 29,71%**

Redução de **20%:**





“A tecnologia serve para nos dar tranquilidade na gestão, mas o foco é sempre o ser humano que está na ponta entregando o serviço.”

Gil Carvalhosa
Sócio-fundador do Le Jazz

Visão de futuro

Com a parceria consolidada, o Le Jazz foca agora em utilizar os dados de engajamento com a soluço da Quansa para aprimorar as suas políticas de desenvolvimento humano. A empresa acredita que cuidar do bem-estar financeiro dos colaboradores leva o Le Jazz a ser um lugar onde os profissionais queiram construir carreira, sustentados por uma cultura de confiança.

Le Jazz Brasserie
lejazzbrasserie
le-jazz-brasserie
lejazz.com.br

Quansa
__quansa
quansa
quansa.com.br



alife nino | Quansa

Grupo Alife Nino mitiga fraudes e otimiza gestão de “extras” com Quansa

Holding de bares e restaurantes unifica pagamento de intermitentes e oferece bem-estar financeiro para reduzir turnover e absenteísmo

Categoria Gestão de Pessoas e RH

Solução PPagamento sob Demanda e Gestão de Extras

Marca do Produto Quansa

Marca da empresa Quansa





O Grupo Alife Nino, um dos maiores operadores de bares e restaurantes do Brasil (marcas Alife, Nino e Tatu Bola, entre outras), enfrentava a complexidade de gerir uma força de trabalho dinâmica e dependente de trabalhadores freelancers (“extras”).
A necessidade de escalar a operação mantendo a segurança financeira e a satisfação dos colaboradores exigia uma ruptura com os modelos tradicionais de pagamento.

Problema estratégico

O grupo lidava, no dia a dia de suas operações, com problemas como a dificuldade de controlar quem realizou turnos extras (e quando), gerando vulnerabilidades operacionais. Além disso, pagamentos manuais ou descentralizados de freelancers abriam brechas para potenciais desvios financeiros.
A busca dos colaboradores por flexibilidade financeira e de horário pressionava a retenção de talentos nas unidades da rede, ao mesmo tempo em que a gestão de pagamentos intermitentes aumentava os custos administrativos e gerava processos manuais pesados.

“O uso da Quansa para gestão de extras nos trouxe mais segurança na operação com a mitigação de fraudes, mais rastreabilidade na realização dos jobs e melhor gestão do caixa.”

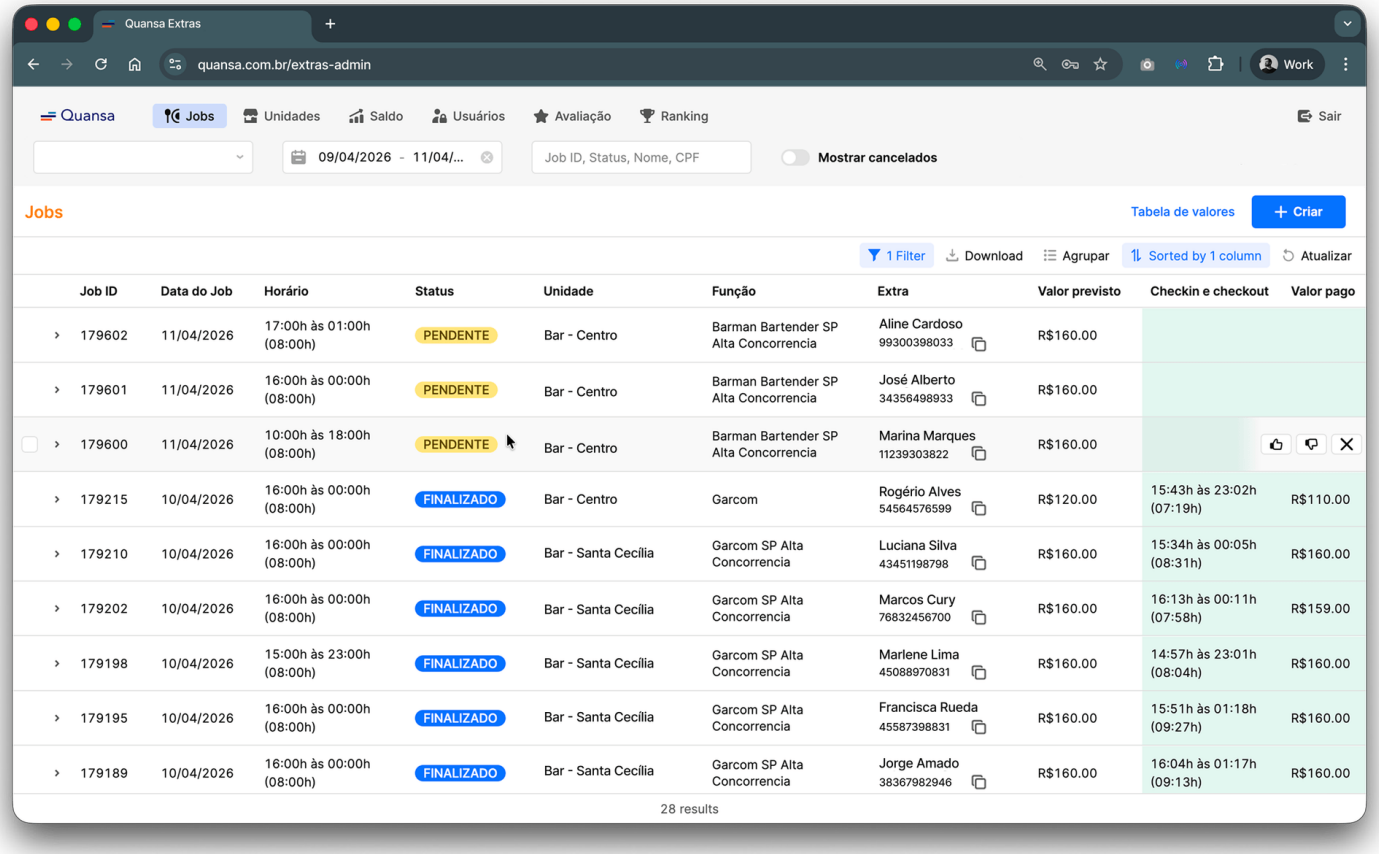
Flávia Maia
Board Member e responsável por Gente e Gestão do Grupo Alife Nino

Dinâmica de uso

A implementação da plataforma Quansa e do módulo Quansa Extras digitalizou a jornada do colaborador e dos freelancers.
A solução permitiu que o grupo oferecesse “salário sob demanda” aos colaboradores fixos e tivesse um fluxo automatizado de contratação e pagamento para os intermitentes.

A arquitetura tecnológica baseou-se em:

- **Gestão de extras (jobs):** registro digital de todos os intermitentes, com validação de presença e execução do trabalho via plataforma;
- **Pagamento instantâneo e seguro:** automatização do fluxo de pagamentos, garantindo que o valor chegue ao profissional com segurança e rastreabilidade total para a empresa;
- **Flexibilidade de salário:** disponibilização do acesso ao salário já trabalhado (earned wage access), atendendo à demanda da nova geração por liquidez imediata.



Resultado

A adoção da plataforma Quansa trouxe resultados diretos para as operações do grupo Alife Nino:

- **Mitigação de fraudes:** redução drástica de desvios por meio de uma auditoria digital de jobs;
- **Rastreabilidade de 100%** de toda a força de trabalho intermitente da rede;
- **Centralização de pagamentos** com fees competitivos, melhora da gestão de caixa e redução da carga administrativa do RH/ Financeiro;
- **Redução de turnover e absenteísmo:** aumento da satisfação e engajamento dos colaboradores pela oferta de benefícios financeiros;

Visão de futuro

Com a gestão de pessoas e extras estabilizada, o Grupo Alife Nino planeja integrar ainda mais os indicadores da Quansa com sua estrutura de gestão de custos. O objetivo é que a tecnologia continue a ser o motor de adaptação às novas realidades de trabalho, garantindo que o grupo atraia os melhores talentos com uma proposta de valor moderna e humanizada.



“A tecnologia transformou nossa relação com os colaboradores, permitindo que a gente se adapte aos novos desafios de atração e retenção dessa geração.”

Flávia Maia
Board Member e responsável por Gente e Gestão do Grupo Alife Nino

Grupo Alife Nino
alifenino
alifenino
alifenino.com.br

Quansa
__quansa
quansa
quansa.com.br



9. Qualidade e Sustentabilidade

A categoria de Qualidade e Sustentabilidade reúne tecnologias que ajudam o foodservice a operar com mais controle, responsabilidade e visão de longo prazo. Ela abrange soluções voltadas à rastreabilidade, ao monitoramento da qualidade, à redução de desperdícios e ao uso mais eficiente de recursos, tornando visíveis áreas que muitas vezes permanecem tratadas apenas de forma intuitiva ou reativa.

Em um setor em que custo, reputação, conformidade e consistência estão profundamente conectados, essa categoria ganha importância crescente. Qualidade e sustentabilidade deixam de ser temas periféricos e passam a influenciar diretamente eficiência operacional, credibilidade da marca e capacidade de adaptação às exigências do mercado.

Além disso, essas tecnologias ajudam o operador a sair do discurso genérico e avançar para práticas concretas, monitoráveis e integradas à rotina. O valor está justamente em transformar intenção em gestão.

Subcategorias

1. Controle de Desperdício

As soluções de controle de desperdício ajudam os operadores a identificar perdas invisíveis, monitorar descarte, entender padrões de sobra e agir de forma mais precisa sobre uma das principais fontes silenciosas de erosão de margem no foodservice.

– Por exemplo, sistemas podem registrar tipos de desperdício, quantidades e momentos em que as perdas ocorrem, permitindo revisão de processo, produção e planejamento.

Essas soluções são valiosas porque tornam o desperdício mensurável. E, no foodservice, aquilo que se mede melhor tende a ser melhor gerido.

- Para os consumidores: mais consistência de oferta e melhor percepção de responsabilidade.
- Para os restaurantes: menos perda, mais eficiência e proteção de margem.



Problemas típicos enfrentados pelos operadores de Foodservice

Desperdício Invisível
Muitas perdas acontecem sem registro ou aprendizado.

Baixa Visibilidade sobre Qualidade:
O operador nem sempre consegue acompanhar parâmetros críticos com consistência.

Pouca Rastreabilidade:
Em caso de problema, a reação é lenta e desorganizada.

Consumo Ineficiente de Recursos
Energia, água e insumos são usados sem controle adequado.

Fragilidade de Conformidade
Exigências de controle e evidência podem não ser plenamente atendidas.

Sustentabilidade Tratada como Discurso:
Faltam ferramentas para transformar intenção em prática monitorável.

2. Energia e Ambiental

As soluções ligadas a energia e gestão ambiental ajudam os operadores a monitorar consumo, identificar desperdícios de recursos e estruturar práticas mais eficientes do ponto de vista econômico e ambiental. Elas tornam mais visível o impacto de equipamentos, rotinas e padrões de uso sobre custo e sustentabilidade.

Em um ambiente de pressão por eficiência e crescente sensibilidade de mercado, controlar energia, água e outros recursos deixa de ser apenas preocupação ambiental e se torna também disciplina de gestão.

- Por exemplo, sistemas podem identificar consumo fora do padrão, horários de maior gasto ou equipamentos com baixa eficiência.

3. Rastreabilidade e Qualidade

As soluções de rastreabilidade e qualidade ajudam o operador a acompanhar origem, fluxo e controle de insumos, processos e produtos, fortalecendo segurança, conformidade e capacidade de resposta diante de problemas.

Essas tecnologias permitem registrar informações críticas,

acompanhar lotes, monitorar parâmetros de qualidade e construir uma operação mais confiável. Em negócios mais complexos, tornam-se particularmente importantes para garantir consistência e segurança.

Elas também ampliam a capacidade do operador de demonstrar controle, o que pode ter valor não apenas interno, mas também comercial e reputacional.

Critérios para Seleção de Tecnologia

Ao selecionar tecnologias para Qualidade e Sustentabilidade, os operadores devem priorizar soluções que:

- Tornem perdas, consumo e qualidade mais visíveis
- Permitam monitoramento contínuo e tomada de ação rápida
- Se integrem à rotina real da operação
- Ajudem a construir rastreabilidade e evidência de controle
- Reduzam desperdício e fortaleçam eficiência
- Sejam compatíveis com o porte e a maturidade do negócio
- Tenham interface simples para uso disciplinado pela equipe

E talvez o mais importante: a tecnologia deve transformar responsabilidade em prática gerencial concreta, e não apenas em narrativa institucional.

Desafios da Implantação e Cuidados Necessários

A implantação de novas tecnologias pode enfrentar:

Baixa Disciplina de Registro: Sem rotina, os dados perdem valor.

Subestimação do Tema: Algumas operações ainda tratam qualidade e sustentabilidade como secundárias.



Integrações Limitadas: Os dados gerados nem sempre se conectam a outras decisões da operação.

Dificuldade de Mudança Cultural: Reduzir desperdício e aumentar controle exige comportamento consistente.

Medição Inicial Incompleta: Muitas operações nem sabem qual é seu ponto de partida.

Para mitigar riscos:

- Mapear perdas e riscos críticos antes da implantação
- Envolver operação, liderança e fornecedores quando necessário
- Treinar a equipe para uso cotidiano das ferramentas
- Criar indicadores simples e acompanháveis
- Começar por frentes de maior impacto econômico e operacional



Resultados típicos da implementação bem-sucedida

Redução de Desperdício
Perdas ficam visíveis e mais controláveis.

Melhoria no Controle de Qualidade
Parâmetros passam a ser monitorados com maior rigor.

Maior Rastreabilidade
O operador reage melhor a desvios e inconsistências.

Eficiência no Uso de Recursos
Consumo ganha racionalidade e disciplina.

Fortalecimento de Conformidade
A operação constrói mais evidência e segurança.

Sustentabilidade Mais Concreta
O tema deixa de ser abstrato e passa a influenciar gestão real.

Essa categoria é um pilar importante para operadores que desejam combinar eficiência, responsabilidade e consistência, transformando qualidade e sustentabilidade em capacidades reais da operação.

Produtos em destaque

Gestton

A Gestton é uma plataforma de gestão estratégica focada em elevar a maturidade operacional do foodservice. Através de dados centralizados, ela transforma a intuição do dono de restaurante em decisões baseadas em performance. Com foco em redução de custos e otimização de processos, a ferramenta ajuda a escalar negócios com controle e lucratividade.

Controles do Food Service - este módulo centraliza a gestão financeira e de estoque. Oferece visão em tempo real de compras, fluxo de caixa e CMV, garantindo que cada ingrediente e centavo da sua operação sejam monitorados.

Checklist Inteligente - automatize auditorias de qualidade e segurança alimentar. Com o Checklist Inteligente, você padroniza processos entre unidades, recebe fotos de conformidade e gera planos de ação imediatos.

FOOD TO SAVE

A Food To Save é a principal plataforma de "Food Waste" do Brasil, conectando estabelecimentos a consumidores conscientes. Para o dono de restaurante, ela é a ferramenta ideal para evitar o desperdício de alimentos que estão próximos ao vencimento ou fora do padrão estético, transformando prejuízo em receita e atraindo novos clientes locais.

Sacola Surpresa - o produto permite, através de um marketplace proprietário, vender excedentes do dia com descontos atrativos. O estabelecimento monta a sacola com itens disponíveis, garantindo giro de estoque e reduzindo perdas de forma prática e ágil.

Produtos e empresas cadastrados na plataforma digital

PRODUTO	EMPRESA
Check list Inteligentes	Gestton
Controles do Food Service	Gestton
Energia Sustentável até 35% mais barata	Lead Energy
ETIQUETEI	Etiquetei
Gestão de indicadores	Gestton
Gestão de Resíduos	Musa Tecnologia Ltda
Kali	Alimentares
Módulo Documentos	Gestton
Monitoramento Remoto Equipamentos Frio Alimentar	Preveo Monitoramento Inteligente
NL Desperdícios	NL Informática
Plano de Ação	Gestton
Plataforma e App Onexo	Onexo
Sacola Surpresa	Food To Save
Sense	Alimentares
Suflex	Suflex

Outras empresas mapeadas

Alfatec
Algar Telecom/Brain
Apicbase
Carbon Zero
Checkbits
Checklist Fácil
Comigo
ControleNaMão
EcoVadis
Ecowatt
Electrolux
Enalfa
Gerenciar
GrandChef
iTradeNetwork
Jolt
Koncluí
Leanpath
Manu Digital
MarketMan
Mecalux
Metalfrio
Nomad Foods Tech
Nortek
Ollie
Oracle
PariPassu
Qualyteam
Rational
Restaurant365
SafetyChain
Saipos
São Rafael
SAP
Sapore
Siemens
Sinoptix
SoftExpert
Spice Software
Testo
Too Good To Go
Topema
Turbo Air
Unox
VDS
WEG
Winnow
Wisk
Zebra Technologies



Mania de Churrasco! | Gestton

Mania de Churrasco digitaliza padrão de qualidade e controle de desperdício

Em parceria com a Gestton, rede de churrascarias elimina processos manuais e utiliza evidências visuais para garantir padronização e segurança sanitária em tempo real

Categoria Gestão de Qualidade e Operações (Food Service)

Solução Auditoria Digital e Controle de Desperdício

Marca do Produto Gestton

Marca da empresa Mania de Churrasco

A Mania de Churrasco, marca com 25 anos de história que evoluiu do modelo de buffet para operações de alta performance em shoppings, enfrentava o desafio de escalar sua governança operacional. Com a evolução para uma rede de alcance nacional, a manutenção do "olhar do dono" e a garantia de que os processos de qualidade fossem seguidos à risca exigiam uma ferramenta que unisse simplicidade na ponta e profundidade de dados na retaguarda.



Problema estratégico

O principal gargalo do Mania de Churrasco residia na "Gestão da Variabilidade" e no controle de perdas, algo especialmente crítico no modelo de buffet:

- **Subjetividade na auditoria:** a dependência de percepções operacionais dificultava a identificação precisa de onde ocorriam os desvios de padrão.
- **Controle de desperdício:** a dificuldade em medir e analisar o que sobrava no buffet impossibilitava ações corretivas baseadas em dados reais de produção.
- **Risco de compliance:** a gestão descentralizada de documentos como alvarás e laudos de vigilância transformava as fiscalizações sanitárias em momentos de tensão e risco administrativo.

"Ele é uma ferramenta muito completa nessa questão de análise de dados do restaurante. Conseguimos ter a certeza de que foi feito da maneira como deveria ser feito."

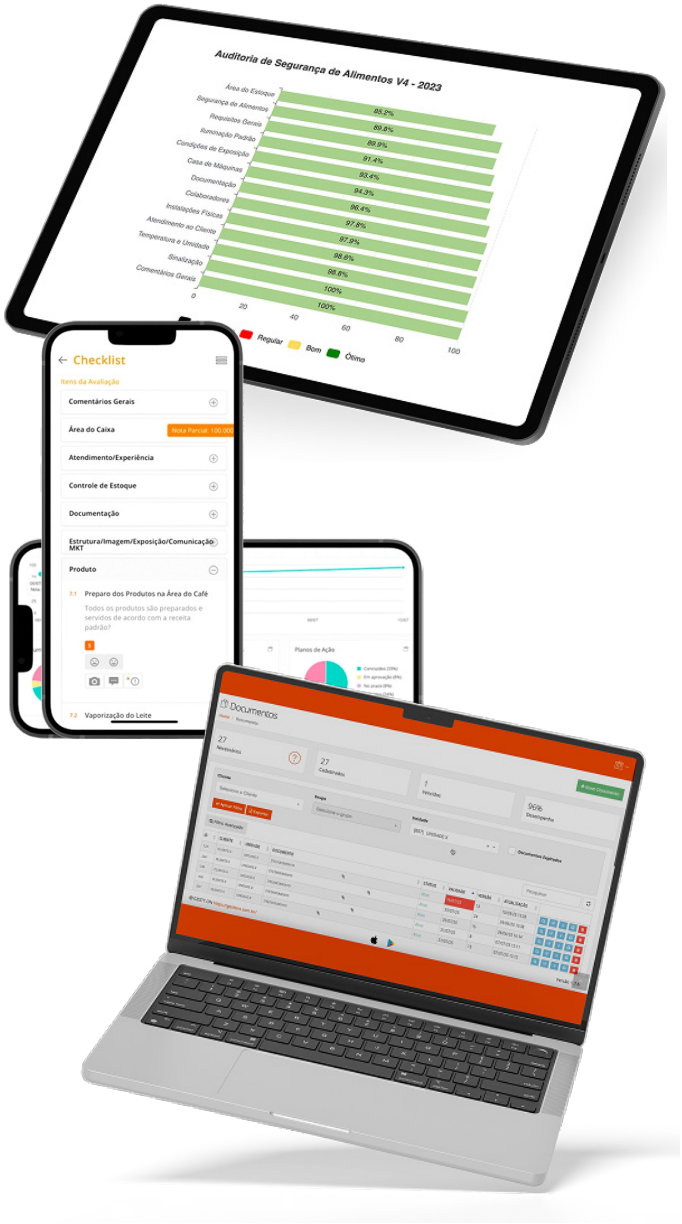
Marcos Moura
Gerente de restaurante na Mania de Churrasco

Dinâmica de uso

A solução adotada foi a plataforma Gestton, que passou a centralizar toda a rotina de auditoria e qualidade da rede. A ferramenta foi desenhada para ser intuitiva, permitindo que a equipe de Padrão de Qualidade e os gerentes de loja alimentassem o sistema sem fricção técnica.

O foco da operação com o Gestton dividiu-se em:

1. **Checklists de evolução:** auditorias periódicas que avaliam a padronização das lojas, gerando dados históricos que permitem comparar o desempenho entre unidades.
2. **Auditoria por imagem:** uso intensivo de fotos nos checklists para facilitar a análise da quantidade e da qualidade dos resíduos e sobras de produção, permitindo ajustes rápidos na engenharia do cardápio.
3. **Cofre digital de documentos:** repositório centralizado de toda a documentação legal e sanitária, acessível instantaneamente via aplicativo durante vistorias oficiais.



“Hoje o Gestton é minha mão direita. Se houver uma fiscalização, todos os documentos podem ser acessados dentro do aplicativo facilmente.”

Franciely Novaes
Analista de Qualidade na Mania de Churrasco

Resultados obtidos

A transição para um modelo digital trouxe mais precisão e segurança para a gestão do grupo:

- 100% de rastreabilidade das auditorias de qualidade, com registros datados e geolocalizados;
- Visibilidade total sobre o desperdício, permitindo identificar se a sobra se dá por excesso de produção ou por falta de aderência ao paladar do cliente;
- Zero perda de documentos, com o armazenamento digital garantindo conformidade total em fiscalizações;
- Cultura de dados estabelecida, com o Programa de Excelência (PEX) da marca alimentado por indicadores técnicos definidos. As 103 lojas da rede têm apresentado um índice entre 70% e 95% no PEX;
- Agilidade na identificação de falhas, transformando o checklist de auditoria em uma ferramenta de consultoria de campo ativa.

Visão de futuro

Com a base de dados consolidada, o próximo passo da Mania de Churrasco é integrar as informações do Gestton diretamente ao sistema de compras e ao ERP. O objetivo é que a análise das sobras de hoje informe automaticamente o volume de pedidos de amanhã, fechando o ciclo de eficiência entre produção, consumo e suprimentos por meio de uma cozinha orientada a dados.

Mania de churrasco
maniadechurrascoprime
mania-de-churrasco
maniadechurrasco.com.br

Gestton
gestt.on
gestton
gestton.com.br

Chegamos ao final do e-Book Radar Tech Foodservice Brasil, uma iniciativa que reflete o compromisso da Galunion em apoiar a transformação e o crescimento sustentável do setor de Foodservice no Brasil. Este relatório foi construído com o propósito de servir como uma ferramenta estratégica para operadores, gestores e todos os profissionais que desejam posicionar seus negócios à frente das mudanças e inovações que moldam o futuro do mercado.

Gostaríamos de expressar nossa profunda gratidão aos **patrocinadores**, cuja visão e apoio tornaram este projeto possível. É por meio de parcerias como estas que conseguimos conectar as melhores soluções tecnológicas ao mercado brasileiro de Foodservice, fortalecendo sua capacidade de inovar e prosperar.

Agradecemos também às empresas de tecnologia que contribuíram com informações detalhadas sobre seus produtos e soluções. Sua abertura e colaboração foram fundamentais para que o Radar Tech pudesse apresentar um panorama abrangente e atualizado das ferramentas disponíveis no mercado. Essas empresas desempenham um papel essencial na evolução do setor, oferecendo recursos que ajudam os operadores a enfrentar desafios complexos com eficiência e criatividade.

Por fim, um agradecimento especial à equipe da GALUNION, que dedicou esforço, expertise e paixão para tornar este projeto uma realidade. Cada membro da equipe contribuiu com insights valiosos, pesquisa minuciosa e atenção aos detalhes para que o Radar Tech fosse uma referência confiável e útil para o setor.

Esperamos que este relatório inspire você a explorar novas possibilidades, a adotar tecnologias que agreguem valor ao seu negócio e a construir um futuro mais eficiente, inovador e sustentável para o Foodservice no Brasil. Conte com a GALUNION como sua parceira nessa jornada de transformação e sucesso.

Até a próxima edição do Radar Tech Foodservice Brasil. Juntos, continuaremos inovando e elevando o setor a novos patamares.

Obrigado por fazer parte desta jornada!

Participe do Radar Tech Foodservice Brasil

Você desenvolve soluções de tecnologia?
Cadastre agora sua empresa e mostre como suas inovações podem impactar positivamente a gestão e a operação no setor de foodservice. Ao fazer parte do nosso Radar, você terá acesso a:

- **Visibilidade** diante de operadores e gestores de todo o Brasil
- **Networking qualificado** com potenciais clientes, parceiros e investidores
- **Integração** em um ecossistema que promove eficiência, inovação e sustentabilidade

Você é operador de Foodservice e tem uma solução que funciona muito bem?
Convide o seu fornecedor de tecnologia a se cadastrar no Radar Tech Foodservice Brasil! Assim, você contribui para fortalecer todo o setor, ampliando a oferta de soluções e proporcionando mais segurança e informação aos demais operadores.

Você é operador de Foodservice e está começando agora a estudar as tecnologias que podem te ajudar?

Visite a Plataforma Digital do Radar Foodservice e explore todas as categorias e produtos que estão cadastrados. Entre em contato via plataforma com os fornecedores que achar interessante e peça para conhecer suas soluções.

Por que se cadastrar?

Expansão de mercado: Alcance maior visibilidade entre redes e operações de diferentes portes

- **Credibilidade:** Faça parte de uma iniciativa referência em mapeamento tecnológico
- **Conexão:** Compartilhe conhecimento, gere insights e construa parcerias estratégicas

Junte-se a nós e ajude a impulsionar a transformação digital do foodservice no Brasil.

PARA MAIS INFORMAÇÕES E INSCRIÇÃO, CLIQUE AQUI

Sua jornada de aprendizado não precisa terminar aqui!

Você, operador e gestor de Foodservice, já tem em mãos o Radar Tech Foodservice Brasil, com uma análise detalhada das principais tecnologias disponíveis no mercado. Mas essa é só a primeira etapa do seu percurso de inovação e eficiência operacional.

Convidamos você a conhecer nossa Plataforma Digital!

Ao se cadastrar gratuitamente em nossa plataforma digital, você terá acesso a:

- **Todo o conteúdo do Radar,** organizado de maneira dinâmica e interativa.
- **Novos casos reais** de operadores que, mês a mês, compartilham suas experiências com soluções tecnológicas e mostram seus resultados práticos.
- **Artigos exclusivos e insights aprofundados,** produzidos por especialistas renomados que compreendem os desafios e oportunidades do setor.
- **Contato direto** com fornecedores das soluções destacadas no Radar Tech, facilitando conversas e esclarecendo dúvidas específicas para o seu negócio.

Amplie seu horizonte. Descubra soluções inovadoras. Tome decisões mais assertivas. Cadastre-se agora mesmo e aproveite ao máximo essa oportunidade única!

CADASTRE-SE GRATUITAMENTE NA PLATAFORMA DIGITAL

Conheça a GALUNION Consultoria para Foodservice

A GALUNION é a articuladora de **inteligência estratégica** do foodservice brasileiro, atuando com redes franqueadoras, redes próprias, grupos multiconceito, indústrias e fornecedores **que buscam ampliar sua relevância e competitividade no setor.**

Nosso papel é conectar leitura de mercado, tecnologia, ecossistema e construção aplicada através de projetos estratégicos para direcionar decisões relevantes e gerar evolução competitiva.

Transformamos inteligência, conexões e visão de futuro em decisões e movimento que fortalecem o Foodservice!

O que a GALUNION pode fazer por você?

- **Estratégia de Mercado e Inteligência Competitiva** A GALUNION é pioneira no mercado brasileiro de consultoria especializada em foodservice. Com metodologia proprietária, reunimos inteligência de mercado, repertório setorial e visão estratégica para apoiar decisões de crescimento, posicionamento, inovação e transformação dos negócios mudança estratégica conosco.
- **Tendências & Pesquisas:** estudos de mercado, pesquisas exclusivas e programas de inteligência que ajudam sua empresa a compreender o consumidor, antecipar movimentos e crescer com mais segurança e assertividade.

- **Inovação em Portfolio, Operações e Tecnologia:** consultoria especializada para transformar estratégia em ação, ajustar a oferta culinária, aumentar a eficiência operacional e impulsionar resultados financeiros.
- **Palestras In-Company:** conteúdos customizados sobre cenário, tendências, tecnologia e comportamento de consumo, sempre baseados em dados e conectados aos desafios reais do foodservice.
- **Radar Tech Foodservice Brasil:** lideramos iniciativas pioneiras como este Radar que você temagora em mãos, reunindo e compartilhando conhecimento que eleva todo o setor.
- **Missões Técnicas & Eventos:** promovemos experiências no Brasil e nomundo que conectam conhecimento, relacionamento e visão estratégica, ampliando repertório, networking e oportunidades para marcas e lideranças do foodservice.

Visite nosso site e saiba mais sobre como podemos ajudar seu negócio a crescer! www.galunion.com.br

Entre nossas iniciativas estão o **GALUNION Insights**, a **Missão Técnica para a The Restaurant Show** em **Chicago** e a **Missão Técnica para a FIPAN**.

GALUNION.
PARCEIROS ESTRATÉGICOS
PARA QUEM FAZ
O FOODSERVICE CRESCER.

Equipe Radar Tech Foodservice Brasil

Conheça as pessoas que trabalharam com dedicação e talento para tornar o Radar Tech uma realidade para o mercado brasileiro de foodservice:

DANIEL CASTELLO
Concepção, Pesquisa e Redação

Daniel foi responsável pela criação do conceito do Radar Tech, pesquisa detalhada e redação do conteúdo técnico. Especialista em estratégia e transformação digital, sua experiência guiou o desenvolvimento do Radar desde a ideia inicial até a entrega final.

JÚLIO CAMARGO
Marketing e Eventos

Júlio é líder da área de Marketing e eventos da Galunion e foi o responsável por gerir o projeto do Radar, além de apoiar de forma incansável nas conexões comerciais e na viabilização do Evento de Lançamento. Além de manter o pulso da equipe o tempo todo.

RENATO MULLER
Redação dos Casos de Uso

Jornalista especializado em negócios e tecnologia e cofundador da Kafer Content Studio, agência de desenvolvimento de conteúdo. Renato foi responsável pela redação dos casos de uso apresentados no Radar Tech. Seu olhar criterioso e sua escrita clara e objetiva enriqueceram o conteúdo, proporcionando exemplos reais, inspiradores e relevantes aos operadores de foodservice.

TOMAS PRADO
Desenvolvimento da Plataforma Digital
Responsável pela criação e desenvolvimento da plataforma digital, Tomas garantiu uma experiência dinâmica, interativa e acessível para todos os usuários interessados em aprofundar seus conhecimentos sobre tecnologias aplicadas ao foodservice.

LUIZA ACHÉ
Direção de Criação
Luiza é Brand designer na Galunion e foi responsável pelo projeto gráfico do Radar Tech, englobando Plataforma, e-book e demais materiais de suporte desenvolvidos.

CASSIO SILVA
Direção de Arte
Designer contratado especialmente para desdobrar todas as peças do projeto e dar vida ao Radar Tech 2026.

MILENI DUCAS, CHEF MARIANA COZZA E CHEF LUCAS COSTA Organização do Evento de Lançamento
Mileni, Mariana e Lucas lideraram o planejamento e execução do evento de lançamento, garantindo que a apresentação do Radar fosse um momento de sucesso, impacto e valorização para todos os envolvidos. E com uma experiência culinária do jeito que gostamos de fazer.

SIMONE GALANTE

Direção Geral e Gestão de Parcerias Institucionais

CEO e fundadora da Galunion, Simone trouxe sua ampla experiência estratégica e seu profundo conhecimento do mercado de foodservice para liderar o projeto e coordenar as parcerias essenciais para o seu contínuo desenvolvimento.

TODA A EQUIPE GALUNION

Na GALUNION todo mundo tem vários chapéus e nossa dinâmica de trabalho é cooperativa e intensa. Todos colaboraram para que o Radar fosse um sucesso, com suas ideias, ações, energia e bençãos.

Obrigado a todos, sem exceção!

PATROCINADOR DIAMOND

ifood

PATROCINADORES PLATINUM

HANZO

Quansa

TEKNISA

SW TECH FOR FOOD SERVICE

PATROCINADORES SILVER

Gestton

goomer

RATIONAL

APOIO INSTITUCIONAL

ABERC Associação Brasileira das Empresas de Refeições Coletivas

ABF ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING

abrasel

AFRAC

ANR Associação Nacional de Restaurantes

APUBRA ASSOCIAÇÃO PIZZARIAS UNIDAS DO BRASIL

IFB INSTITUTO FOODSERVICE BRASIL

NUTRI•LOVER

SINDRIO

APOIO

SynergySuite

TENYKS


GALUNION