

# Innovative driving marketing for a better world

The emergence of social proposals in pandemic times

18 novembro 2020

*organização*



A Associação Internacional de Marketing Público e Não Lucrativo (AIMPN/IAPNM), em colaboração com a Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal (ESCE-IPS), organizaram o XII International Congress on Teaching Cases Related to Public and Nonprofit Marketing, com o tema "*Innovative Driving Marketing for a Better World. The Emergence of Social Proposals in Pandemic Times*". O Congresso realizou-se a 18 de dezembro de 2020 a partir de Setúbal (Portugal) em formato virtual através da plataforma Zoom.

No âmbito deste congresso foram abordados vários temas:

- Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade
- Marketing verde
- Marketing social
- Empreendedorismo social e inovação social
- Modelos de negócio sustentáveis com impacto social
- Marketing público e político
- Marketing sem fins lucrativos
- Digitalização e marketing com impacto social
- Competitividade empresarial e coesão social numa perspetiva de marketing territorial
- Economia social voltada para soluções inovadoras

Os 108 casos apresentados no congresso foram organizados em 10 sessões síncronas, para além de uma sessão assíncrona que possibilitou a participação de vários trabalhos através de vídeos. O Congresso, de tradição luso-espanhola, teve 292 participantes, 133 de Universidades de Espanha e 124 de Universidades de Portugal, mas também ainda 11 da Argentina, 10 do Equador, 7 do México, 3 do Brasil, 2 da Colômbia, 1 da Holanda e 1 do Paquistão. Entre os participantes houve também alguns alunos de programas de intercâmbio Erasmus de países como França e Alemanha.

O Congresso teve ainda duas sessões plenárias. Uma na abertura com a apresentação do livro: "*Case Studies on Social Marketing A Global Perspective*" (Galan-Ladero, M. Mercedes & Alves, Helena, Eds.). Esta sessão teve também a partilha de um estudo intitulado "*Facing COVID-19 pandemic: Results from a national survey on the Portuguese nonprofit sector*", apresentado por Márcia Santos, do Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal. A outra sessão plenária foi realizada no encerramento, com a participação de Enoque Raposo da Universidade de Roraima no Brasil com o tema: "*Desafios contemporâneos: Arte, autonomia e gestão de território dos povos indígenas*".

Importa ainda referir que este Congresso contou sobretudo com casos realizados por estudantes supervisionados por professores, tendo sido para muitos estudantes a primeira oportunidade para participarem num evento internacional, o que se revestiu de particular relevância sendo uma mais valia não apenas pelo seu potencial científico, mas também pela sua abrangência e dimensão pedagógica.

**XII Comissão Organizadora do International Congress on Teaching Cases Related to Public and Nonprofit Marketing**

Setúbal, 4 de Janeiro de 2021

Título	XII Congresso Internacional de Casos Docentes em Marketing Público e Não Lucrativo: <i>Innovative driving marketing for a better world. The emergence of social proposals in pandemic times</i> (Proceedings)
Local	Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
Data de realização	18 de dezembro de 2020
Editores	Luísa Cagica Carvalho, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal (Presidente da Comissão Organizadora)  Ana Lanero-Carrizo, Universidade de Leon, Espanha Duarte Xara-Brasil, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal José Luis Vázquez-Burguete, Universidade de Leon, Espanha M. Isabel Sanchez-Hernandez, Universidade de Extremadura, Espanha Paulo Silveira, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal Sandrina Moreira, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal Susana Galvão, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal Vítor Barbosa, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
Capa e paginação	Susana Galvão
Disponível em	<a href="http://hdl.handle.net/10400.26/36120">http://hdl.handle.net/10400.26/36120</a>
Mês/Ano	Abril de 2021
ISBN	978-989-54631-9-0

## REAPROVEITAR PARA ALIMENTAR E RECUPERAR SORRISOS! O MOVIMENTO RE-FOOD

**Sandrina B. Moreira**

*(Instituto Politécnico de Setúbal, Escola Superior de Ciências Empresariais, CICE e BRU-IUL Portugal)*

**Jéssica Fialho  
Madalena Mestre  
Mariana Lopes  
Tânia Vicente**

### RESUMO

A Re-food é uma organização de apoio social orientada inteiramente por voluntários. Criada em 2011, só em 2013 foi reconhecida como Instituição Particular de Solidariedade Social (IPSS). Tem como objetivo principal acabar com a fome e com o desperdício alimentar em Portugal, desempenhando, assim, um papel proactivo rumo aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030.

A Re-food é inovadora, no nosso entendimento, pois recolhe alimentos de restaurantes, supermercados, entre outros, que não podem ser vendidos, mas encontram-se consumíveis, entregando-os aos mais necessitados, tentando assim eliminar o desperdício e a fome.

Tem como visão um mundo onde todos têm acesso a alimentos de que necessitam e que todos os alimentos produzidos sejam devidamente aproveitados para alimentação.

### ABSTRACT

Re-food is a social support organization run entirely by volunteers. Created in 2011, it has been recognized as a Private Social Solidarity Institution (IPSS) since 2013. Its main objective is to end hunger and food waste in Portugal, and, therefore, actively committed to the Sustainable Development Goals of the 2030 Agenda.

Re-food is innovative, in our understanding, as it collects food from restaurants, supermarkets, bakeries, among others, which can't be sold but are still consumable, delivering them to the most needy, thus eliminating food waste and hunger. Its vision is a world where everyone has access to the food they need and that all food produced is properly used for consumption.

## 1. INTRODUÇÃO:

O presente estudo de caso apresenta a organização social Re-food criada por Hunter Halder, identificado na Figura 1, visando acabar com o desperdício alimentar e com a fome, inicialmente em Lisboa, futuramente na totalidade do país.

**Figura 1.** Hunter Halder, fundador de Re-food.



Fonte: JN (2020).

A associação Re-food, intitulada *Re-food 4 Good*, foi criada em 2011. Dois anos mais tarde, foi-lhe concedido o estatuto de Instituição Particular de Solidariedade Social (IPSS). Segundo a Cooperativa António Sérgio para a Economia Social (CASES), estas entidades da economia social definem-se como: “pessoas coletivas, sem finalidade lucrativa, constituídas exclusivamente por iniciativa de particulares, com o propósito de dar expressão organizada ao dever moral de justiça e de solidariedade, contribuindo para a efetivação dos direitos sociais dos cidadãos, desde que não sejam administradas pelo Estado ou por outro organismo público” (CASES, 2020, p. 4).

O movimento Re-food é inovador pois soluciona problemas como a fome e o desperdício alimentar, recolhendo as sobras de alimentos de vários locais e entregando-os, através de voluntários, às pessoas com necessidades alimentares. Na Figura 2 encontra-se esquematizado o método de funcionamento da Re-food.

**Figura 2.** Como funciona a Re-food.



Fonte: [<https://www.re-food.org/pt>], consultado em 19/11/2020.

A Re-food acredita que todos os cidadãos têm o direito de serem respeitados e alimentados, e que todos os cidadãos deveriam fazer parte e desenvolver a solidariedade comunitária. Acredita ainda que se deve diminuir o impacto ambiental, e que com boa vontade, esforço comum e organização é possível acabar com a fome no mundo e o desperdício de alimentos (Re-food, 2020a).

Além de ser organizada a 100% por voluntários, ainda trabalha com um modelo de baixo custo e alta produtividade que acaba por melhorar a qualidade de vida de várias pessoas carenciadas.

## 2. DESENVOLVIMENTO DO CASO:

A missão da Re-food consiste em tentar eliminar o desperdício de alimentos e a fome, envolvendo toda a comunidade numa causa comum, em cada região de Portugal. Atua na comunidade e para a comunidade, trabalhando sem salários e todos os investimentos e/ou custos, caso existam, são unicamente em prol da sua missão.

A visão futura que a Re-food tem sobre o mundo é de um lugar onde todos possuam a comida de que necessitam e onde não exista desperdício. Todos os alimentos confeccionados irão ser consumidos e a comunidade participa ativamente na solução de problemas sociais.

Atualmente existe uma superprodução de alimentos e cerca de um terço acabam no lixo. Acresce que uma em cada oito pessoas não têm acesso aos alimentos de que necessitam. A Re-food é inovadora ao se propor inverter essas tendências negativas, através do resgate de comida e dando-a às pessoas carenciadas.

Esta instituição proporciona um trabalho exemplar de sustentabilidade económica, ambiental e social, ao nível da comunidade, a saber (Re-food, 2020b):

- Sustentabilidade económica: Todos os alimentos são doados pelos parceiros de fontes de alimentos, o espaço de trabalho operacional também é oferecido e todo o trabalho é executado por voluntários. Os custos são, assim, baixos e muitas vezes são financiados de boa vontade pela comunidade.
- Sustentabilidade ambiental: A maior parte da recolha feita é realizada a pé, de bicicleta ou através de veículos elétricos, que foram doados à Re-food, reduzindo, portanto, o impacto ambiental.

- Sustentabilidade social: A interação dos diversos voluntários, de diferentes gerações, produz um ambiente de cooperação e boa vontade, que permite que o trabalho seja facilmente realizado em prol da comunidade.

Em 2011, Hunter Halder não entendia o porquê de haver tanto desperdício de alimentos e pretendeu, assim, criar uma alternativa para este problema. Todos os dias, toneladas de comida em perfeito estado eram deitadas para o lixo, porque “supostamente” não havia outra alternativa, e decidiu então criar o movimento Re-food para solucionar esse problema.

Inicialmente, tinha como seu principal objetivo fazer de Lisboa a primeira cidade do mundo sem desperdício. Para tal, recolhia a comida não consumida em restaurantes e pastelarias, e apenas com a sua bicicleta levava a mesma para as pessoas necessitadas. O projeto evoluiu rapidamente, atraindo voluntários do mesmo bairro onde as recolhas ocorriam (Re-food, 2020c). Em 2020, a Re-food tem como principal plano de atividade assegurar a continuidade dos 53 núcleos que neste momento dispõem ao longo de Portugal. Conta ainda com mais de 5000 beneficiários, 6500 voluntários e 25000 pessoas da comunidade envolvidas.

O voluntariado é o sustentáculo da Re-food; provenientes das mais variadas classes sociais, mas sempre com o mesmo objetivo: combater o desperdício e ajudar quem precisa (Re-food, 2020d). Como sustenta uma voluntária da Re-food: “é absurdamente incrível e inacreditável pensar que aquela quantidade enorme de comida que recolhemos, preparamos e distribuímos, todos os dias, há pouco tempo iria para o lixo. Desta forma, é com um enorme orgulho que faço parte desta instituição, que conta com o apoio de inúmeras empresas e que atua a nível local, mas com um objetivo GLOBAL” (Crescer Responsável, 2015).

A Re-food é constituída por pessoas que trabalham nas cozinhas das entidades parceiras e que investem alguns minutos dos seus dias a colocar as sobras de comida que estão em bom estado, em embalagens da Re-food, ao invés de deitar fora. Existem também centenas de voluntários que investem o seu tempo na recolha de alimentos, preparação ou distribuição dos mesmos. Para que as refeições cheguem ao seu destino final são necessárias as seguintes etapas (Re-food, 2020e):

- Resgate: É efetuado pelos seus parceiros fornecedores que resgatam o excesso de comida e, posteriormente, fornecem às equipas de recolha diariamente. É a própria Re-food que fornece os recipientes para a comida, chegando também a horas para que seja possível garantir custo zero e uma recolha máxima de alimentos, permitindo assim minimizar o impacto para os seus parceiros.
- Recolha: As equipas voluntárias fazem rotas diariamente, de modo a recolher a comida junto dos parceiros. Os voluntários trabalham cerca de 2 horas, uma vez por semana, movimentando-se a pé, de bicicleta ou de automóvel.
- Embalagem: Outras equipas voluntárias reúnem-se no Centro de Operações para separar a comida recolhida em embalagens. Estes trabalham também 2 horas por semana.
- Distribuição: As equipas de voluntários entregam as embalagens às famílias na própria noite. A maioria dos beneficiários desloca-se à porta da Re-food, mas como alguns encontram-se deslocados, foram criados pontos de distribuição de cabazes um pouco mais perto das suas casas. As pessoas que não têm mobilidade recebem diretamente nas suas residências. A totalidade dos alimentos recolhidos são entregues aos que precisam deles o mais rápido possível.

São várias os parceiros que ajudam a Re-food a mais facilmente concretizar a sua missão, nomeadamente: PT Fundação, Hotéis Real Portugal, Send It, Rock In Rio, Zomato, Sic Esperança, Rock In Law, Fundação EDP, Montepio. Por outro lado, existem os parceiros executivos, como sejam PLMJ, KPMG, Silliker e, mais recentemente, a Primavera e a McKinsey, através da Fundação Manuel Violante, que providenciam um apoio inestimável nas suas áreas de especialização (Re-food, 2020f).

Supermercados, tais como Aldi, Continente, Pingo Doce e Auchan, doam todos os seus alimentos que já não são vendáveis, mas que ainda podem ser consumidos (Aldi, 2020; Pingo Doce, 2020). Nas palavras do fundador da Re-food: “encontrámos na Missão Continente um parceiro que apoia este objetivo [tentar acabar com a fome, combatendo o desperdício alimentar] e que tem o poder de chegar a todos os portugueses, acelerando o processo de consciencialização do desperdício e sensibilizando para a realidade que o excesso de uns é a falta de outros, convidando assim todos os portugueses a solidarizar-se” (Missão Continente, 2020).

Além de cafés, restaurantes, hotéis, e bares, várias escolas e hospitais ao longo do país ajudam a Re-food e doam também os seus excedentes do refeitório/bar (CHL, 2015; EBG, 2016). Durante a época natalícia, a Re-food contou ainda com inúmeras ajudas, com destaque para a parceria Uber/UberEats, em que se criou um menu virtual e a comunidade doou dinheiro e tempo para ajudar os mais necessitados (Venâncio, 2017).

As parcerias da Re-food não se “resumem a comida”. Por exemplo, os Correios de Portugal (CTT) doaram uma carrinha à Re-food, permitindo que mais facilmente conseguissem entregar os alimentos (CTT, 2020). Destaque ainda para a “Too Good To Go”, uma organização que também combate o desperdício alimentar e que uniu esforços com a Re-food, numa parceria que visa ajudar os portugueses a contribuir diretamente para o crescimento do trabalho voluntário da associação com doações monetárias. Segundo Hunter Halder, fundador da Re-food, “a parceria com a Too Good To Go é uma mais-valia na nossa luta contra o desperdício alimentar. Infelizmente, o desperdício alimentar é tanto, que são precisos cada

vez mais entidades para resolver o problema e, por isso, a Re-food está pronta para unir esforços com a Too Good To Go para que juntas reforcem a economia circular e solidária” (Empreendedor, 2019).

Sendo parceiros da Re-food, todos têm direito a usar o “selo” da Comunidade Solidária e Sustentável que está identificado na Figura 3, simbolizando estabelecimentos que estão sem desperdício de alimentos.

**Figura 3.** Selo da Re-food.



Fonte: CHL (2015).

A Re-food ao longo destes anos tem conquistado várias distinções, a começar, desde logo, pelo prémio “Voluntariado Jovem do Banco Montepio”, em 2011; o impulso que a instituição precisava, apenas com seis meses de atividade (Coelho, 2014). Em 2014 houve um evento anual de caridade “Rock’n’Law”, organizado por advogados sobre a temática da “fome”, e a Re-food foi o projeto escolhido para a angariação de fundos (Rock’n’Law, 2014). Também em 2014 foi feito um movimento organizado pela Santa Sé, em Roma, em que mais de 150 movimentos populares se reuniram para conseguir encontrar soluções para os problemas de direitos humanos, e a Re-food teve a honra de ter sido incluída como uma das alternativas disponíveis (Re-food, 2020g). Em 2015, no evento anual “Marketeer Marketing Awards”, o prémio de Responsabilidade Social foi atribuído à Re-food (Revista Marketeer, 2015).

### 3. PERGUNTAS PARA DISCUSSÃO:

**Pergunta 1.** Devido ao Covid-19, muito dos seus parceiros fecharam (JN, 2020). Que soluções para que a Re-food possa “dar a volta” e ajudar quem precisa?

Devido a ser uma organização constituída por voluntários e dependente do setor da hotelaria e restauração, muitos dos seus parceiros encerraram os estabelecimentos com o atual contexto pandémico, enquanto outros reduziram consideravelmente o seu nível de atividade, deixando assim a Re-food com poucas fontes de alimento.

**Pergunta 2.** Que outras alternativas podem estar ao dispor da Re-food para evitar o desperdício alimentar, para além das já existentes?

A Re-food compromete-se a recolher todos os excedentes de restaurantes, supermercados, cafés, pastelarias, hospitais, escolas, afins, e entrega-os no próprio dia a quem mais necessita.

**Pergunta 3.** Como é que a Re-food pode ter acesso a mais alimentos, além dos meios já mencionados?

### 4. CONCLUSÕES:

No estudo de caso Re-food, apresentámos esta organização social sem fins lucrativos (IPSS), conduzida inteiramente por voluntários que recolhem o excesso de comida nos restaurantes, supermercados, padarias, entre outros, e distribuem por aqueles que são carenciados. Desta forma, pretende reduzir o desperdício de alimentos, diminuindo a fome e reduzindo a quantidade de resíduos que, de outra forma, acabariam nos aterros sanitários.

Teve inicialmente o objetivo de transformar Lisboa na primeira capital urbana sem desperdício alimentar e sem fome. Contudo, devido à grande aderência e ajuda por parte da população, o projeto expandiu-se rapidamente por todo o território português, sendo neste momento composto por 53 núcleos e 6500 voluntários.

Constatámos ainda que, face à situação atualmente vivida com a pandemia Covid-19, a Re-food apresentou algumas dificuldades em manter os núcleos abertos, de forma a dar resposta a todos os pedidos que neste momento crítico aumentaram consideravelmente. Após alguns meses de encerramento, a Re-food conseguiu encontrar algumas soluções; uma delas consistiu em distribuir às pessoas necessitadas bens essenciais fornecidos pelo Banco Alimentar contra a fome, como cabazes cheios de enlatados, arroz, entre outros géneros alimentícios, em vez de distribuir comida já confeccionada.

Concluimos, portanto, que a Re-food tem um papel fundamental na sociedade relativamente à sustentabilidade económica, ambiental e social que diariamente personifica.

**BIBLIOGRAFIA**

- Aldi (2020), Os nossos parceiros, <https://www.aldi.pt/responsabilidade/compromisso-social/os-nossos-parceiros.html>, consultado em 11/11/2020.
- CASES, (2020), Identidade das IPSS, <https://www.cases.pt/identidade-das-ipss/#>, consultado em 11/11/2020.
- CHL (2015), CHL, UNISELF e Re-food unem-se contra a fome e o desperdício alimentar, Centro Hospitalar de Leiria, <http://www.chleiria.pt/comunicacao-social/noticias-eventos/-/chl-uniself-e-re-food-unem-se-contra-a-fome-e-o-desperdicio-alimentar-275/>, consultado em 11/11/2020.
- Coelho, A. (2014), A ideia mais simples, afinal, era possível, Público, <https://www.público.pt/2014/12/28/sociedade/noticia/a-ideia-mais-simples-afinal-era-possivel-1680505>, consultado em 14/11/2020.
- Crescer Responsável (2015), ReFood - uma IPSS em crescimento, <http://crescerresponsavel.blogspot.com/2015/04/refood-uma-ipss-em-crescimento.html>, consultado em 12/11/2020.
- CTT (2020), Comunidade e parcerias, Correios de Portugal, <https://www.ctt.pt/grupo-ctt/sustentabilidade/comunidade/comunidade-e-parcerias>, consultado em 11/11/2020.
- EBGC (2016), Parceria com a ReFood Alvalade, Agrupamento de Escolas de Alvalade, <http://aealvalade.edu.pt/index.php/83-geral/604-ebgc-refood>, consultado em 11/11/2020.
- Empreendedor (2019), Too Good To Go e ReFood aliam-se no combate ao desperdício alimentar, Empreendedor, <https://www.empreendedor.com/too-good-to-go-e-refood-aliam-se-no-combate-ao-desperdicio-alimentar/>, consultado em 11/11/2020.
- JN (2020), Re-Food com atividade suspensa trabalha para encontrar soluções, Jornal de Notícias, <https://www.jn.pt/nacional/re-food-com-atividade-suspensa-trabalha-para-encontrar-solucoes-11954431.html>, consultado em 10/11/2020.
- Missão Continente (2020), Doações, <https://missao.continente.pt/node/2907>, consultado em 11/11/2020.
- Pingo Doce (2020), <https://www.facebook.com/pingodoce/posts/3281209971967166/>, consultado em 11/11/2020.
- Re-food (2020a), Missão, Visão, Valores, <https://www.re-food.org/pt/a-refood/missao-visao-valores>, consultado em 10/11/2020.
- Re-food (2020b), Sustentabilidade, <https://www.re-food.org/pt/como-funciona/sustentabilidade>, consultado em 09/11/2020.
- Re-food (2020c), Ideias, <http://www.re-food.org/pt/a-refood/ideia>, consultado em 11/11/2020.
- Re-food (2020d), Cidadãos, <https://www.re-food.org/pt/comunidade/cidadaos-voluntarios>, consultado em 12/11/2020.
- Re-food (2020e), Ações práticas, <https://www.re-food.org/pt/como-funciona/acoes-praticas>, consultado em 11/11/2020.
- Re-food (2020f), Empresas, <https://www.re-food.org/pt/comunidade/empresas-executivas>, consultado em 08/11/2020.
- Re-food (2020g), Prémios, <https://www.re-food.org/pt/a-refood/premios>, consultado em 10/11/2020.
- Revista Marketeer (2015), <https://www.facebook.com/Revista.Marketeer/photos/re-food-ganha-o-primeiro-pr%C3%A9mio-da-noite-em-responsabilidade-social/10153040311828143/>, consultado em 14/11/2020.
- Rock'n'Law (2014), Sexta edição do Rock'n'Law apoia projeto ReFood, Diário Económico, <https://www.rocknlaw.pt/xms/files/DE23junho14.pdf>, consultado em 14/11/2020.
- Venâncio. P. (2017), Uber e Re-food servem refeições a famílias carenciadas, Transportes em Revista, <http://transportesemrevista.com/Default.aspx?tabid=210&language=pt-PT&id=57520>, consultado em 11/11/2020.