

O que o consumidor quer?

Cada vez mais exigente, brasileiro tem perfil de consumo traçado por pesquisa que indica que procedência será cada vez mais essencial

Imagem: Roberto G. Silva / Contrasto



Quem produz qualidade tem mercado garantido. Isso porque os consumidores estão cada vez mais exigentes e querem pagar pelo que é bom. Prova disso é que, em 2016, de acordo com a Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carne (Abiec), o Brasil importou mais de mil toneladas de cortes especiais, apenas dos Estados Unidos e Alemanha. Isso significa de 30 a 58 mil por mês, por mês. Porém, para conseguir esse mercado, é necessário conhecer o cliente.

Pesquisas da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) e MDAgri dizem que, entre 2016 e 2027, a alta na produção de carne será de 21% no país. Como o mercado é exigente, instituições de pesquisas brasileiras trabalham diariamente para que o Brasil ofereça um produto de alta qualidade. Exemplo é a pesquisa recentemente divulgada pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), que traça o perfil do consumidor brasileiro.

A pesquisa mostra, entre outros dados, que millennials com mais de 50 anos, renda elevada e grau de escolaridade superior são os que mais se preocupam com práticas sustentáveis relacionadas à criação de animais na hora de comprar carne. Trata-se de um nicho de mercado que valoriza a qualidade do produto em detrimento do preço e dá alta atenção às informações contidas nos rótulos. Grupos de consumidores como esse são capazes de exercer a expansão de práticas pecuárias sustentáveis que demonstram cuidados com os animais, com o ambiente e com os trabalhadores envolvidos na produção. O estudo, coordenado pela pesquisadora Mariana Vinholes com a participação dos pesquisadores Waldomiro Barioni Júnior e Renato Tielke Nassu, foi apresentado durante a 64ª Reunião Anual da Região Brasileira da Sociedade Internacional de Biometria e 18º Simpósio de Estatística Aplicada à Experimentação Agronômica (RBSA-Scagro), em Cuiabá (MT).

Para chegar a essa conclusão, os pesquisadores aplicaram 634 questionários, que resultaram em 402 respostas válidas. A sistematização e publicação foram realizadas recentemente. "Essa pesquisa pode representar uma oportunidade para a indústria de alimentos comunicar melhor o uso da prática de produção ambientalmente mais sustentável como estratégia de diferenciação do produto no mercado brasileiro", afirma a pesquisadora Marzela.



Pesquisadora Mariana Vinholes traça o perfil do consumidor brasileiro



A sustentabilidade tem se tornado uma preocupação para o consumidor brasileiro, de modo que 50% dos respondentes afirmaram que a origem da carne é um fator importante na hora de comprar

Ela reconhece os consumidores como potenciais agentes de mudança. "Um comportamento mais responsável pode contribuir para o desenvolvimento sustentável", espica a pesquisadora, lembrando que é importante continuar monitorando o comportamento dos consumidores para verificar se essas características se mantêm ao longo do tempo.

O estudo revela também que os consumidores buscam nos rótulos informações sobre a origem do produto. "A indústria que produz carne diferenciada precisa estar atenta para não poluir os rótulos com excesso de informações", destaca.

Resultados sugerem ainda que os consumidores são receptivos a mensagens da indústria sobre os benefícios ambientais na compra de produtos oriundos de práticas de produção ambientalmente mais sustentáveis. "O uso de selos e certificações nos rótulos é uma das possíveis estratégias para sinalizar atributos diferenciados e estimular um comportamento de consumo mais responsável". Já um eventual excesso de informações pode gerar confusão e tornar-se um obstáculo para a mudança de comportamento.

Tendência internacional

A pesquisadora Renata Nassu trabalha diretamente com a qualidade da carne. Engenheira de alimentos, além do conhecimento, ela desenvolve uma curiosidade natural pelo assunto. Sempre que viaja, gosta de visitar supermercados e observar os padrões de compra de consumidores. Segundo ela, nos Estados Unidos, na Europa e na Austrália, os consumidores se preocupam com a rastreabilidade e valorizam carne sem antibiótico e sem hormônios. Redes de supermercados especializados em produtos diferenciados se multiplicam e ganham cada vez mais adeptos na busca por produtos mais sustentáveis. Renata relembra um fato curioso que notou em suas viagens: a venda em supermercados da carne moída "de um boi só", o que permite ao consumidor saber de onde veio o produto que está comprando. "No Brasil, o padrão é misturar carnes de vários indivíduos, mas lá eles estão agregando valor com essa identificação. É uma questão de transparência", conta. Em São Carlos (SP), de acordo com a pesquisadora, já é possível encontrar praticinas inteiras de produtos diferenciados nos supermercados. "É um nicho em crescimento no Brasil", revela.

Produção integrada

De acordo com os pesquisadores, o fato de o Brasil ser um importante exportador de carne bovina gera demandas por adoção de práticas de produção mais sustentáveis e que minimizem o impacto ambiental associado à produção pecuária convencional e extensiva. O estudo cita como exemplos os sistemas integrados de produção, aqueles que situam em uma mesma área a pecuária, a lavoura e, em alguns casos, a floresta.

"A adoção dos sistemas de produção integrados tem sido recomendada e estimulada para a recuperação e renovação de pastagens degradadas", frisa a pesquisadora. Ela conta que esse modelo ajuda ainda na manutenção e reconstrução de cobertura florestal, pois prevê o uso de boas práticas agropecuárias, adequação da unidade produtiva à legislação ambiental e maior diversificação da renda.

A consumidora Maria Luiza Giudicini Valente, de São Carlos, representa o grupo diagnosticado na pesquisa. É mulher, empresária, tem curso superior, 52 anos, e se preocupa com a qualidade dos alimentos que consome. "Eu pagaria mais por esse tipo de carne por respeito à vida dos animais, das pessoas que trabalham nessa cadeia e por respeito à minha família", argumenta. A empresária imagina que essa carne seja proveniente de um sistema que aplique técnicas de conservação da natureza e respeite as pessoas envolvidas na produção, da fazenda ao frigorífico.

Segundo ela, a identificação desse produto na prateleira depende do rótulo, que informe a proveniência por meio da rastreabilidade. "Deveria ter um código na embalagem que permitisse que a gente soubesse, imediatamente, na hora da compra, de que fazenda veio, como essa propriedade trabalha, como é a relação com os funcionários, o

que o gado come, se ele se alimenta de transgênicos, os remédios que ele toma, como é o pasto, se é orgânico ou que tipo de pesticidas eles usam", opina.

A jornalista e blogueira Lúcia Dorigem, de Brasília (DF), também se encontra no perfil identificado na pesquisa. Ela tem 62 anos, nível de educação superior, consome carne regularmente e diz que pagaria a mais por um produto ambientalmente sustentável. "Considero que a saúde está em primeiro lugar e acredito que uma carne produzida de forma ambientalmente sustentável seja mais saudável", diz.

Já a analista Paula Telles, pós-graduada em direito processual e moradora de Franco (SP), ainda não chegou à faixa de 50 anos — tem 45 —, mas sugere que também pagaria mais pelo produto em questão. "Acho que pagaria um, dependendo do nível da diferença que determinadas condições podem causar. Mas tenho que me falar das condições do meio ambiente que são preservadas. Se eu soubesse disso, posso pagar um", afirmou. A pesquisa não levantou a porcentagem que os consumidores estariam dispostos a desembolsar a mais.



E o preço?

A pesquisadora Marcela explica que as práticas de produção mais sustentáveis costumam ser mais caras porque envolvem uma gama de tecnologias, como os sistemas integrados entre lavoura, pecuária e floresta (ILPF), produção orgânica, entre outras. Além disso, segundo ela, a baixa escala de produção também impacta o valor de mercado. Muitas vezes, a produção diferenciada ocorre em pequenas propriedades rurais, que não conseguem diluir o custo no volume de produção, como a produção em massa. "No caso dos cultivos orgânicos, o alto custo dos produtos reflete também os gastos com insumos, como fertilizantes específicos permitidos para esse tipo de produção", exemplifica.

Ela explica que, em todos os casos, trata-se de um aspecto da qualidade do produto chamada de "crença". "Ou seja, o consumidor tem que acreditar que o produto foi produzido com práticas mais sustentáveis. Ele não consegue avaliar de forma objetiva no momento da compra ou do consumo. É diferente de um indicador mais palpável, como aparência ou sabor, que ele consegue visualizar ou sentir. Para resolver esse problema, a maioria desses produtos diferenciados envolve a certificação do processo de produção, que visa sinalizar e garantir ao consumidor que aquela informação é crível. Isso também infere um custo adicional ao processo", pondera a pesquisadora.

