

procura global de bens e serviços criativos quando comparada aos anos seguintes.

As pessoas estão passando a consumir mais serviços do que produtos, preferindo ir a um restaurante a preparar comida em casa, o que gera a não necessidade de se ter inúmeros utensílios de cozinha e eletrodomésticos em casa, por exemplo. Isto é, o benefício tendo maior destaque sobre o produto físico pessoal. Esta nova perspectiva faz com que as atenções sejam voltadas para as particularidades da gestão de empresas de serviços. Contudo, o setor de serviços sofre com a falta de desenvolvimento de técnicas que considerem as particularidades dos serviços e consequentemente influenciando na sua qualidade final, tendo baixa produtividade e baixos índices de inovação [2], apesar de ser o que mais contribui para o PIB no Brasil [3]. A realidade no setor de prestação de serviços alimentícios não é diferente. As pessoas se alimentam cada vez mais fora do lar, assim há por consequência, um aumento do nível de exigência em relação a esses produtos e serviços, porém, a gestão de estabelecimentos que provém estes tipos de bens, pouco se preocupa com a experiência do usuário.

Desta maneira, objetiva-se com este artigo se voltar para a forma de consumo dos serviços de alimentação atuais, perceber as tendências de consumo, não se restringindo apenas aos alimentos, mas observando os usos de produtos e serviços atuais, aproximando o usuário do processo de execução do serviço. É válido considerar que esses podem ser ingredientes impulsores de inovação na prestação de serviços de alimentação.

A inovação se dá de diversas formas e ela não necessariamente precisa estar intimamente ligada com o uso de novas tecnologias. Ela pode se dar por meio, por exemplo, de uma nova forma de consumo, ou por meio de algo que em um primeiro instante pode parecer intangível, como é o caso dos serviços. Assim é com a ajuda do Design voltado para a projeção da experiência do usuário e do Design voltado para serviços e da cultura **inovativa** pregada por esses, que se economiza dinheiro, tempo, cria-se diferenciais, levando os usuários a construir relações mais próximas com os empreendimentos e passar de consumidores passivos a

colaboradores ativos para suprir suas reais necessidades.

Por isso, apoiando-se na metodologia do Design Experiencial, Design de Serviço e do Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Projetos (GODP), identificou-se a oportunidade de desenhar um modelo de negócio que pode vir a servir como exemplo para desenvolvimento de novas formas de negócio voltadas para a prestação de serviços ou para a melhoria dos já existentes e que se preocupe em proporcionar melhores experiências ao usuário.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Design

O processo de projeção implica na solução do equilíbrio entre o homem e a tecnologia, criando procedimentos metodológicos desde a sua concepção, passando pela produção e chegando até o mercado [5]. Contudo, para que uma empresa torne-se competitiva nesse mercado, essa deve buscar atender às expectativas dos usuários e oportunidades para surpreendê-lo, quanto aos seus produtos e serviços oferecidos, ou seja, é preciso inovar. A procura de soluções inovadoras faz do design um dos principais componente estratégico para gerar sucesso nos negócios. Com uma visão holística, baseada na criatividade, ele atua diretamente na percepção de valor do produto, por isso, acaba sendo uma ferramenta atual de inovação para as empresas.

Bonsiepe [6] argumenta que o Design encontra-se na intersecção entre cultura, indústria, mercado e tecnologia, sendo, portanto uma categoria autônoma e própria. Por se tratar dessa resultante de diversos campos do conhecimento e conceitos, é difícil definir quais são os principais alicerces que sustentam o Design. Porém, pode-se perceber alguns pontos fortes dentro de qualquer projeto de design: observação, coleta de informação, síntese dos insumos, preocupação com o público para qual se projeta, isto é, o indivíduo (usuário); e por fim, o desenvolvimento de um produto. Produto esse que, segundo Santos [7], é tudo aquilo que sai de um processo produtivo, ou seja, pode tanto ser um serviço quanto um bem de consumo.