



17ª Edição do Prêmio ABRAFAC Melhores do Ano

São Paulo - Brasil

Redução de Desperdício em Restaurante BRF

Giulliano Farias Sandrini ¹

¹ BRF / giulliano.sandrini@brf.com

RESUMO

O case de desperdício nos restaurantes tem por objetivo reduzir o desperdício de alimentos dentro dos restaurantes da BRF, buscando uma solução capaz de realizar uma análise de comportamento e fazer intervenções no contexto de decisão, em uma forma a proporcionar um consumo consciente e gerar menos resíduos.

Palavras-chave: redução de desperdício, alimentos, facilities, inovação, restaurantes.

1. INTRODUÇÃO

A BRF é uma das maiores empresas de alimentos do mundo, possuindo mais de 50 fábricas em todas as regiões do Brasil, além de 33 centros de distribuição e mais de 100 mil funcionários, a companhia atende clientes em mais de 120 países em 5 continentes.

Os desafios que a empresa enfrenta estão fazendo com que sejam avaliadas novas formas de aumentar a eficiência da companhia, isso também se reflete na gerência de Facilities que realiza a gestão de todos os serviços de alimentação da companhia.

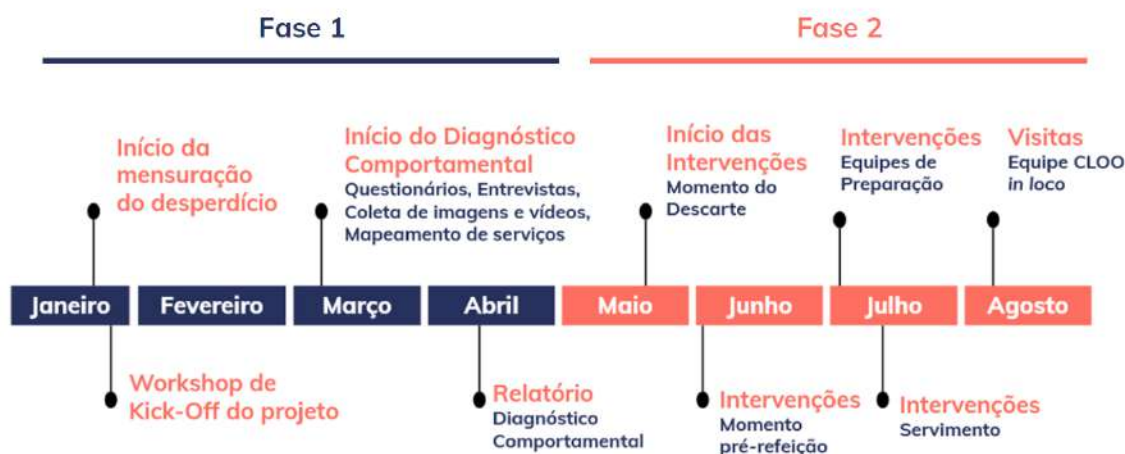
O projeto de redução de desperdício começou no ano de 2021 junto com a startup Cloo. Em conversas iniciais, analisou-se o contexto de intervenções específicas do projeto através de um mapeamento de comportamentos-chave, que contribuem para o desperdício por meio de alguns fatores de campo (observações, entrevistas individuais e questionários).

Tendo em conta as diferentes fontes de informação utilizadas, foi necessário realizar a triangulação dos dados, cruzando-os através dos diferentes métodos qualitativos e quantitativos. Permitindo ter uma visão mais completa do contexto em que serão feitas as intervenções, e validar as hipóteses.

2. METODOLOGIA

O projeto foi composto por duas fases, sendo que a Fase 1 ocorreu entre Fevereiro e Maio de 2021, e a Fase 2 que ocorreu entre Maio e Agosto do mesmo ano.

Figura 1: Fases do projeto



2.1 Fase 1: Foi de extrema importância mapear quais os comportamentos poderiam contribuir para o desperdício alimentar nos restaurantes e que exibiam o maior potencial para a aplicação da abordagem baseada nas Ciências Comportamentais. O trabalho em campo desta etapa teve como base as seguintes ferramentas:

2.1.1 Mapeamento dos serviços com as lideranças das empresas terceirizadas;

2.1.2 Registro de imagem e vídeo das cozinhas e restaurantes;

2.1.3 Entrevistas individuais com 15 colaboradores entre cozinheiras, nutricionistas e colaboradores BRF;

2.1.4 Questionários online e impressos aplicado para mais de 1.500 colaboradores entre eles, funcionários BRF e funcionários da empresa terceirizada de restaurante.

2.2 Fase 2: Com base nas evidências do trabalho em campo e na investigação científica na área das Ciências Comportamentais, passou-se para a elaboração de um conjunto de recomendações que, após validadas com as equipes de cada unidade, foram implementadas a fim de mensurar o impacto para a redução de desperdício nos quatro momentos a seguir:

Figura 2: momento de intervenções comportamentais 1

<p>Bloco 1:</p> <p style="text-align: center;"></p> <p>Descarte</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reenquadramento da comunicação através de lixeira renomeadas de "Resíduos Orgânicos" para "Resíduos Orgânicos e Desperdício Alimentar". 2. Adesivos nas lixeiras com feedback e priming sobre reduzir o desperdício nos próximos descartes. 	
	<ol style="list-style-type: none"> 3. Imagem fixada na parede próxima à lixeira com figura humana com olhos direcionados ao local onde o resíduo alimentar é descartado. 4. Maior senso de monitoramento com lixeiras posicionadas em locais mais visíveis às equipes da cozinha ou mais iluminados. 	

Figura 3: momento de intervenções comportamentais 2



<p>Bloco 2:</p> <p style="text-align: center;"></p> <p>Pré-refeição</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mural físico exibido na entrada dos refeitórios em que colaboradores assinam (próprio punho) o seu comprometimento público com a causa e o motivo de apoio à causa. 	
	<ol style="list-style-type: none"> 2. Mensagens de reciprocidade de esforços nos cardápios físicos exibidos nas entradas dos restaurantes e nos e-mails com cardápio. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Adesivo colado ao pé das catracas de entrada contendo mensagem de pré-compromisso ao entrar no restaurante.

Figura 4: momento de intervenções comportamentais 3



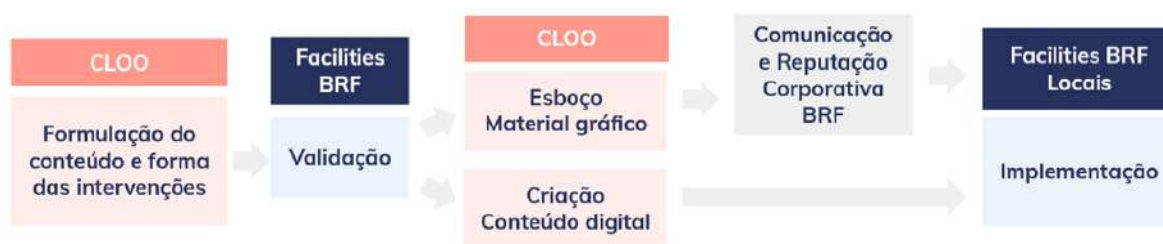
<p>Bloco 3:</p>  <p>Equipes de Preparação</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formulário individual (assinaturas de próprio punho) do apoio à iniciativa + Comprometimento em implementar ações concretas nos próximos meses. 2. Foto da equipe em mural interno na cozinha, com destaque para o suporte às figuras de autoridade destes grupos de trabalho. 3. Priming com adesivos vermelhos/carinhas tristes onde o descarte é feito (nas lixeiras) e verdes/carinhas alegres onde os alimentos são poupados (refrigeradores e estoques). 	
--	--	--

Figura 5: momento de intervenções comportamentais 4

<p>Bloco 4:</p>  <p>Durante servimento</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ancoragem e Destaque através da exibição de "Prato do dia" no buffet, com porções regulares e com menos plástico. 2. Redução do tamanho de utensílios do buffet e pratos em restaurantes específicos. 3. Normalização sobre o ato de repetir o servimento da refeição através de placas ao longo do buffet. 	    
---	---	---

A equipe da Cloo foi responsável por formular o conceito e formar as intervenções, que foram validadas com o time de Facilities BRF e na sequência dando início a implementação nas unidades.

Figura 6: processo de elaboração



As iniciativas foram aplicadas sequencialmente, com intervalo aproximado de 3 semanas entre um bloco e outro. Ao final da etapa de implementação, a equipe Cloo visitou as três unidades, sendo avaliadas as intervenções e discutindo ajustes nos materiais e possibilidades de atuação.

3. RESULTADOS

No case tivemos uma redução de 296 kg de alimentos por dia em cada unidade, significando uma redução de 24,3% no desperdício, um ganho de R\$1.336,70 de insumos economizados a cada dia. Na atmosfera é reduzido a cada dia 563 kg de CO2.

Figura 7: desperdício



4. DISCUSSÃO




Tendo como ponto de partida o desperdício já reduzido nesse case, dentre os fatores de ação, ouve a identificação de comportamentos e situações-chave para a tomada de decisão individual que podem levar ao desperdício alimentar. Sendo feito o diagnóstico comportamental com os colaboradores sobre quais crenças e comportamentos são os mais relevantes para o combate do desperdício, além de possíveis caminhos de intervenção.

Sendo feito a adaptação de modelos de mudança comportamental ao contexto específico da BRF e análise de evidências científicas ao redor do mundo.

5. CONCLUSÃO

Um dos principais fatores que desafiaram o projeto é a percepção de “comida a vontade”, dado o fato de as refeições serem percebidas individualmente por grande parte dos colaboradores como de valor irrisório.

Figura 8: comportamento que podem contribuir para o Desperdício Alimentar

 <p>Restaurante (Quem consome - Comensais)</p>	Não consomem a quantidade servida no prato	<p>Por vezes comem mais rápido do que deveriam (ex.: para voltar logo ao serviço, para terem mais tempo de descanso, para darem lugar nas mesas ou porque o local de alimentação é quente/com barulho).</p> <p>Não sabem ou não são lembrados da quantidade de alimento desperdiçado e principalmente da importância do combate ao desperdício e dos esforços que a organização tem feito.</p> <p>Gosto da refeição acaba não agradando (e não podem corrigir tempero/sal pelo atual processo).*</p>
	Descartam sem vigilância	O descarte de resíduos alimentares é feito em lixeira/bancada sem contato com a equipe responsável pela limpeza dos pratos e bandejas. Comensais depositam prato “limpo” para a equipe responsável (o que pode causar a sensação de que o objetivo de “entregar o prato limpo” tenha sido atingido).
	Não levantam para repetir, embora o possam fazer.	
	Por vezes mostram insegurança ou incerteza sobre o que pedir/se servir, o que acaba gerando mais filas nos buffets.	
 <p>Buffet (Quem serve)</p>	Servem mais do que comensais podem consumir	<p>Podem ter que servir de maneira rápida para atender um grande fluxo de pessoas.</p> <p>Podem acabar servindo grande quantidade de comida de modo automático (pelo cuidado em atender bem o cliente e pelo fato de pensarem que já sabem o que cada pessoa irá querer, dado o convívio diário).</p>
	Comensais são servidos em bandejas e pratos grandes (o que pode, inconscientemente, criar a necessidade de preencher os espaços vazios - “quanto mais, melhor”).	
	Comensais servem a comida e só depois pegam a bebida (o que pode gerar saciedade antes de toda comida ser consumida).	
 <p>Cozinha (Quem prepara)</p>	Não sabem ou não são lembrados da quantidade de alimento desperdiçado e principalmente da importância do combate ao desperdício e dos esforços que a organização tem feito.	
	Por vezes acabam produzindo uma quantidade esperando um público maior do que o que efetivamente comparece.*	

6. REFERÊNCIAS

- OECD, Tools and ethics for applied behavioural insights: The BASIC toolkit. Paris: OECD Publishing, 2019.
- D. Kahneman, Thinking, fast and slow. New York, NY, US: Farrar, Straus and Giroux, 2011.
- P. Dolan, M. Hallsworth, D. King, e I. Vlaev, “Mindspace: Influencing behaviour for public policy”, LSE Research Online, 2010. [Online]. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/35792/>.
- A. de Visser-Amundson, “A multi-stakeholder partnership to fight food waste in the hospitality industry: a contribution to the United Nations Sustainable Development Goals 12 and 17”, Journal of Sustainable Tourism, 2020.
- S. Stöckli, E. Niklaus, e M. Dorn, “Call for testing interventions to prevent consumer food waste”, Resources, Conservation and Recycling, vol. 136, p. 445–462, 2018.
- C. Reynolds et al., “Review: Consumption-stage food waste reduction interventions – What works and how to design better interventions”, Food Policy, vol. 83, p. 7–27, 2019, doi: 10.1016/j.foodpol.2019.01.009.
- R. Osbaldiston e J. P. Schott, “Environmental sustainability and behavioral science: Meta-analysis of proenvironmental behavior experiments”, Environment and Behavior, vol. 44, no 2, p. 257–299, 2012, doi: 10.1177/0013916511402673.

R. H. Thaler e C. R. Sunstein, *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*, Rev. and Expanded ed. New York: Penguin Books, 2009.

L. Principato, *Food waste at the consumer level: A comprehensive literature review*. New York, NY: Springer Berlin Heidelberg, 2018.