

EM AUDIÊNCIA PÚBLICA DA ANVISA, ANR APRESENTA OPINIÃO DOS RESTAURANTES SOBRE USO DE GORDURA TRANS



A Associação Nacional dos Restaurantes participou, na última segunda-feira (28), de audiência pública realizada pela Anvisa, em Brasília, para discutir a questão do uso de gordura trans industrial em alimentos. Segundo **Eliana D. Alvarenga**, representante da entidade no encontro, ao lado de **Luís Henrique Vendramini**, gerente de P&D e Qualidade, a ANR participará do projeto para se posicionar sobre ações importantes quanto ao tema. “São iniciativas que irão ao encontro com a saúde do consumidor e sua aplicabilidade dentro dos serviços de alimentação”, declara.

O encontro foi importante para esclarecer pontos essenciais para a discussão, entre os quais, o fato de os restaurantes não terem nenhum interesse objetivo na presença de gordura trans em seus alimentos e de estarem dispostos a adotar as soluções que a indústria vier a encontrar.

Em pesquisa realizada internamente com cerca de três mil empresas, a Associação

percebeu ainda outros assuntos igualmente importantes dentro da discussão, como a dificuldade que os restaurantes podem enfrentar para repassar novos custos de produção (que pode refletir num aumento de 10% em média nos pratos finais); e, em caso de restrição, a necessidade de um prazo entre 12 e 36 meses para suas respectivas adaptações. Manter a qualidade também traz preocupação, visto que a limitação da gordura trans deve interferir em características importantes de um prato, como a textura, o sabor e até a cor.

De acordo com Eliana ainda há muito o que se discutir sobre o tema, além de se aprofundar nas necessidades dos restaurantes para a adequação em caso de restrição. A opinião é compartilhada por Vendramini que acredita que, embora o projeto avance, ainda será necessário para análise. “Há muito a se fazer. Esse projeto demandará muitas ações, políticas públicas deverão ser revistas e isso vai precisar de tempo”, finaliza.

REDATORA-CHEFE DA REVISTA MENU BATE PAPO COM ASSOCIADOS NO PRIMEIRO GT-CoM DE 2016



“Não vamos a um restaurante só pela comida. Vamos também pela experiência, que deve ser algo realmente marcante”. Foi assim que a jornalista Beatriz Marques, redatora-chefe da Menu, uma das mais premiadas revistas de gastronomia do País, iniciou o bate-papo com os associados da ANR na manhã da última quarta-feira (30), na sede da entidade, em São Paulo.

A convidada do primeiro GT-CoM do ano mostrou como a redação define as pautas e escolhe as capas que serão lançadas a cada mês. “A plataforma online é totalmente diferente da edição impressa da revista. Enquanto procuramos coisas simples para postar no Instagram, como fotos de doces, hambúrguer e pizza, que são bastante compartilhadas pelos nossos leitores, o conteúdo impresso segue mais para o lado da alta gastronomia, com uma análise mais detalhada de cada prato”, compara. Beatriz, que começou sua carreira na década de 90, ao lado do também jornalista e crítico gastronômico Josimar Melo, lembrou ainda alguns detalhes da sua passagem pelo site Basílico e sua atuação no blog da revista Menu, entre outras colaborações.

Para a Beatriz, as assessorias têm exercido um papel cada vez mais importante dentro das redações do segmento, já que as equipes andam mais enxutas. “Esse apoio é essencial, pois o *timing* do chef geralmente é diferente do nosso e muitas vezes recebemos materiais fora do prazo. Mas vale destacar que os assessores também precisam estar mais bem inteirados sobre a revista que estão procurando para publicar seus conteúdos. Já recebi muito telefonema perguntando se a minha revista tratava de gastronomia. Isso não pode acontecer jamais”, alertou.

Os participantes puderam aproveitar o encontro para esclarecer dúvidas, inclusive sobre a alta procura por pratos veganos nos estabelecimentos. “Acho que todos os restaurantes devem se preparar, mas não pensem que, ao recriar receitas, como muitos têm feito no caso da feijoada e de hambúrgueres, poderão ganhar o espaço pretendido dentro deste mercado”, emenda.

Beatriz fez questão de salientar que a crise parece, ainda, não ter afetado tanto os restaurantes, mas que eles devem ficar atentos, principalmente aqueles que servem vinhos mais caros, pois o consumidor está começando a cortar alguns itens como esse do cardápio. “Todos querem economizar, sem abrir mão da experiência. A gente vê um crescimento de pedidos via aplicativo (*delivery*) e, talvez, uma das explicações para isso tenha sido a questão da segurança e a tendência de receber os amigos em casa. Por isso, os empresários precisam repensar as operações. Pagar caro por um vinho já não é mais realidade para muita gente. É preciso facilitar o acesso a itens como esses, até para não perder o apelo do negócio”, finaliza.

PARTICIPE: TERCEIRO GT-RH DO ANO ACONTECE NO PRÓXIMO DIA 14

O Grupo de Trabalho de Recursos Humanos, coordenado pela advogada **Andrea Carolina da Cunha Tavares**, da Dias e Pamplona, já está com seu terceiro encontro de 2016 marcado. No próximo dia 14 (quinta-feira), os participantes se encontram para continuar as discussões iniciadas na última reunião. Além disso, vão debater ainda a estabilidade dos acidentados, a garantia de emprego dos alistados e conferida pelas convenções coletivas.

Para o encontro, são convidados os profissionais da área de RH e os donos de restaurantes. Os objetivos da reunião são a uniformização dos conceitos sobre gestão do capital humano e a atualização dos conhecimentos sobre a legislação trabalhista. As inscrições podem ser feitas pelo e-mail:

 comunicacao@anrbrasil.com.br

11ª TURMA DE BOAS PRÁTICAS PARA ESTOQUISTAS DE ALIMENTOS: INSCRIÇÕES ABERTAS

O workshop organizado pela ANR chega a sua 11ª edição e está agendado para o próximo dia 19, na sede da associação. Com carga horária de 8 horas, o objetivo do evento é capacitar estoquistas de alimentos quanto aos procedimentos na gestão de rotinas do estoque, discutindo sobre os aspectos higiênicos sanitários e controles para o correto recebimento e armazenamento dos produtos, seguindo o que é recomendado pelas legislações.

Com metodologia dinâmica, o encontro ministrado por **Eliana D. Alvarenga**, consultora técnica da ANR, pretende abordar temas como o perfil ideal do estoquista de alimentos, as condições de armazenamento e cuidados com a higiene pessoal.



Os interessados podem realizar as inscrições e tirar dúvidas por meio do endereço de e-mail:

 comunicacao@anrbrasil.org.br

REDE DÍDIO PIZZA CRESCE E INVESTE NO DIGITAL



Com mais de 20 anos no mercado, a Dídio Pizza resolveu inovar. Diante de conquistas realizadas em 2015, a pizzeria *delivery* conseguiu fechar o ano com um faturamento de R\$ 30 milhões e já estima um aumento desse número em 28% para 2016, impulsionado pela abertura de oito novas lojas em São Paulo. Para esse ano, além do crescimento, a Dídio Pizza promete mais facilidade aos clientes, principalmente para os antenados ao universo digital, já que a rede pretende se consolidar como a pizzeria mais online do país.

Segundo **Elidio Biazini** (foto), franqueador da Dídio Pizza, a ideia de inovar está

diretamente ligada à vontade de satisfazer os consumidores. “Trabalhamos incansavelmente para criar novas formas de nos comunicarmos, para facilitar a realização dos pedidos e atender a necessidade do nosso público alvo, donos de um perfil que exige canais digitais de comunicação”, explica Biazini.

Atualmente a rede está presente na internet (site e redes sociais), na central de atendimento da Dídio Pizza (por onde se pode fazer pedidos) e, desde o mês de março, em um aplicativo próprio, que possibilita a compra de pizzas sem a necessidade de ligação e ainda oferece vantagens aos usuários. E dentro os benefícios dados a quem baixa o app estão descontos de 10% no valor do pedido e o acúmulo de pontos, que podem proporcionar bordas recheadas, pizzas doces e salgadas, tudo grátis.

Paralelamente à expansão digital e ao aumento das lojas físicas, a Dídio está desenvolvendo ações que ajudam a rede a conquistar cada vez mais consumidores. Em 2015, a pizzeria obteve um excelente retorno com a venda ativa. “Mas que oferecer pizzas, nosso objetivo é ser lembrado pelos nossos clientes. No contato telefônico, ofertamos promoções do dia, anunciamos lançamentos de produtos e fazemos até o agendamento da entrega de pizzas, muito usado no último capítulo de novelas ou em dias de jogos de futebol”, comenta Biazini, que investiu a mesma iniciativa em 2016, com investimento maior.

REDE DESFRUTTI INOVA E LANÇA LINHA DE CREPICOCAS



A Desfrutti, rede de restaurantes focada em refeições saudáveis e equilibradas, apresentou uma novidade para seus clientes em 2016: as crepiocas. O lançamento, além de satisfazer o organismo, é uma ótima opção para alcançar a boa forma, pois contém ingredientes como ovos, importantes na recuperação dos músculos e ganho de massa magra.

“Nós percebemos que as tapiocas eram uma receita que estava na moda, mas queríamos fazer algo diferente. Como os crepes são o carro chef da casa, nós pensamos em

inovar e criamos a crepioca, uma mistura de crepe com tapioca”, explica **Paula Azevedo**, proprietária da rede.

A novidade possui as mesmas opções de sabores dos crepes já existentes no cardápio. Os destaques salgados vão para a crepioca de shitake e shimeji e a de peito de peru. Como sobre mesa, a rede sugere a opção de nutella com morango. “A aceitação dos clientes está sendo muito boa, pois essa combinação nunca tinha sido vista antes por eles. É algo único e preparado por nós”, conta Paula.