



## AVALIAÇÃO DE RESTAURANTES LOCALIZADOS EM SHOPPINGS COM POLÍTICAS DE SUSTENTABILIDADE: RELAÇÃO ENTRE A PROPOSTA E A PRÁTICA

## EVALUATION OF RESTAURANTS LOCATED IN SHOPPING MALLS WITH SUSTAINABILITY POLICIES: RELATIONSHIP BETWEEN PROPOSAL AND PRACTICE

## EVALUACIÓN DE RESTAURANTES UBICADOS EN CENTROS COMERCIALES CON POLÍTICAS DE SOSTENIBILIDAD: RELACIÓN ENTRE PROPUESTA Y PRÁCTICA

 <https://doi.org/10.56238/levv16n49-106>

**Data de submissão:** 26/05/2025

**Data de publicação:** 26/06/2025

**Letícia Antunes Teich**  
Graduada em Nutrição

Universidade Presbiteriana Mackenzie

E-mail: leticiateich@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7195-1370>

LATTES: <http://lattes.cnpq.br/3258539704249966>

**Ana Cristina Medeiros Moreira Cabral**

Profª. Dra. do Centro de Ciências Biológicas e da Saúde –  
Universidade Presbiteriana Mackenzie

LATTES: <http://lattes.cnpq.br/0228545115271333>

**Andrea Carvalheiro Guerra Matias**

Profª. Dra. do Centro de Ciências Biológicas e da Saúde –  
Universidade Presbiteriana Mackenzie

LATTES: <http://lattes.cnpq.br/9123737158149253>

**Monica Glória Neumann Spinelli**

Profª. Dra. do Centro de Ciências Biológicas e da Saúde –  
Universidade Presbiteriana Mackenzie

LATTES: <http://lattes.cnpq.br/9330175821488809>

### RESUMO

A massiva divulgação das práticas sociais, éticas e ecologicamente corretas dentro de empresas, passou a ganhar, no mundo corporativo, uma tendência negativa, em que algumas empresas divulgam uma imagem de defesa da sustentabilidade sem corresponder às boas práticas e critérios exigidos para isso – apenas buscando atrair os consumidores interessados em consumir produtos sustentáveis. Trata-se da prática do “greenwashing”, termo em inglês que define a falsa divulgação sobre sustentabilidade de algum produto ou prática empresarial. O presente estudo buscou avaliar o comprometimento com as boas práticas de restaurantes em shoppings defensores dos princípios de governança sustentável. Os resultados foram obtidos por meio de uma coleta de dados realizada presencialmente, com um

questionário desenvolvido na plataforma Google Formulários e tabulados no Microsoft Office Excel®. Os dados da pesquisa, apontam uma contradição entre o discurso dos shoppings e as práticas nos restaurantes, mais de 50% da amostra negou o envolvimento em práticas de doações de alimentos e parcerias sociais, nenhum estabelecimento pesquisado adquire alimentos que gerem impacto social e apenas 50% afirmaram oferecer capacitação em sustentabilidade ambiental para os funcionários. Quanto à oportunidade de trabalho para grupos minoritários e pessoas com deficiência, mais de 25% dos participantes afirmaram que não oferecem vagas para estes grupos. Entre os destaques positivos desta pesquisa estão a equiparação salarial entre homens e mulheres, carteira assinada e contrato por escrito em todos os estabelecimentos participantes. Mesmo assim, ainda é evidente a falta de interesse e desconhecimento dos gestores em aprofundar as possibilidades de iniciativas sustentáveis e ações sociais dentro de estabelecimentos produtores de refeição. Sugerem-se, outros estudos que possibilitem avaliar mais detalhadamente as práticas sustentáveis em restaurantes localizados em shoppings

**Palavras-chave:** Serviços de alimentação. Sustentabilidade social. ESG.

## ABSTRACT

The massive promotion of social, ethical and environmentally friendly practices within companies has begun to take on a negative trend in the corporate world, with some companies promoting an image of defending sustainability without meeting the good practices and criteria required for this – only seeking to attract consumers interested in consuming sustainable products. This is the practice of “greenwashing”, a term in English that defines the false promotion of the sustainability of a product or business practice. This study sought to evaluate the commitment to good practices of restaurants in shopping malls that defend the principles of sustainable governance. The results were obtained through data collection carried out in person, with a questionnaire developed on the Google Forms platform and tabulated in Microsoft Office Excel®. The survey data indicate a contradiction between the discourse of shopping malls and the practices in restaurants: more than 50% of the sample denied involvement in food donation practices and social partnerships, none of the establishments surveyed acquire food that generates social impact and only 50% stated that they offer training in environmental sustainability for employees. Regarding job opportunities for minority groups and people with disabilities, more than 25% of participants stated that they do not offer jobs for these groups. Among the positive highlights of this survey are the equal pay for men and women, formal employment contracts and written contracts in all participating establishments. Even so, the lack of interest and knowledge among managers in exploring the possibilities of sustainable initiatives and social actions within food-producing establishments is still evident. Further studies are suggested to enable a more detailed assessment of sustainable practices in restaurants located in shopping malls.

**Keywords:** Food services. Social sustainability. ESG.

## RESUMEN

La promoción masiva de prácticas sociales, éticas y respetuosas con el medio ambiente en las empresas ha comenzado a adquirir una tendencia negativa en el mundo corporativo. Algunas empresas promueven una imagen de defensa de la sostenibilidad sin cumplir con las buenas prácticas ni los criterios necesarios, buscando únicamente atraer a consumidores interesados en consumir productos sostenibles. Esta práctica se conoce como "greenwashing", un término inglés que define la falsa promoción de la sostenibilidad de un producto o práctica comercial. Este estudio buscó evaluar el compromiso con las buenas prácticas de los restaurantes en centros comerciales que defienden los principios de gobernanza sostenible. Los resultados se obtuvieron mediante la recopilación de datos presencial, con un cuestionario desarrollado en la plataforma Google Forms y tabulado en Microsoft Office Excel®. Los datos de la encuesta indican una contradicción entre el discurso de los centros comerciales y las prácticas de los restaurantes: más del 50% de la muestra negó su participación en donaciones de alimentos y colaboraciones sociales, ninguno de los establecimientos encuestados adquiere alimentos que generen impacto social y solo el 50% afirmó ofrecer formación en sostenibilidad ambiental a sus empleados. En cuanto a las oportunidades laborales para grupos



minoritarios y personas con discapacidad, más del 25% de los participantes afirmó no ofrecer empleos para estos grupos. Entre los aspectos positivos de esta encuesta se encuentran la igualdad salarial entre hombres y mujeres, los contratos laborales formales y los contratos escritos en todos los establecimientos participantes. Aun así, la falta de interés y conocimiento entre los gerentes para explorar las posibilidades de iniciativas sostenibles y acciones sociales en establecimientos de producción alimentaria sigue siendo evidente. Se sugieren estudios adicionales para permitir una evaluación más detallada de las prácticas sostenibles en restaurantes ubicados en centros comerciales.

**Palabras clave:** Servicios de alimentación. Sostenibilidad social. ESG.



## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente, segundo os dados da ABRASCE – Associação Brasileira de *Shoppings Centers*, todos os associados juntos no Brasil, em 2022 chegaram a receber um número de 462 milhões por mês de visitantes. Com isso, pelo alto fluxo de pessoas, são grandes geradores de resíduos, além de serem grandes consumidores de água e energia, fazendo-se necessária a implementação de estratégias para manter um serviço sustentável.

Com a alta divulgação das práticas ecologicamente sustentáveis dentro de empresas, se originou uma nova tendência no mundo corporativo, a tal ponto que algumas empresas passaram a divulgar uma imagem e/ou produto de falsa sustentabilidade, a fim de atrair e obter maior fidelização dos consumidores que buscam consumir produtos levando em consideração o impacto ambiental e responsabilidade social. Para isso foi desenvolvido o termo “*greenwashing*” que consiste na falsa divulgação sobre sustentabilidade de algum produto ou prática empresarial.

John Elkinton, economista britânico responsável pela criação do modelo *Triple Bottom Line* (TBL), sugere que existem três pilares da sustentabilidade que devem ser seguidos por uma gestão sustentável nas empresas, sendo eles: Social, Econômico e Ambiental (GUEDES, 2021). Agenda ESG é uma sigla que em inglês tem o significado de *Environmental, Social and Governance*, termo este ganhou visibilidade no mercado financeiro, uma vez que, demonstra uma preocupação sobre sustentabilidade – questões ambientais, sociais e de governança, sobre o setor empresarial.

A ESG está diretamente vinculada com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU), sendo este termo apenas uma tradução dos ODS para os negócios, ou seja, ESG é o olhar do setor empresarial sobre os desafios globais.

Em relação aos *shoppings*, o termo ESG e ODS da ONU são também termos usados com muita frequência, pois muitos *shopping centers* em São Paulo são administrados por empresas como, Multiplan, Iguatemi S. A, e Allos, empresas essas que possuem ações na Bolsa de Valores brasileira (B3). De acordo com uma matéria divulgada no site *Expert xp*, é esclarecido que as empresas de *shoppings* com capital aberto, isto é, com ações na B3, adotam um conjunto de regras societárias que aumentam os direitos dos acionistas, além de divulgação de política e existência de monitoramento e controle (UNGARETTI, 2020).

Com isso, empresas como Multiplan e Iguatemi S.A, divulgam relatórios de sustentabilidade, e neles são apresentados diversos tópicos, destacando-se a gestão de resíduos, gestão de recursos hídricos, emissões de CO<sub>2</sub>, consumo de energia e projetos filantrópicos. Vale ressaltar que, de acordo com a ABRASCE, o estado de São Paulo apresenta 193 *shoppings* em operação, sendo equivalente a 30,2% do número total (n=639) no Brasil.

Em uma matéria divulgada em junho de 2023 no site da *National Geographic* de Portugal, foi esclarecido que apesar de muitas empresas estarem realmente envolvidas em práticas sustentáveis, seja

na gestão ou no desenvolvimento de algum produto, existem também aquelas que estão apenas aproveitando a nova tendência no mercado corporativo para lucrar mais com produtos supostamente sustentáveis (GIBBENS, 2023).

Ainda de acordo com a matéria do site dessa revista e uma outra na revista Exame, foi explicado que existe também a situação oposta para tal práticas de falsa sustentabilidade, tendo sido desenvolvido um termo para alertar os consumidores que buscam produtos ecológicos, o *greenwashing* – traduzido do inglês como “lavagem verde” que consiste na falsa divulgação sobre sustentabilidade (GIBBENS, 2023; BASTOS, 2023). Com relação à alegação de sustentabilidade é necessário que não seja apenas um discurso dos *shoppings*, mas que exista também um comprometimento por parte de todos os seus estabelecimentos.

Uma revisão sistemática realizada por Desbiolles, Moskwa e Wijenssinghe (2017), com enfoque em restaurantes sustentáveis, buscou avaliar a literatura disponível entre os anos de 1991 e 2015. Foi enfatizado que a grande maioria dos artigos avaliados considerou os aspectos mais ambientais da sustentabilidade, enquanto os aspectos econômicos e sociais da sustentabilidade, na maioria das vezes, não foram considerados.

Sachs (2009), define que a sustentabilidade social é embasada em quatro critérios: o alcance de um patamar razoável de homogeneidade social, distribuição de renda justa, emprego pleno e/ ou autônomo com qualidade de vida decente e igualdade no acesso aos recursos e serviços sociais. Quanto aos tópicos que se integram no conceito de sustentabilidade social Cardoso, Costa e Carneiro (2022) esclarecem que se inclui diversos fatores, entre eles, destacam-se a segurança alimentar, questões de gênero, direitos trabalhistas, práticas e condições dignas de trabalho.

Ainda de acordo com o mesmo artigo, Cardoso, Costa e Carneiro (2022) os restaurantes apresentam um potencial elevado para a promoção da saúde, além de oferecer melhoria na qualidade de vida, garantindo dessa forma o direito humano à alimentação adequada e à segurança alimentar, não restringindo apenas aos seus colaboradores e assegurando também seus consumidores.

Segundo o relatório denominado “Índice de desperdício alimentar” (2021), realizado pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), estima-se que em 2019, cerca de 931 milhões de toneladas de alimentos foram desperdiçadas, sendo 26% de serviços de alimentação (PNUMA, 2021). Em 2022, este dado aumentou para 1,05 bilhões de toneladas de alimentos desperdiçados, incluindo as partes não comestíveis como, osso e casca de frutas, sendo 28% provenientes de serviços de alimentação. Vale ressaltar que, de acordo com a RDC CFN nº600 de 25 de fevereiro de 2018, cabe ao nutricionista de UAN promover a redução das sobras, restos e desperdícios como uma atividade obrigatória.

Com a avaliação de sobras alimentares é possível medir a eficiência do planejamento, isto é, uma quantidade elevada de excedente de alimentos pode indicar falhas, sendo elas: número



indeterminado de refeições a serem servidas, falhas de capacitação em relação ao porcionamento, utensílios de servir inadequados, preparações incompatíveis com o padrão do cliente (ABREU; SPINELLI; PINTO, 2023).

Dessa maneira, questiona-se se existe a preocupação por parte dos estabelecimentos produtores de refeição em seguir as práticas de acordo com os princípios de políticas sustentáveis, das empresas que administram *shoppings centers*, ou apenas a autodeclaração de sustentabilidade.

## 2 METODOLOGIA

Este estudo caracteriza-se por uma pesquisa de delineamento transversal, descritiva, com abordagem quantitativa dos dados, em Estabelecimentos Produtores de Refeições (EPRs) localizados em *shoppings* em São Paulo. A coleta dos dados foi realizada presencialmente com uso de um questionário eletrônico, desenvolvido na plataforma Google Formulários, a fim de avaliar as práticas de sustentabilidade social por parte dos gestores, em restaurantes localizados em *shoppings* de empresas que adotam práticas sustentáveis.

Foram incluídos na amostra restaurantes localizados em *shoppings* com diferentes tipos de serviço: à la carte, *self-service*, buffets, empratado e retirado no balcão. Foram excluídos da amostra aqueles estabelecimentos nos quais o responsável técnico não aceitou responder o questionário.

Foram visitados os restaurantes de 5 *shoppings* estabelecidos em bairros de alto poder aquisitivo, administrados por empresas que aqui foram denominados A, B e C, localizados no município de São Paulo. Em um dos *shoppings* visitados todos os restaurantes negaram participar da pesquisa. Quanto à distribuição, as respostas obtidas foram majoritariamente por restaurantes do shopping da empresa A ( $n=10$ ), em segundo a empresa C ( $n=8$ ) e apenas 2 participantes da empresa B.

O instrumento utilizado para a coleta de dados foi desenvolvido a partir do questionário aplicado no trabalho de MAYNARD et al (2020) denominado “*Sustainability indicators in restaurants: the development of a checklist*”.

O questionário foi composto por 37 questões dividido em dois blocos, sendo o primeiro com 17 questões sobre coleta seletiva, doações e parcerias sociais e o segundo, com 20 questões sobre a relação com os colaboradores. Cada questão continha as opções “sim”, “não” e “não se aplica”, para as respostas.

Os dados foram tabulados em planilhas do Microsoft Office Excel® 2019, a fim de se analisar quantitativamente em relação à frequência das respostas obtidas. Os estabelecimentos foram codificados a fim de manter o sigilo das unidades participantes.

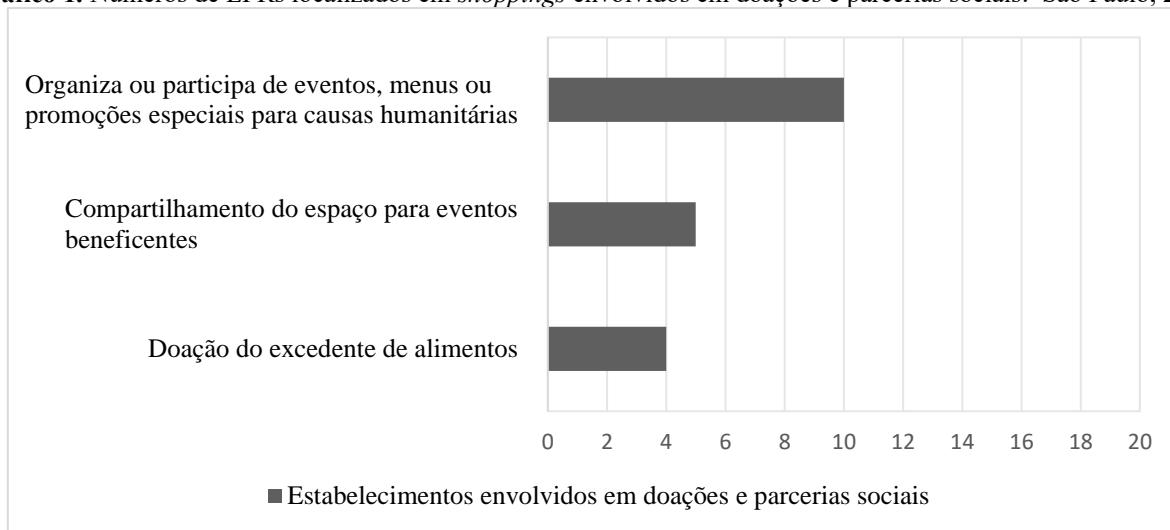
Este estudo, faz parte de um projeto maior de pesquisa denominado “Avaliação da Gestão de Sustentabilidade em Estabelecimentos Produtores de Refeições”, aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa, sob o número CAAE 51523521.4.0000.0084.

### 3 RESULTADOS

Foram visitados um total de 75 EPRs localizados em *shoppings*, mas apenas 20 aceitaram participar desta pesquisa. A coleta de dados foi realizada no período da tarde estendendo-se até o período da noite com um tempo médio de 4 horas em cada *shopping*.

Dos 20 restaurantes, metade afirmou que o serviço predominante era “empratado e retirado no balcão” e o restante “salão com consumoção”. Dentre os participantes que responderam esta pesquisa 85% (n=17) eram gerentes da unidade e apenas 5% (n=1) era nutricionista.

**Gráfico 1.** Números de EPRs localizados em *shoppings* envolvidos em doações e parcerias sociais. São Paulo, 2023.



**Fonte:** Elaborado pelas autoras

Em relação ao envolvimento dos estabelecimentos participantes em doações e/ ou parcerias sociais mais de 50% da amostra não demonstrou qualquer participação. No Gráfico 1 é possível observar que a doação do excedente de alimentos é realizada em apenas 20% (n=4) da amostra, os 80% restantes negaram qualquer tipo de doação existente.

Os dados obtidos sobre a relação entre funcionários e estabelecimento foram positivos, uma vez que, todos os colaboradores possuem: carteira assinada, contrato por escrito, equiparação salarial entre homens e mulheres, capacitação na admissão e ainda reconhecem todos os benefícios oferecidos pela empresa. De forma geral, era esperado que estes dados em específico fossem positivos, pois todos esses direitos são assegurados pela Lei Nº 5.452, de 1º de maio de 1943, da Consolidação das Leis do Trabalho (BRASIL, 1943).

A avaliação de desempenho dos funcionários é realizada periodicamente em 85% dos estabelecimentos da amostra.

Quando questionados sobre a oportunidade de trabalho para pessoas com deficiência e pessoas de grupos minoritários, foram obtidos respectivamente os seguintes dados, 35% (n=7) e 25% (n=5) não os oferecem, respectivamente. Em relação aos grupos minoritários, durante a coleta de dados foi perceptível a falta de conhecimento sobre o assunto.

Em 65% restantes dos estabelecimentos que oferecem oportunidade de emprego para pessoas com deficiência é possível afirmar que Transtorno do Espectro Autista e pessoas com Deficiência Auditiva foram os mais citados entre os participantes. Em relação aos grupos minoritários, pessoas da comunidade LGBTQIAP+ foram os mais citados entre os 75% dos estabelecimentos.

**Tabela 1.** Coleta seletiva e reciclagem em EPRs localizados em *shoppings*. São Paulo, 2023.

<b>Realização de coleta seletiva</b>		
	Número de estabelecimentos	%
Sim	14	70,0%
Não	06	30,0%
<b>Total:</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

<b>Destino dos resíduos recicláveis</b>		
	Número de estabelecimentos	%
Desconhece	08	57,1%
Empresas especializadas	05	35,7%
Não se aplica	01	7,1%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** Elaborado pelas autoras

Em 70% (n=14) dos estabelecimentos é realizada a coleta seletiva, entretanto 30% negaram a realização da coleta seletiva de resíduos sólidos.

**Tabela 2.** Descarte de óleo de cozinha em EPRs localizados em *shoppings*. São Paulo, 2023.

<b>Destino do óleo de cozinha</b>		
	Número de estabelecimentos	%
Doador ou retirado	15	75,0%
Não se aplica	05	25,0%
<b>Total:</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

<b>Em caso de doação ou retirada indicar o destino</b>		
	Número de estabelecimentos	%
Empresas especializadas	13	86,7%
Desconhece	02	13,3%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** Elaborado pelas autoras

Os resultados obtidos sobre a capacitação de sustentabilidade ambiental nesta pesquisa foram preocupantes, uma vez, que apenas 50% dos estabelecimentos oferecem este treinamento para os colaboradores

#### 4 DISCUSSÃO

O primeiro inquérito sobre a situação alimentar no município de São Paulo foi divulgado em setembro de 2024. O relatório foi elaborado com base em dados e informações fornecidos pelo Conselho Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional de São Paulo (COMUSAN-SP) e pelo Observatório de Segurança Alimentar e Nutricional da Cidade de São Paulo (OBSANPA), contando com a colaboração de pesquisadores da Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP) e da Universidade Federal do ABC (UFABC). Segundo os dados apresentados, aproximadamente 1,4

milhão de pessoas (13,5% da população) encontram-se em situação de insegurança alimentar grave, enquanto cerca de 2,8 milhões (24,5% da população) vivenciam insegurança alimentar leve (SOUZA et al., 2024).

No que se refere à atuação dos Estabelecimentos Produtores de Refeições (EPRs) em ações de doação e parcerias sociais (Gráfico 1), observou-se que 80% dos respondentes declararam não participar de nenhuma iniciativa dessa natureza. Esses dados evidenciam a necessidade de maior engajamento social por parte dos EPRs, especialmente no que diz respeito à destinação de excedentes dos alimentos a organizações não governamentais ou plataformas voltadas ao enfrentamento da fome no Brasil.

Ainda sobre a doação do excedente de alimentos, em 2020 foi aprovada a Lei Nº 14.016 de 23 de junho de 2020, que autoriza a doação de excedentes não comercializados e ainda próprios para o consumo humano, atendendo os critérios de Boas Práticas da Vigilância Sanitária (BRASIL, 2020).

Sobre a avaliação de desempenho dos funcionários, de acordo com Abreu, Spinelli, Pinto (2023), esta se faz necessária para o crescimento da equipe, proporcionando dessa forma a oportunidade do funcionário expressar seu ponto de vista e colaborar com ideias sobre a melhoria dos processos, possibilitando assim uma revisão de metas de trabalho e alteração de rotinas. Ainda de acordo com Abreu, Spinelli, Pinto (2023), os colaboradores satisfeitos com o seu trabalho, tem como efeito um aumento de produtividade.

Quanto às oportunidades de trabalho para pessoas com deficiência, vale ressaltar que em 2015 foi instituída a Lei Brasileira de Inclusão das Pessoas com Deficiência - Lei Nº 13.146, de julho de 2015 (BRASIL, 2015). Em relação à oportunidade de emprego aos grupos minoritários, Lorentz *et al.* afirmam que, “Aos grupos minoritários são conferidos uma baixa representatividade, baixo status, pouca valorização, portanto, encontram-se em condições de desigualdade ou vulnerabilidade social e organizacional” (LORENTZ et al. 2021, página 98).

Como é possível observar na Tabela 1, 30% (n=6) dos estabelecimentos negaram a realização da coleta seletiva de resíduos sólidos. É importante frisar que, de acordo com a Lei Estadual Nº 12.528, de 02 de janeiro de 2007, é obrigatória a implantação do processo de coleta seletiva de lixo em “*shopping centers*”.

Dos 6 EPRs que negaram a coleta seletiva, 4 estão presentes na praça de alimentação de *shopping* da empresa A, que em seu relatório de sustentabilidade do ano de 2022, no capítulo de gestão ambiental afirmou que “atua rigorosamente de acordo com as normas legais” e “segue todas as diretrizes da política nacional de resíduos sólidos e da coleta seletiva em *shopping*” apesar de não divulgar nenhum número específico sobre a quantidade de resíduo. Comparando com o relatório de sustentabilidade do ano de 2022 da empresa B no capítulo de gestão de resíduos, é exposto que no ano foram geradas 20.950.057 toneladas e desse total 80% foram destinados para reutilização. No relatório



divulgado pela empresa B em 2023, é apresentado que das 24,2 mil toneladas de resíduos gerados foram reutilizadas 22 mil toneladas chegando a 91,2% de reaproveitamento.

Ainda sobre coleta seletiva, no relatório de sustentabilidade divulgado pela empresa C, foram direcionadas 18,6 toneladas de resíduos sólidos e 11 toneladas de resíduos orgânicos. Entretanto, é importante ressaltar que nos relatórios das três empresas em questão não são fornecidos dados apenas de resíduos orgânicos de alimentos, provenientes principalmente das praças de alimentação. Este dado em questão se torna relevante, uma vez que, no relatório “Índice de desperdício alimentar” (2024), realizado pelo PNUMA é exposto que os dados sobre desperdício de alimentos nos setores de serviços de alimentação e varejo continuam insuficientes, devido à pouca mudança na disponibilidade e cobertura destas informações.

Dos participantes 75% que realizam o descarte correto de óleo (Tabela 2), a doação de óleo de cozinha provenientes de preparações culinárias como a fritura por imersão para empresas especializadas é importante pois, essas empresas destinam esse resíduo para a produção de biodiesel, tintas e solventes, minimizando dessa forma, os impactos ambientais e sociais.

Os relatórios de sustentabilidade divulgados das empresas A, B e C, afirmam que realizam capacitações destinadas aos geradores e às equipes responsáveis pelo descarte de resíduos, além de, oferecer campanhas de conscientização sobre a importância da redução da geração de resíduos

## 5 CONCLUSÃO

Conclui-se que quanto ao envolvimento dos estabelecimentos em projetos sociais e doações de excedente de alimentos foi um dado alarmante, uma vez que mais de 50% (n=10) negaram qualquer tipo de participação e que de certa forma mostram-se negligentes à situação de 2,8 milhões de pessoas – mais da metade da população no município de São Paulo (5,8 milhões de pessoas), que estão com algum grau de insegurança alimentar.

Os resultados sugerem uma evidente falta de interesse e desconhecimento, por parte dos gestores, em aprofundar os conhecimentos sobre as possibilidades de iniciativas sustentáveis e ações sociais dentro de estabelecimentos produtores de refeição.

Quanto aos aspectos de sustentabilidade social, a relação entre os gestores, proprietários e /ou nutricionista se mostrou positiva, visto que, todos os colaboradores apresentam carteira assinada, contrato por escrito, isonomia salarial entre homens e mulheres, assegurados pela Consolidação das Leis do Trabalho. Em relação às oportunidades de trabalho para pessoas com deficiência e grupos minoritários, os resultados positivos foram superiores a 60% (n=12).

Levando em consideração os resultados obtidos é possível afirmar que os EPRs oferecem capacitação para os colaboradores sobre sustentabilidade ambiental, embora esta seja oferecida a apenas metade da amostra. As empresas que administraram estes *shoppings* afirmam em seus relatórios



de sustentabilidade, que os lojistas e colaboradores recebem treinamento para separação correta de resíduo. Quanto à coleta seletiva e o descarte de óleo mais de 65% dos estabelecimentos afirmaram estão sendo realizados corretamente.

Em relação às limitações deste estudo, pode-se indicar o tamanho da amostra comparando com o número de EPRs abordados ( $n= 75$ ) durante a coleta de dados. Dessa maneira, sugerem-se mais estudos que possibilitem avaliar mais detalhadamente as práticas sustentáveis em restaurantes localizados em *shoppings*.



## REFERÊNCIAS

ABREU, E.S.; SPINELLI, M.G.; PINTO, A.M.S. **Gestão de Unidades de Alimentação e Nutrição: um modo de fazer.** 8. ed. São Paulo: Editora Metha, 2023.

BASTOS, F. **O que é greenwashing?** Exame, 04 jan. 2023. Disponível em:<<https://exame.com/esg/o-que-e-greenwashing/>>. Acesso em: 28 nov. 2023.

BRASIL., Lei No 13.146, de 6 de julho de 2015. **Instituí a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência.** Brasília, DF. Disponível em:<[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm)>. Acesso em: 25 nov. 2023.

BRASIL., Lei No 14.016 de 23 de junho de 2020. **Dispõe sobre o combate ao desperdício de alimentos e a doação de excedentes de alimentos para o consumo humano.** Brasília, DF. Disponível em:<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/lei/L14016.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/L14016.htm)>. Acesso em: 25 nov. 2023.

CARDOSO, L. M; COSTA, L. S; CARNEIRO, A. C. L. L. Práticas adotadas por restaurantes comerciais para promover a sustentabilidade social. **DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde.** v. 17, 2022. Disponível em:<<https://www.e-publicacoes.uerj.br/demetra/article/view/66576>>. Acesso em: 13 nov. 2023.

DESBIOLLES, F. H; MOSKWA, E; WIJESINGHE, G. *How sustainable is sustainable hospitality research? A review of sustainable restaurant literature from 1991 to 2015.* **Current Issues in Tourism.** v. 22, p. 1551-1580, 2017. DOI 10.1080/13683500.2017.1383368. Acesso em: 25 nov. 2023.

GIBBENS, S. **Greenwashing: será o seu produto “verde” preferido tão amigo do ambiente como afirma ser?** National Geographic, Portugal, 05 jun. 2023. Disponível em:<[https://www.nationalgeographic.pt/meio-ambiente/greenwashing-sera-o-seu-produto-verde-preferido-tao-amigo-do-ambiente-como-afirma-ser\\_3448](https://www.nationalgeographic.pt/meio-ambiente/greenwashing-sera-o-seu-produto-verde-preferido-tao-amigo-do-ambiente-como-afirma-ser_3448)>. Acesso em: 20 nov. 2023.

GUEDES, I. **John Elkington: Conheça o pai da sustentabilidade.** Meio sustentável. 28. Out. 2021. Disponível em:<<https://meiosustentavel.com.br/john-elkington/>>. Acesso em: 25 nov. 2023.

LORENTZ, C. N., et al. Trabalho e diversidade: análise de publicações sobre inclusão de grupos minoritários no mercado de trabalho. **Revista eletrônica de administração**, v. 20, n. 1, ed. 38, jan./jun. 2021. Acesso em: 28 nov. 2023.

MAYNARD, D. C., et al. *Sustainability Indicators in restaurants: the development of a checklist. Sustainability.* v. 12, maio 2020. DOI 10.3390/su12104076. Disponível em:<<https://www.mdpi.com/2071-1050/12/10/4076>>. Acesso em: 13 nov. 2023.

PNUA, Programa das Nações Unidas para o Ambiente. **Relatório do Índice de Desperdício Alimentar.** Nairobi, 2021.

PNUA, Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente. **Relatório do Índice de Desperdício de Alimentos 2024.** Nairóbi, 2024. Disponível em:<<https://www.unep.org/resources/publication/food-waste-index-report-2024>>. Acesso em: 10 dez. 2024.

SOUZA, J. R., et al. **I inquérito sobre a situação alimentar no município de São Paulo.** 2024. Disponível em:<<https://ifz.org.br/i-inquerito-sobre-a-situacao-alimentar-no-municipio-de-sao-paulo/>>. Acesso em: 12 dez. 2024.



UNGARETTI, M. Radar ESG – Shoppings: Entenda o que importa para eles quando o tema é ESG. Expert xp. 28 out. 2020. Disponível em:<<https://conteudos.xpi.com.br/esg/radar-esg-shoppings-entenda-o-que-importa-para-eles-quando-o-tema-e-esg/>>. Acesso em: 23 nov. 2023.