

nutripro[®]

REVISTA DE NUTRIÇÃO
NESTLÉ PROFESSIONAL

Aberto para negócios

Nutrição
para viagem

Um menu para
o momento

Preparando uma
nova experiência
para o cliente

Para onde VAMOS AGORA?

A COVID-19 pode ter causado estragos em nosso setor, mas o amor que as pessoas têm por jantar fora continua forte como sempre.

Apesar das limitações, as pessoas ainda estão ansiosas para desfrutar da boa comida dos restaurantes e apoiar as empresas locais, muitas das quais desempenham um papel em suas vidas há anos. E jantar fora (seja em um restaurante ou compartilhando uma refeição para viagem em casa) ainda é uma das principais formas das pessoas relaxarem e se conectarem. Desde o surgimento da pandemia, muitas pessoas estão mais conscientes sobre o papel que a nutrição desempenha em seu bem-estar. Ansiosos por proteger sua saúde, elas estão prestando mais atenção ao que comem, escolhendo

alimentos e bebidas à base de vegetais ou procurando ingredientes com benefícios funcionais ou para a saúde. Esse interesse crescente cria uma oportunidade para o ramo de serviços alimentares oferecer opções mais saudáveis, que recebam os clientes de volta e os ajudem a cuidarem de si mesmos.

Diante de nossas atuais preocupações com a saúde, os estabelecimentos de serviços alimentares precisam fazer mudanças significativas — algumas para cumprir os regulamentos locais e outras para fazer com que os clientes se sintam seguros para jantar fora novamente. No entanto, como pessoas criativas e exímios inovadores, chefs, proprietários de restaurantes e outros profissionais da culinária estão à altura do desafio.

Nesta edição, discutiremos as novas práticas recomendadas para saúde e higiene, as maneiras de ajudar seus clientes a se alimentar de maneira mais saudável, como aproveitar ao máximo seu negócio de retirada e entrega e como aproveitar as ferramentas digitais para alcançar seus clientes.

Juntos, podemos encontrar novas maneiras de operar com segurança e voltar ao que fazemos de melhor.



80%

dos consumidores planejam comer e beber de forma mais saudável como resultado da pandemia¹

27% dos consumidores está pedindo comida para viagem em restaurantes que nunca pediram antes da pandemia²

63%

dos americanos pagariam mais por saúde e segurança ao jantar fora³

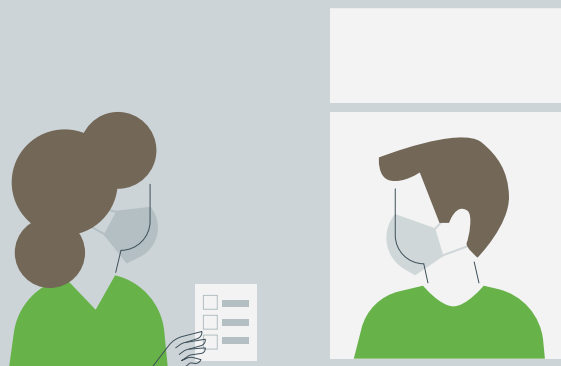
56% diz que a atividade na qual estão mais interessados é em jantar fora novamente⁴

56%

dos consumidores pagam por produtos ou serviços com cartão ou telefone em vez de dinheiro²

SAÚDE

- Treine toda a sua equipe sobre a COVID-19, a autotriagem, o uso de máscaras, a lavagem das mãos e o distanciamento físico.
- Incentive seus funcionários a monitorar suas temperaturas e aprender sobre suas políticas de licença médica.
- Limite o contato com os fornecedores ao receber as entregas e limpe as embalagens externas antes de entrar nas instalações.
- Procure maneiras de minimizar o contato entre a equipe (ajuste as zonas de trabalho ou horários para diminuir a densidade da equipe em espaços pequenos).



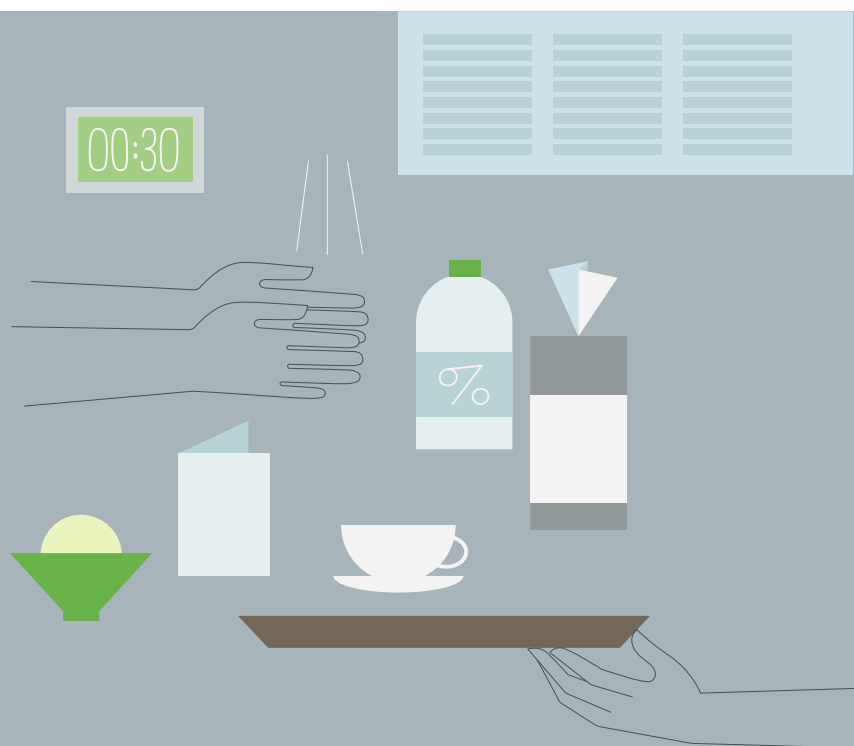
LIMPEZA

- Se sua empresa estava fechada, limpe completamente a infraestrutura interna, os equipamentos e os utensílios antes de reabri-la.
- Agende uma limpeza completa de todas as áreas de trabalho, equipamentos (incluindo ferramentas de venda e pagamento) e áreas de estar.
- Entre os assentos, limpe e higienize os dispositivos de pedido digital, verifique a recepção, as áreas de autoatendimento, os tampos das mesa e as áreas mais frequentemente tocadas, como maçanetas e banheiros.
- Forneça álcool em gel/toalhas descartáveis suficientes para funcionários e clientes.

Quando se trata de manter os clientes seguros, é sempre bom começar com higiene, limpeza e sanitização — práticas que já são muito familiares aos restaurantes. Devido à COVID-19, podem haver restrições adicionais em vigor. Além de cumprir todas as regulamentações governamentais e de saúde pública, aqui estão algumas dicas de fontes de confiança do worldchefs.org.^{5,6,7,8}

HIGIENE

- Lave as mãos regularmente e sempre que manusear alimentos, cardápios ou pagamentos.
- Mantenha um suprimento adequado de álcool em gel para as mãos e toalhas descartáveis na entrada e dentro das instalações.
- Disponibilize máscaras para todos os membros da equipe.
- Se usar luvas, troque-as regularmente.
- Limite o contato físico entre funcionários e clientes.
- Faça um esforço extra para manter uniformes, cabelos, unhas etc. impecáveis.



INSTALAÇÕES

- Priorize os assentos ao ar livre e a retirada na calçada.
- Forneça opções de retirada, entrega e *drive thru* para os clientes.
- Retire mesas e cadeiras das áreas de refeição para permitir o distanciamento físico ou instale barreiras físicas para separar os clientes uns dos outros.
- Limite o número de clientes em uma única mesa.
- Mostre aos clientes suas mesas, uma de cada vez.
- Reconfigure o espaço, instale divisórias ou marque os pisos para limitar a interação entre funcionário e clientes. Quando não for possível limitar a interação, faça a equipe usar máscaras faciais.
- Aumente a ventilação sempre que possível, e aumente a frequência das configurações de renovação de ar.





REPENSANDO SEU MENU

A situação atual mudou o que muitos de seus clientes desejam — e o que você pode oferecer. Graças às pressões econômicas sobre restaurantes e consumidores, às preocupações com a segurança, ao aumento do remoto e a uma nova preferência por comida para viagem e entrega, muitos operadores estão adaptando seus menus — e essas mudanças têm se tornado populares entre o público. Na verdade, mais da metade daqueles que introduziram novas ofertas planeja continuá-las após a retirada das restrições.⁹

Dez maneiras simples de satisfazer seus clientes

- 1. Reduza seu menu.** Concentre-se em seus itens mais populares, retirando os menos vendidos, os compartilháveis e o self-service. Isso torna mais fácil operar com uma equipe reduzida, diminuindo os custos e o desperdício de alimentos.
- 2. Forneça escolhas mais equilibradas.** Alimentos ricos em frutas e vegetais, grãos integrais, nozes e sementes que são uma “fonte” de vitaminas A, C, B12, B6 e D, cobre, selênio, ácido fólico, ferro ou zinco apoiam a função normal do sistema imunológico.¹⁰ Adicionar esses alimentos em suas receitas torna seu menu mais equilibrado e permite que você crie pratos que as pessoas gostam e se sentem bem em comer durante estes tempos difíceis.
- 3. Ofereça refeições em estilo familiar.** Uma refeição em família incluindo prato principal, sobremesa e bebidas atrai os pais que estão fazendo malabarismos com os cuidados infantis, o ensino on-line e o trabalho remoto, e as opções menos calóricas podem ser bem-vindas para aqueles que estão cuidando de seu peso durante a pandemia. Também é uma maneira fácil de introduzir acompanhamentos ou sobremesas que podem se tornar favoritos no futuro.
- 4. Aumente a oferta de itens para viagem.** Alimentos embalados individualmente para o café da manhã, sanduíches e bebidas engarrafadas tornam mais fácil para as pessoas desfrutarem da comida enquanto respeitam o distanciamento social, comem ao ar livre ou em sua própria casa.
- 5. Ofereça kits de refeição ou alimentos pré-assados.** De ingredientes para pizza a misturas para seus molhos exclusivos, essa abordagem oferece aos hóspedes a diversão de reproduzir seus pratos favoritos na segurança e no conforto de sua casa.
- 6. Ganhe confiança por meio da transparência.** Em tempos de incerteza, saber exatamente de onde vem a comida pode ajudar os clientes a se sentirem mais seguros. Quando possível, informe a procedência de seus produtos, carnes e laticínios para tranquilizá-los.
- 7. Concentre-se no valor.** Com muitos consumidores enfrentando perda de empregos e cortes nos salários, 46% está procurando por mais itens de valor.¹¹ Pense em aumentar o tamanho dos pratos para fornecer uma segunda refeição ou adicionar acompanhamentos baratos para aumentar a percepção de valor.
- 8. Ou ofereça um pouco de luxo.** Pratos “chiques” podem ser um agrado fácil e acessível, uma mudança de ritmo bem-vinda ou uma forma de comemorar, mesmo se as pessoas estiverem em casa. Pense em tábuas de queijo, aperitivos ou sobremesas tentadoras que a maioria dos convidados não seria capaz de fazer para si próprios em casa.
- 9. Pense em quais alimentos combinam com entregas.** À medida que a comida para viagem se torna um novo hábito, os clientes estão aprendendo quais tipos de pratos combinam com entregas. Se for melhor servido direto do forno ou congelador, deixe-o fora do menu de entrega para manter a qualidade consistentemente alta.
- 10. Escolha recipientes para viagem com cuidado.** Isolamento térmico, vedações à prova de vazamentos e tamanhos e formatos que protejam os alimentos durante o transporte são essenciais. Escolha materiais recicláveis ou compostáveis, quando possível. Estoque uma variedade de recipientes para acomodar todo o seu menu de entrega.

uma nova forma
de manusear
BEBIDAS



Os consumidores ainda desejam café e outras bebidas sofisticadas – mas também querem medidas extras para proteger sua saúde.

Como você pode entregar tudo que eles querem?

PESSOALMENTE:

Ao preparar e servir bebidas em mãos:

- Limpe e desinfete os equipamentos com frequência.
- Lave e desinfete as mãos com frequência.
- Fique a pelo menos dois metros de distância dos clientes enquanto prepara as bebidas.
- Limpe os copos reutilizáveis adequadamente ou use copos descartáveis.
- Use uma das mãos para segurar os copos e evite tocar na borda ou dentro deles.
- Ofereça pedidos *on-line*, vitrines apenas para retirada, entrega na calçada e/ou serviço de *drive-thru* expandido.
- Configure sistemas de pagamento sem toque.

VIA MÁQUINAS AUTOMATIZADAS

Essas máquinas sofisticadas resolvem várias questões:

- Em um contexto de autoatendimento, os pedidos sem toque permitem que os clientes selecionem e paguem usando o telefone.
- As bebidas podem ser preparadas na hora, sem a intervenção manual da equipe.
- A automação limita o tamanho da equipe na cozinha, proporcionando um melhor distanciamento dos funcionários.
- É capaz de oferecer a qualidade e as opções personalizadas que os clientes desejam.
- O serviço automatizado torna a entrega instantânea mais eficiente.
- A disponibilidade 24 horas por dia, 7 dias por semana, capta a demanda fora dos horários regulares das refeições.

Com sede de algo diferente?

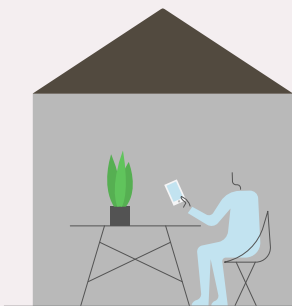
Como operadores de serviços alimentares, é importante ajudarmos os clientes a fazer escolhas de bebidas mais sábias e saudáveis. Após meses isolados em casa, 32% das pessoas disse estar mais consciente de seu peso do que antes da COVID-19.¹² Podemos ajudá-las oferecendo bebidas menos açucaradas, como sucos de frutas com baixo teor de açúcar e bebidas à base de café.

As condições atuais também levaram a novas tendências na categoria de bebidas, incluindo mais interesse em bebidas funcionais¹³ e uma sensação de bem-estar. Você pode aproveitá-las ao máximo, considerando as seguintes adições às suas receitas:

1. Diante de uma crise, mais clientes estão pensando em sua saúde.¹⁴ Considere adicionar ingredientes como chá verde, chá rooibos, kombucha e matcha ao seu menu.
2. Ingredientes como alecrim, lavanda e camomila são os mais populares, pois as pessoas os consideram calmantes. Essas ervas aromáticas podem ser uma adição bem-vinda ao chá quente ou frio.
3. Chantilly, raspas de chocolate, guarnições sofisticadas e espuma decorativa podem ser uma delícia ou um retorno à normalidade, mesmo que as pessoas estejam desfrutando de bebidas para viagem, em vez de sentadas em um café ou restaurante.

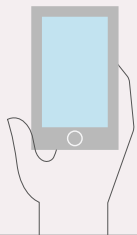
Experiência do cliente

O que mais você pode fazer para se ajustar a essa nova realidade? Um método usado pelos empreendedores de sucesso é se colocar no lugar do cliente. Ao avaliar cada etapa de sua experiência, você pode deixar as pessoas confortáveis e confiantes para jantar fora novamente.



RECONECTE-SE COM O CONSUMIDOR

Use as mídias sociais para mostrar o que você fez para reorganizar sua empresa e aumentar a segurança. Crie mensagens ou contagens regressivas do tipo “em breve” para aumentar a agitação em torno da sua reabertura.



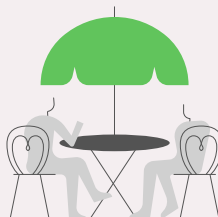
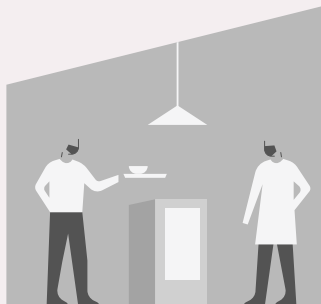
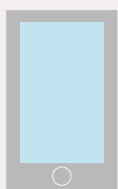
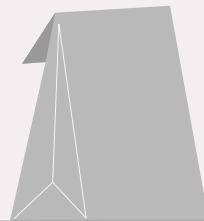
PROVOQUE O PEDIDO

Fale com os clientes *on-line* e lembre-os de como é bom comer fora. Teste uma campanha de publicações de mídia social, textos e e-mails para promover promoções especiais, noites temáticas, novos itens do menu e opções de retirada/entrega. Você também pode fornecer incentivos e um link ou *QR code* para o seu menu *on-line*, tornando o pedido rápido e fácil.



RETIRADA/ENTREGA

Conte com ferramentas digitais para facilitar os pedidos, reduzir chamadas telefônicas constantes e evitar tocar em menus e dinheiro. Para evitar a aglomeração, seja específico sobre os horários de retirada e envie uma mensagem de texto aos clientes quando o pedido estiver pronto. Designe uma área para retirada, mantendo o distanciamento social, e use sistemas de pagamento sem toque ou limpe as telas após cada uso. Você também pode adicionar um pacote de lenços umedecidos, uma nota sobre suas práticas de higiene e um agradecimento por fazer o pedido.



NO ESTACIONAMENTO

Para dividir os clientes, coloque placas para demarcar as áreas de espera, junto com instruções e um número de telefone para ligar ou enviar mensagem de texto quando chegarem. Publique um *QR code* ou link para que eles possam navegar pelo menu, fazer seus pedidos e pagar antecipadamente antes de entrarem, para limitar o tempo dentro do estabelecimento. Então, ligue ou envie uma mensagem de texto para avisar os clientes quando a mesa estiver pronta.

À PORTA DE ENTRADA

Fixe uma placa lembrando os clientes de que você cumpre todos os regulamentos locais. Lembre-os de usarem máscara e álcool em gel depois de abrirem a porta, e tenha um estoque de máscaras descartáveis à mão. Você também pode demarcar o chão ou fornecer sinalização para limitar as interações entre os clientes e oferecer distanciamento social.

À MESA

Coloque quadros-negros ou menus digitais em pontos estratégicos do restaurante, ou use menus de papel descartáveis e/ou um link para um menu *on-line*. Use toalha de mesa e guardanapos de papel ou troque-os após cada cliente. Em vez de arrumar a mesa com antecedência, traga os copos e utensílios embrulhados ou higienize-os na frente dos clientes. Você também pode oferecer uma saquinho ou envelope para guardar as máscaras enquanto comem e lenços umedecidos descartáveis.

APÓS A REFEIÇÃO

Use sistemas de pagamento sem toque para evitar o manuseio de dinheiro, recibos, cartões de crédito e canetas. Se possível, atribua uma porta diferente para saída. E, claro, agradeça aos clientes por confiarem em você, convidando-os a voltar.

PENSANDO

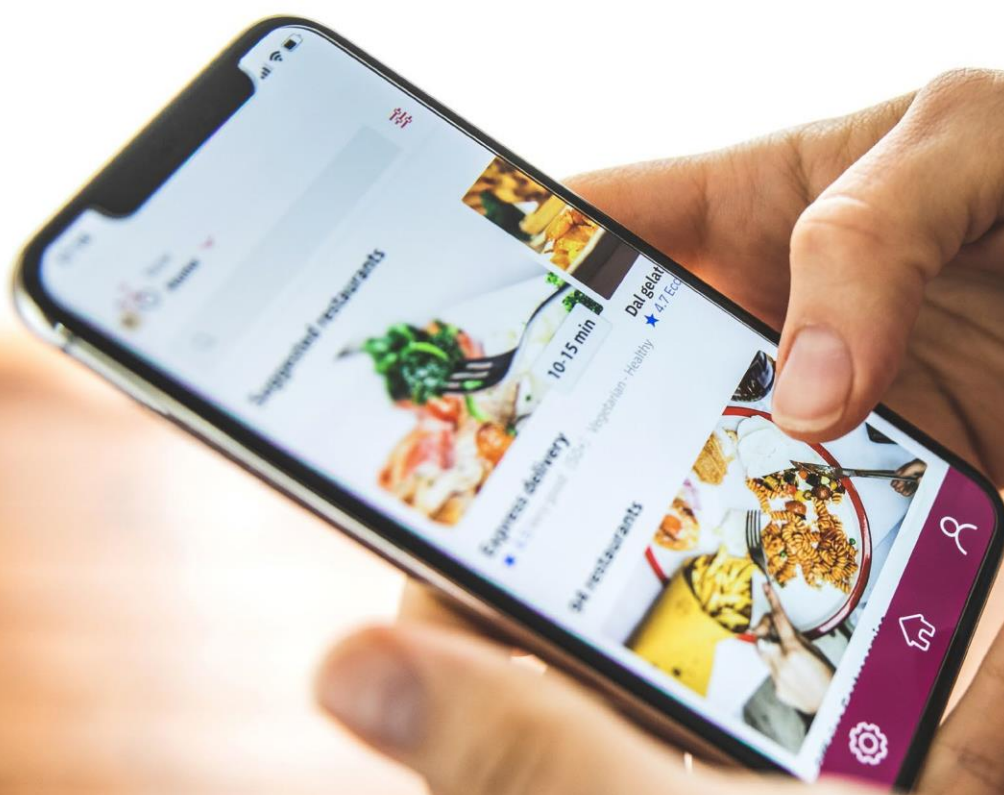
como uma startup

Como a cliente da Nestlé e Chef com duas estrelas Michelin Ghislaine Arabian adaptou seu restaurante durante a COVID?

Desde o início, ela manteve sua equipe na Les Petites Sorcières, em Paris, ocupada, preparando mais de 2.000 refeições para uma associação que alimentava a comunidade.

Mais tarde, ela elaborou um menu para viagem de três pratos, que mudava todos os dias, oferecido por aproximadamente 20% a menos do que as refeições normais do restaurante e promovido por meio de sinalização e mídia social.

Quando o restaurante reabriu, ela continuou oferecendo a opção para viagem, o que satisfaz os clientes e aumenta sua receita, mesmo com a capacidade reduzida devido ao distanciamento social.



Inovações que valem a pena

Quer você esteja no mercado há uma semana ou há 50 anos, a pandemia está forçando todos a começarem do zero. Como a velha maneira de se fazer negócios está suspensa, pode ser útil pegar emprestadas algumas estratégias do mundo da tecnologia — outro setor que está acostumada a pensar e reagir com rapidez.

Com essa abordagem, você não precisa ter um plano perfeito para começar a colocar as soluções em prática. Em vez disso, pode adotar soluções simples e baratas que podem ser ajustadas conforme se aprende.

O método startup¹⁵

1. Criar

Não há problema em começar devagar. Qual é a solução de menor risco que você pode implementar o mais rápido possível?

2. Medir

Depois de dar um passo, meça os resultados. Como isso afetou o movimento? As vendas? A satisfação do cliente? Seus funcionários? Seu custo e benefícios?

3. Aprenda

Seja flexível, ajustando-se conforme avança. Avalie o que funcionou bem, o que precisa de um ajuste e quais outras ideias você deseja tentar. Em seguida, volte e comece novamente na etapa 1.

Sempre há espaço para melhorar!

O melhor caminho a seguir para sua empresa pode não se parecer com nada que você já tenha feito antes. Confira algumas das ideias criativas que outros restaurantes ao redor do mundo estão implementando:



O Mediamatic, em Amsterdã, montou estufas de vidro privadas, onde os clientes podem jantar ao longo do canal. Os atendentes entregam a comida em tábuas que deslizam pela porta.¹⁶



O Canlis, em Seattle, Washington, manteve seu relacionamento com os produtores locais, oferecendo aos clientes entrega em domicílio de uma opção de refeição única, que muda todos os dias.¹⁹



O Clarity, um restaurante na Virgínia, transformou seu estacionamento em um serviço de jantar *drive-in*, onde uma mesa completa e uma refeição são disponibilizadas aos clientes no estacionamento.¹⁷



Os restaurantes italianos estão coletando informações quando as reservas são feitas, para que possam identificar rapidamente e entrar em contato com outros clientes se um deles testar positivo posteriormente.²⁰



A Brooklyn Dumpling Shop entrega refeições em um armário de vidro, que os clientes podem desbloquear por meio de um código em seus telefones após o pagamento.¹⁸



A Shake Shack está lançando um kit de hambúrguer para cozinhar em casa, disponível por meio de pedido *on-line*/entrega.²¹

alcançando

OS CLIENTES

À medida que as pessoas voltam a jantar fora, os consumidores ficam compreensivelmente mais preocupados com a saúde e a segurança. Você pode tranquilizá-los, demonstrando o quanto já vem se preocupando com sua segurança e mostrando a eles as mudanças que fez em sua empresa.

A comunicação com os clientes é instantânea e fácil com as ferramentas digitais:

No seu site

- Publique uma declaração resumindo as mudanças que você fez para manter os clientes seguros.
- Promova pedidos *on-line* junto com opções de retirada e entrega.
- Aprimore seu sistema de pedidos *on-line* e/ou crie um link para opções de entrega de terceiros.
- Atualize seu menu *on-line* com todas as alterações feitas e certifique-se de que os parceiros de entrega terceirizados tenham a versão mais recente.

Nas mídias sociais

- Mantenha um tom positivo, mostrando como as pessoas ainda podem se divertir ao comer fora.
- Crie promoções para famílias, encontros noturnos ou outras promoções baseadas em conceitos.

- Ofereça um evento de caridade, onde os clientes podem comprar uma refeição e doar para um professor ou profissional de saúde.
- Promova novas opções, como pratos pré-assados, kits de refeição e misturas de bebidas.
- Envolve seu público com *hashtags* e concursos.
- Capte informações de contato para construir sua lista de clientes.

Em e-mails/boletins informativos

- Visualize novos sistemas de pedidos e pagamentos *on-line* ou por telefone, para evitar confusão.
- Ofereça uma entrevista com seu chef sobre novas opções de menu.
- Compartilhe dicas sobre reciclagem ou reutilização de recipientes para viagem.

Conectando-se com sua equipe:

Ao fazer mudanças em sua empresa, lembre-se de que sua equipe também precisará de treinamento e suporte. Para facilitar a transição, experimente estas estratégias:

- 1 Agende treinamento** sobre o novo protocolo de segurança e saneamento para todos os funcionários.
- 2 Certifique-se de que sua equipe saiba** como usar as novas ferramentas de pedido e pagamento e como trabalhar em equipe com parceiros de entrega.
- 3 Atualize os atendentes** sobre as mudanças do menu.
- 4 Use ferramentas digitais** para alertar instantaneamente a equipe sobre a exposição à COVID ou o fechamento de um restaurante.
- 5 Agradeça frequentemente** por seus esforços extras e trabalho árduo.

DAQUI EM DIANTE

Jantar fora ainda é uma experiência apreciada pelas pessoas, que desejam que faça parte de suas vidas. Mesmo durante uma pandemia, a conveniência e os desejos continuam levando-os a sair de casa.⁹ A questão é como podemos aproveitar ao máximo essa experiência, apesar de nossas novas limitações.

O segredo é se colocar no lugar delas, antecipando suas preocupações a cada passo e procurando maneiras fazer com que essa experiência pareça mais fácil, segura e agradável.

Ao mostrar sua preocupação com o bem-estar, o conforto e a satisfação das pessoas, você pode reconstruir a confiança e voltar a alimentar sua comunidade.

Vamos voltar ao trabalho.

Fontes

- 1 FMCG Gurus. 2020.
- 2 GlobalData. 2020.
- 3 Bentobox survey. 2020.
- 4 Babbage Pulse. 2020.
- 5 Worldchefs.org. 2020.
- 6 Black Sheep Restaurants: SOP: Covid-19 Playbook. 2020.
- 7 Cal/OSHA COVID-19 General Checklist for Dine-in Restaurants. 2020.
- 8 The Conceptional. Covid-19 (re)opening Playbook. 2020.
- 9 Dataessential Road to Recovery. 2020.
- 10 Nestlé Research and Development, 2020.
- 11 Technomic. 2020.
- 12 The Beacon Report. 2020.
- 13 FoodDive. 2020.
- 14 New Food Magazine. 2020.
- 15 Ries, Eric. Lean Startup Method.
- 16 The Spoon.Tech. 2020.
- 17 Washingtonian. 2020.
- 18 Forbes. 2020.
- 19 Eater NY. 2020.
- 20 Washington Post. 2020.
- 21 Restaurant Dive. 2020.

Saiba mais

Questões Nutripro disponíveis

Aberto para negócios

Torne-os mais

atraentes –

As novas alternativas
de carne à base de
vegetais

Simple e autêntico –
Adotando a
transparência

Tudo sobre equilíbrio
– Obesidade e a
experiência
gastronômica

Mais plantas no
prato

Alérgenos alimentares

Redução de açúcar

Conscientização sobre
a porção

Umami – Cogumelos a
GMS

O oriente encontra o
ocidente

A cultura do
café

Sobremesas –
Alimento a Alma

Bebidas
adoçadas

Sódio

O prazer de
comer e beber

Minerais

Bebidas – A chave
para uma vida
saudável

Chá – Uma
bebida global

Refeições para
crianças

Cacau e malte

Fibra dietética – E
seus vários
benefícios à saúde

Vitaminas: a
orquestra do
corpo

O valor agregado
do leite

Planejamento do menu

Gordura, óleo e
colesterol

Métodos de cozimento

Carboidratos



Nestlé Professional
Nestec S.A.
Avenue Nestlé 55
CH-1800 Vevey
Suíça

www.nestleprofessional.com

**A Nutripro é uma publicação
da Nestlé Professional © 2020**

Entre em contato com
nutripro@nestle.com para obter
mais informações

Equipe editorial:

Ana Isabel Aragon, Raha Rajaei
Direção criativa: Mr & Mrs
Copy: Karin Lannon
Fotografia: Yolanda Gonzalez,
Nestlé Professional