



Cristine Mancini

economista e mestre em economia pela PUC-SP e docente das Faculdades Integradas Rio Branco.

Os desafios para a indústria de alimentos e as tendências de consumo

Alta exigência e busca dos consumidores por produtos, serviços e empresas que atuem de forma ética, transparente, saudável e que se preocupe com o meio ambiente em todo o elo da cadeia produtiva é uma realidade mundial.

Esta já se faz presente em algumas indústrias e redes de distribuição na Europa e nos EUA que priorizam as comunidades e agricultores locais como no caso de hortifrutis e lácteos. Muitas delas desenvolvem projetos sociais (Community Fund) envolvendo educação, habitação, empreendedorismo, reaproveitamento e reciclagem. Há também a valorização do pasto livre, no caso do gado de corte ou leiteiro, ou em granjas abertas para as aves.

Ao adquirir um produto, o consumidor opta por embalagens sustentáveis e recicláveis, que não agridam o meio ambiente. Alguns países já contam com embalagens comestíveis no intuito de não gerar resíduos.

Além da embalagem, o consumidor rejeita empresas que fazem testes em animais, seja a produção de cosméticos ou tecidos sintéticos, ou os maus tratos no abate de inúmeros animais bem como a total reprovação por injeções de hormônios nestes animais, impactando diretamente a nutrição humana.

O consumidor tradicional cedeu lugar ao “consumidor ético”, mais exigente, atento, bem informado, analítico em relação aos rótulos e especificidades dos componentes que irá ingerir, buscando ainda, selos e certificações.

Neste sentido, a facilidade do uso de aplicativos e acesso a internet torna o acesso a essas informações ainda mais recorrente. No ato da compra, o consumidor pode consultar aquilo que irá adquirir e a imagem atrelada à indústria de origem.

Os que possuem acesso e informação, já buscam produtos saudáveis não objetivando a perda de peso ou a boa forma necessariamente, mas a expectativa de vida que estes alimentos trarão. Os alimentos são os orgânicos, os funcionais e àqueles destinados aos intolerantes e celíacos. Estas informações são reveladas na queda de indicadores de vendas de alimentos calóricos e repletos de sal e açúcar.

O aspecto muitas vezes impeditivo no Brasil para este consumidor é muitas vezes, os produtos com certificações, orgânicos, mais saudáveis são também mais custosos, diferentemente do que ocorre nos Estados Unidos e Europa.

Alguns países colocam estes alimentos ou a preocupação com a alimentação de ordem pública, como o país fronteiriço, o Uruguai, que vetou (em 2015) o “saleiro” nas mesas de restaurantes e lanchonetes e o uso de hormônios, antibióticos e proteínas em animais, instaurando uma lei com penalidade.

Desempenho das vendas

Produtores de produtos orgânicos certificados presenciaram um aumento de 88% no faturamento, alcançando em torno de R\$ 300 milhões em 2017.

Negócios ligados ao consumo ético, como certificações e selos, responsabilidade social e produtos sem testes em animais, R\$ 192 bilhões em 2016 sobre 2012.

As linhas sem lactose, livre de glúten e livre de açúcar cresceram 257% (2017) em relação a 2012 no Brasil.

Os produtores de cerveja premium e/ou artesanal em 2016, venderam 552 milhões de litros sobre a mesma base de comparação anterior.

Selo halal

Dentre o universo do consumo ético e das certificações, é possível encontrar um selo exigido em várias nações muçulmanas, conhecido como Halal. Reconhecido e de suma importância nesta região, tem ganhado importância em outros mercados e que merece atenção a algumas oportunidades de negócios.

O conceito Halal significa “lícito”, “permitido”. Trata-se de um padrão ético e moral no ambiente social, na alimentação, na conduta, na Justiça, nas vestimentas e nas finanças. Quando um alimento possuir proteína animal e seus derivados, estes devem ser provenientes de abate sem sofrimento ao animal; os alimentos e produtos industrializados devem estar livres de carne de porco e seus derivados; e isentos de impurezas e elementos intoxicantes e perigosos à saúde.

Esta certificação tem sido uma oportunidade nos países árabes e islâmicos e no desenvolvimento de negócios com os países europeus, que restringem cada vez mais os produtos brasileiros por ausência de certificação e da presença de alguns componentes nocivos à saúde pública.

ESTAMOS PREPARADOS!

Para evitar problemas, é necessário que as empresas estejam regularizadas quanto as normas de medicina e segurança do trabalho.



O eSocial é IMPLACÁVEL!

Quando as informações forem conflitantes com as determinações legais, a Empresa será penalizada sem a necessidade de visita fiscal.

(11) 4437-2930 www.workmedicina.com.br (11) 9 5839-0082



A mais deliciosa comida por quilo do centro de Santo André

Buffet com grande variedade de carnes e saladas.



R. Monte Casseros, 166



R. Álvares de Azevedo, 117

Ambientes aconchegantes.

