



Especialistas debatem as melhores práticas de segurança alimentar, durante o Fórum Estadão Think Transparência na Alimentação

Segurança alimentar: uma via de mão dupla

Fórum Estadão Think Transparência na Alimentação, idealizado pelo McDonald's, reforça a importância sobre o conhecimento da procedência e da qualidade da comida que ingerimos

Antes, o consumidor adquiria um produto pelas qualidades que este lhe fornecia e emprestava. Um determinado tênis, por exemplo, poderia fazer do seu dono um sujeito descolado. Hoje, são as marcas que procuram ser como os clientes: sustentáveis e transparentes, sobretudo.

O jogo se inverteu, como mostraram os especialistas que participaram do Fórum Estadão Think Transparência na Alimentação, evento idealizado pelo McDonald's que discutiu as melhores práticas em segurança alimentar, na última quinta-feira, 27 de setembro, em São Paulo. Ao consumidor não basta esperar passivamente que as marcas satisfaçam seus gostos: ele também é

responsável por aquilo que consome.

Durante o debate, que reuniu representantes dos setores de alimentação, nutrição, academia e poder público, concluiu-se que no caso da alimentação esse trabalho conjunto é ainda mais importante. A segurança alimentar é uma via de mão dupla, que depende da rastreabilidade dos ingredientes – por parte da indústria – mas também de uma atenção maior para a qualidade da alimentação não só fora de casa, mas também dentro dos lares.

Pesquisa encomendada pelo McDonald's com

consumidores de todo o Brasil mostra que 85% dos entrevistados confiam mais no que podem ver. Isso mostra que a transparência é uma relação de confiança com o consumidor e leva a indústria a aperfeiçoar suas práticas.

Com isso, o rótulo dos alimentos e as informações nutricionais dos cardápios passam a ganhar mais protagonismo. De acordo com os palestrantes do Fórum, esses dados são decisivos na hora da escolha do que vai no carrinho de compras e o que será servido à mesa das famílias.

A transparência é uma relação de confiança com o consumidor e leva a indústria a aperfeiçoar suas práticas

'Até 2025, todas as embalagens serão sustentáveis'

Paulo Camargo, presidente do McDonald's Brasil, é um "obcecado", como gosta de dizer. Tem a obstinação da rede pela obediência aos padrões de qualidade, transparência e produtividade, premissas que a empresa deve seguir nos 120 países em que atua. E também por liderar o que acredita que pode ser uma mudança positiva na forma como a indústria alimentícia trata os animais, seleciona os seus ingredientes e serve às necessidades nutricionais do cliente.

Por que a transparência ganhou tanta importância no mundo de hoje?

Ser transparente é se aproximar dos consumidores de maneira autêntica, fomentar diálogos, abrir as portas da sua cozinha, da sua fábrica. É saber que toda a cadeia produtiva é pautada em qualidade. Isso é uma premissa básica e nos enche de orgulho.

De que modo o Portas Abertas contribui para essa transparência na indústria?

Somos os líderes mundiais do segmento de alimentação fora do lar. Por isso, as iniciativas da rede pelo mundo afora promovem importan-

tes debates e mudanças na indústria. O Portas tem contribuído e servido de exemplo para que outras redes de alimentação rápida abram suas cozinhas e busquem por processos mais seguros.

O McDonald's terá mais novidades e programas nesse sentido?

O McDonald's, a partir da sua plataforma Scale For Good (Escala para o Bem, em tradução livre), quer usar sua força e alcance para promover mudanças importantes. No momento, a empresa tem o compromisso global de adotar estratégias sustentáveis para embalagens e recicláveis. Até 2025, 100% das embalagens serão de fontes renováveis ou certificadas.



'Queremos multiplicar as boas práticas'

um programa que chamamos de coltura de serviço. Na área de atendimento, não precisa remover o piercing ou decorar texto sobre ofertas. É mais natural. Um atendimento personalizado, olho no olho. Na manipulação de alimentos não flexibilizamos um centímetro nos procedimentos, mas agora, os funcionários que fazem o atendimento têm mais liberdade, podem ser quem eles são, de verdade, de forma autêntica.

Como ser sustentável e garantir segurança alimentar em larga escala?

As duas coisas são complementares. Cada decisão tomada é estendida a toda a produção, sempre de olho no tripé da sustentabilidade: social, econômico e ambiental. Assim, nos programamos para usar menos água em todo o processo, menos pesticidas, só adquirimos embalagens são 100% certificadas, assim como os ingredientes, como por exemplo o peixe e o café.

Que práticas sustentáveis o McDonald's ainda planeja?

Vem aí um programa para fazer dos restaurantes centros de desenvolvimento sustentável para a sociedade. Temos um grande fluxo de pessoas no Brasil, 2 milhões de clientes por dia.

Um dos palestrantes do Fórum Estadão Think Transparência na Alimentação, Leonardo Lima, é o principal nome do McDonald's em qualidade e sustentabilidade há onze anos. Químico industrial, com MBA em estratégias de sustentabilidade, é o diretor de desenvolvimento sustentável da rede.

O Portas Abertas destaca o cuidado da rede com os funcionários. De que modo esse cuidado influi na qualidade dos produtos?

Uma pessoa que não se sente bem não pode fazer algo bom para outra. Antes, seguíamos uma estrutura rígida: quem tivesse cabelo comprido ou piercing tinha de cortar ou tirar. Nossos meninos se descaracterizavam. Hoje, flexibilizamos. Implementamos



'Portas Abertas' mostra os bastidores do McDonald's

Programa criado em 2015 já recebeu mais de 8 milhões de clientes curiosos para saber como funciona a cozinha da rede

Para aumentar a confiança entre a marca e seus consumidores e ainda acabar de vez com boatos que pipocam e se espalham de boca em boca, e hoje também de post em post, lançando dúvidas o seu principal produto, o McDonald's deu largada no Brasil, em 2015, ao Portas Abertas. O programa convida clientes a uma excursão guiada pela cozinha de seus restaurantes, onde podem ver como a comida é recebida, lavada, cortada e preparada para chegar à mesa.

Um estudo chamado "Transparência de Marca", pesquisa realizada pela Trendity em Agosto de 2018 revelou que a estratégia coloca a rede no caminho certo: 98% dos participantes consideram que a transparência é um dever das marcas. Já 91% dos entrevistados se preocupam com os processos de elaboração utilizados nos estabelecimentos de alimentação que visitam habitualmente.

"A ideia é desmistificar", diz David Grinberg, diretor de comunicação corporativa do McDonald's Brasil. "A rede sempre sofreu com uma série de lendas e mitos sobre a comida que produz e vende. Como não temos nada a esconder sobre os nossos produtos, resolvemos abrir as portas da cozinha, mostrar que a carne do hambúrguer é 100% bovina e não é frita, ela é preparada na chapa sem azeite nem óleo.

As verduras são frescas e cortadas dentro do restaurante", diz. Outro detalhe curioso que se aprende na visita é que a batata inglesa é acondicionada abaixo de -20°C em refrigeradores batizados de Chicago, como a cidade natal da empresa nos Estados Unidos.

"É quase uma obsessão que a gente tem dentro da cozinha para garantir que os produtos cheguem com qualidade aos consumidores. O McDonald's sempre teve uma preocupação com a transparência em torno daquilo que é posto na mesa das pessoas. Segurança alimentar em nossa cozinha não tem negociação", afirma Grinberg.

Além disso, de acordo com Grinberg, a rede possui grande preocupação com o bem estar-animal. "Parte das carnes que compramos é sustentável, os porcos são criados livres de gaiolas, nossos frangos não têm antibiótico de crescimento", diz. "E agora vamos migrar nossa base de ovos para a Cage Free, onde as galinhas não são confinadas."

Para participar, basta procurar um funcionário e manifestar interesse. Em alguns turnos, também é possível ver um colaborador tomar a palavra e convidar os clientes presentes a embarcar na tour, sobretudo em horários que não sejam de pico. "É um programa que faz parte do dia a dia do restaurante", diz David Grinberg.

A ideia é desmistificar. A rede sempre sofreu com uma série de lendas. Como não temos nada a esconder sobre os nossos produtos, resolvemos abrir as portas da cozinha"

David Grinberg, diretor de comunicação corporativa do McDonald's Brasil

Fizemos uma visita à cozinha do McDonald's

No McDonald's da Avenida Henrique Schaumann, restaurante modelo da rede, a visita -- que em geral leva de quinze a trinta minutos, de acordo com a curiosidade da pessoa, que pode perguntar e querer saber mais -- muitas vezes é conduzida pelo próprio gerente de negócios da unidade, Ewerton Perez. Ele é a cara do McDonald's. Aos 36 anos, já tem quase metade da vida dedicada à rede: 17 anos.

Começou como atendente aos 19, no restaurante do shopping Center Norte, de movimento intenso. Fazia de tudo, incluindo limpeza. Passo a passo, de restaurante a restaurante, porque passou por vários, Ewerton foi promovido a treinador de outros atendentes, gerente de área, gerente de turno e gerente assistente, antes de chegar a gerente de negócios. Até "casou" no McDonald's: conheceu a mulher, Stephany, em 2005, na unidade em que trabalhou em Santana, Zona

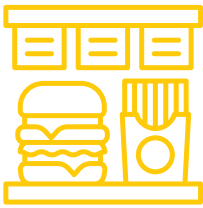
Norte de São Paulo. Sua filha Livia, de 3 anos, hoje vai brincar nas atrações do restaurante.

O sorridente Ewerton começa a visita mostrando os tablets, os totens e o McCafé. De lá, sobe as escadas para apresentar o playground, o Espaço Família, com trocador de fraldas e poltrona de amamentação e a área privativa do primeiro andar. Em seguida, vai à cozinha, onde a visita toma mais tempo. Enquanto explica o funcionamento da linha de montagem dos sanduíches, um sistema do tipo industrial, funcionários se servem de arroz e feijão, em panelas que tomam um carrinho ainda carregado de salada e de farofa, a um canto da cozinha, como parte do Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT). Logo vão descer as escadas para o refeitório dos colaboradores, onde dois televisores seguem acesos o tempo todo.

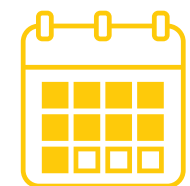
Na cozinha, o destaque fica com os hambúrgueres. Ewerton conta que eles são temperados

PORTAS ABERTAS

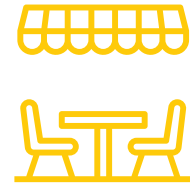
8 milhões de clientes passaram por nossas cozinhas de 2015 a 2018



1,7 milhão de janeiro até setembro de 2018



+930 restaurantes, 2 milhões de clientes por dia



85% "É uma maneira de entender melhor como funciona a cozinha do McDonald's"

83% "É uma maneira de dar visibilidade ao trabalho realizado pelos jovens do McDonald's"

81% "É uma forma de derrubar mitos sobre os processos e ingredientes utilizados no McDonald's"

75% "É uma maneira de aprender a como cuidar da higiene e manusear os alimentos"

apenas com sal e pimenta, para então compor um sanduíche pedido por um dos clientes.

Na linha de produção, o visitante é convidado a "montar" um hambúrguer: ele cria a composição e um funcionário executa, para demonstrar como funciona a operação. Uma colaboradora passa um esfregão no chão, onde os colegas só não escorregam porque usam sapatos com sola antiderrapante. Um colaborador que frita batatas usa uma manga postiça comprida para proteger o braço. Antes de embarcar para Chicago, um colega veste uma roupa de proteção contra o frio polar.

Orgulhoso, Ewerton não para de sorrir. Ainda mais quando quer provar a "resiliência" do pão. "Olha como é fofinho", ele diz, ao apertar o pão redondo, que desce e sobe novamente. Mais difícil -- bem mais difícil -- que o pão readquirir a forma é encerrar a visita sem querer comer mais.



FOTOS: ALAN TEIXEIRA

Visitamos a cozinha do McDonald's da Henrique Schaumann para conferir de perto todo o processo de preparação dos alimentos oferecidos pela marca

Verdade ou fake news? Checamos os fatos

Comer ovos é seguro? E hambúrguer pode? Essas e outras dúvidas que você sempre quis esclarecer, mas sempre passou vontade de saciar

Uma refeição não é apenas um evento diário. O dia costuma contar com três delas, em média. Feita em casa ou feita na rua, a alimentação requer um mínimo de

informação para que se converta não só em um momento saboroso, mas também nutritivo e fonte das substâncias necessárias ao bom funcionamento do organismo. Ter a informação correta nos guia

para longe de ciladas -- como ingerir em excesso um produto por acreditar que ele é benéfico, quando na verdade pode representar um mal para a saúde. Para contribuir com a transparência e comba-

ter as fake news sobre o tema, esse pequeno guia traz a checagem de algumas das afirmações mais compartilhadas na área da alimentação. E conclui que muitas delas não são verdadeiras.

Ovo é um grande vilão?



Mentira. Antes temido por supostamente aumentar as taxas de colesterol, notícia que circulava nos anos 1980 e 1990, o ovo foi reabilitado por uma série de pesquisas que nos últimos anos mostraram o seu verdadeiro valor nutricional. Cápsula criada para fabricar uma vida, é uma rica fonte de nutrientes. "Suas proteínas oferecem vitamina A e ele ainda é uma das poucas fontes alimentares de vitamina D, presente na gema. O ovo é contraindicado apenas para quem tem alergia ou sensibilidade aos seus componentes", diz Laís Murta, nutricionista que atende adeptos da prática fitness.

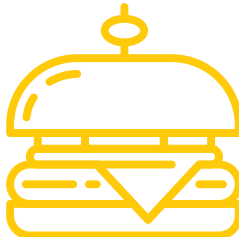
Comer, dormir e engordar



Mentira. Há estudos que mostram que cochilar por meia-hora ao fim de uma refeição pode ser benéfico -- a prática facilita a absorção de nutrientes pelo organismo. Ao mesmo tempo, vale lembrar que, durante o sono, o metabolismo e a queima de caloria se dão em ritmo reduzido. Então, melhor não exagerar na comilança antes de tirar uma soneca. "Gastamos energia dormindo, também. O que faz engordar é um desequilíbrio entre o que comemos e o que gastamos", diz Beatriz Botêquio, consultora da Sprim, consultoria de saúde, bem-estar e nutrição.

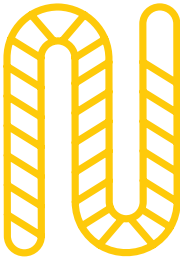
Hambúrguer faz mal

Mentira. Mais uma lenda. O que se deve ter atenção é à qualidade e a procedência do alimento. O hambúrguer do McDonald's, por exemplo, é totalmente feito de carne bovina de alta qualidade, produzido por um fornecedor credenciado pela rede a partir de uma receita mundial, criada exclusivamente para a marca, sem conservantes ou aditivos. Ou seja, é mais benéfica que muitos outros alimentos que consumimos e não encontramos o mesmo preconceito. O único ponto de atenção é que a carne de hambúrguer, como qualquer outro alimento, deve ser consumida com equilíbrio.



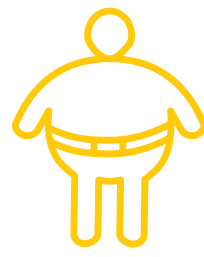
Hambúrguer com minhoca

Mentira. A ideia de que há minhocas na receita do hambúrguer é uma das maiores lendas urbanas recentes. O produto que adoramos consumir é feito de carne mesmo, que pode ser bovina, a mais comum, de frango e até de peixe. O hambúrguer de carne bovina é confeccionado com as partes dianteiras e as costelas do gado, sem qualquer outro ingrediente ou conservante. Nos restaurantes, durante o preparo, são adicionados apenas sal e pimenta. A carne do McDonald's no Brasil provém da JBS, gigante do setor de alimentação, com produtos comercializados em 150 países.



Fast food gera obesidade

Mentira. Como tudo na vida, o que importa é a dose: comer de vez em quando não faz mal. O aumento da obesidade é um assunto complexo para o qual concorrem, além dos hábitos alimentares da população, fatores sociais, ambientais e econômicos. Tratá-lo de forma simplificada apenas distancia a sociedade da solução do problema. A esmagadora maioria da energia consumida pelos brasileiros é ingerida fora dos restaurantes de alimentação rápida. Não é justo -- nem mesmo lógico -- atribuir a essa participação minoritária o problema.



Frutas, à vontade

Mentira. Frutas são saudáveis, bonitas, coloridas, naturais e nutritivas, mas ainda assim, por causa do açúcar, precisam ser consumidas com equilíbrio. Frutas ricas em carboidratos, como uva e figo, e as secas, como nozes e amêndoas, são contraindicadas para quem sofre de diabetes porque contêm muito açúcar e elevam as chances de picos de glicemia. O ideal é consumir frutas frescas, em especial as que têm bastante fibra ou se podem ser consumidas com casca, como tangerina, maçã, pêra e laranja com bagaço, pois a fibra reduz a velocidade da absorção do açúcar.



Só comer salada é saudável

Mentira. Ser saudável é ter equilíbrio. Consumir um só alimento nunca é saudável, já que significa abrir mão de outros nutrientes, como os carboidratos e as proteínas. Portanto, a salada deve ser um complemento e não a única refeição. O indicado é compor pratos coloridos, formados por alimentos naturais, dentro de uma dieta constituída em mais de sua metade por carboidratos como legumes, verduras, frutas, grãos e cereais, de preferência integrais; por fontes de proteína como carne, peixe, ovos e laticínios; e por gordura vegetal, sobretudo azeite.





Como saber se a cozinha do restaurante é confiável

Fazer refeições na rua é parte do dia a dia das pessoas nas grandes cidades, mas requer cuidado e atenção

A urbanização, a expansão das cidades, a emancipação feminina e as mudanças no mercado de trabalho criaram uma crescente demanda por restaurantes em que se possa fazer uma refeição com rapidez e qualidade. Assegurar a qualidade, porém, pode ser um desafio. Especialistas apontam uma série de critérios que devem ser considerados. “Certifique-se de que o restaurante tem alvará e licença sanitária de funcionamento, além de um nutricionista”, diz Elaine Rocha de Padua, nutricionista clínica e esportiva do Instituto Médico Compasso. Por lei, lembra Elaine, qualquer estabelecimento que forneça cinquenta refeições diárias, pelo menos, deve ter um nutricionista contratado para reduzir o risco alimentar e oferecer opções balanceadas. “Esse profissional olharia todos os procedimentos: a escolha dos ingredientes, a limpeza. O cuidado é necessário. Doenças

transmitidas por alimentos podem ir de um problema gástrico simples a uma enterocolite aguda”, adverte.

Mesa e banho

Outro ponto a ser verificado é o banheiro. “Esse é um bom parâmetro: se for sujo, sem papel ou sabonete, provavelmente a cozinha não é limpa”, diz a nutricionista. Também por uma questão de limpeza, a presença de animais é contraindicada nos estabelecimentos.

Ainda que o toalete esteja em boas condições, é válido fazer uma visitinha à cozinha, onde, entre outros aspectos, deve se reparar se os funcionários estão uniformizados, como manda o figurino da segurança alimentar. No caso dos colaboradores que manipulam alimentos, é importante verificar se não utilizam acessórios como brincos, pulseiras e anel, adereços que podem carregar bactérias e outros microorganismos nocivos, diz Simone Fátima

Viana da Cunha, professora de nutrição da Universidade de Ouro Preto (Ufop).

Depois de escanear o traje dos funcionários, preste atenção no acondicionamento da comida na própria cozinha ou na despensa adjacente. Os alimentos são armazenados do modo certo, os frescos conseguem respirar, os que pedem gelo estão na geladeira? Além disso, frutas, verduras e legumes são lavados da maneira correta?

“Locais de preparo desorganizados, mal equipados e pouco higiênicos são um sinal de alerta. A transparência também é um critério de escolha importante. Bons restaurantes contam qual é a origem dos seus ingredientes e como são preparados e até se orgulham disso”, diz Maria Luiza Ctenas, nutricionista da Arcos Dourados, empresa franqueadora da marca McDonald’s no Brasil, que mantém um programa em que clientes interessados podem fazer uma tour pelos bastidores de seus restaurantes, o Portas Abertas.

Que expectativas os consumidores no Brasil têm a respeito da transparência de marca?

98% Consideram que a transparência é um dever das marcas.

69%

“Se todos exigissem transparência, a sociedade começaria a mudar”

43%

“É uma maneira de me assegurar que é uma marca de qualidade”

91% dos entrevistados se preocupam com os processos de elaboração utilizados nos estabelecimentos de alimentação que visitam habitualmente



85% “confio mais naquilo que posso ver”

Quais são os três aspectos que mais lhe preocupam?



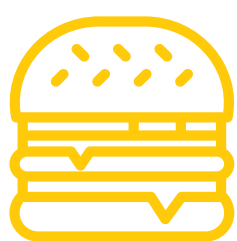
74%

Que as cozinhas estejam limpas e higienizadas



62%

Que o pessoal da cozinha cuide de sua higiene pessoal



51%

Que a comida seja feita com ingredientes de boa qualidade

“Locais de preparo desorganizados, mal equipados e pouco higiênicos são um sinal de alerta. A transparência também é um critério de escolha importante. Bons restaurantes contam qual é a origem dos seus ingredientes e como são preparados e até se orgulham disso”

Maria Luiza Ctenas, nutricionista parceira do McDonald's