



Pesquisa da Ticket revela que mais de 80% dos consumidores buscam alternativas para evitar o desperdício de alimentos em casa

Levantamento também mostrou que 72% dos brasileiros sentem grande desconforto ao descartar restos de comida. Planejar a quantidade preparada nas refeições e controlar o prazo de validade dos produtos estão entre os hábitos adotados para amenizar o problema.

Uma pesquisa realizada pela Ticket, marca da Edenred Brasil de benefícios ao trabalhador, em parceria com a Food To Save, com quase seis mil consumidores brasileiros revelou que 80.5% dos respondentes buscam alternativas para evitar o desperdício de alimentos em casa. Entre as medidas adotadas, foram mencionadas o preparo da quantidade exata que será consumida durante as refeições, o armazenamento adequado dos alimentos, a compra de apenas o essencial para determinado período, o preparo de receitas que reaproveitam as sobras de comida e a atenção ao prazo de validade dos produtos.

“O levantamento mostrou um cenário bastante positivo e importante para reverter uma realidade preocupante no Brasil. De acordo com a ONU, o País desperdiça anualmente cerca de 27 milhões de toneladas de alimentos e 60% da comida jogada fora vêm do consumo de famílias. Diante disso, saber que 80% dos participantes se preocupam e procuram obter mais informações sobre o tema é um grande passo”, avalia Felipe Gomes, Diretor-Geral da Ticket.

Ainda de acordo com a pesquisa, o planejamento das compras e do armazenamento dos alimentos em casa tem feito parte dos hábitos dos brasileiros e contribui para evitar o desperdício. Quando questionados sobre com que frequência organizam a ida ao supermercado, 37% disseram que



sempre fazem lista de compras, 25% quase sempre utilizam o método, 12% recorrem à lista na metade das vezes, 14% quase nunca se planejam e 12% não possuem esse hábito. Já em relação à frequência com que controlam a validade do estoque de comida, 46.5% sempre verificam as datas, 28% fazem isso quase sempre, 9.5% olham a validade dos produtos na metade das vezes, 10% quase nunca verificam e 6% nunca realizam o controle.

Quando questionadas sobre o volume de alimentos descartados diariamente, 80.5% estimam até 1 kg, enquanto 18% acreditam que o volume está entre 3 a 5 kg, e 1.5% revelou que joga mais de 5 kg de comida no lixo todos os dias. Quanto à percepção de culpa ao desperdiçar alimentos, 72% disseram que a prática lhe causa grande desconforto, para 19.5% o desperdício causa certo desconforto, 3% revelaram que não se sentem incomodados e 5.5% não têm nenhum tipo de sentimento negativo ao jogar comida no lixo.

“O desperdício de alimentos está fortemente ligado aos hábitos de compra, armazenamento, preparo e reaproveitamento da comida. A Ticket, como uma grande empresa do setor de alimentação, entende que possui papel fundamental na conscientização dos consumidores por meio da criação de ações que ajudem a reverter esse cenário. A pesquisa é uma das iniciativas da marca que visa gerar um debate positivo sobre o tema”, finaliza Gomes.

Sobre a Food To Save

A Food To Save é uma foodtech sustentável que nasceu para revolucionar o desperdício de alimentos no Brasil. Atua como um elo entre estabelecimentos que possuem excedentes de produção e clientes engajados e preocupados com o consumo consciente. Mais do que contribuir para um planeta mais sustentável, a startup engaja e empodera pessoas a reverem seus hábitos alimentares, lutando contra o desperdício de alimentos. Com mais de 195 toneladas de alimentos salvos na Grande São Paulo, no ABC, Campinas e Rio de Janeiro através do seu modelo de negócio, a empresa já mostra importante



valor para enfrentar os problemas ambientais, sociais e econômicos que o país vive.

Informações da Edenred

RPMA Comunicação

Thais e Silva

Kelly Queiroz

edenred@rpmacomunicacao.com.br

Tel.: (11) 5501-4655 | 5102-4146

 ticket.com.br

No Brasil, a Edenred é integrada pelas marcas Ticket®, Ticket Log®, Repom™ e Edenred Pay.