



Evento	Salão UFRGS 2013: SIC - XXV SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2013
Local	Porto Alegre - RS
Título	O Consumo Consciente e Desenvolvimento de Produtos Eco-Inovadores na Perspectiva das Empresas
Autor	CAMILA FRAGA VOLPI
Orientador	MARCIA DUTRA DE BARCELLOS

A visão crítica e posicionada dos consumidores na hora da compra, pensando na coletividade e não apenas na individualidade, impulsiona as empresas à adoção de novas atitudes a fim de atingir o consumo sustentável. Torna-se necessário existir condições mercadológicas, além das condições tecnológicas, políticas e gerenciais, para o crescimento e competição das empresas inovadoras. A crescente expansão em produtos Eco-Inovadores desenvolvidos pela indústria de alimentos apresenta a necessidade de um estudo aprofundado. A pesquisa desenvolvida consiste em analisar como esse novo comportamento tanto das empresas, como dos consumidores, requer novas percepções e abordagens acerca do consumo sustentável. O presente resumo se propõe analisar a percepção dos fabricantes e varejistas sobre o mercado existente, para produtos com apelos éticos, sociais e ambientais. Busca identificar os principais drivers da Eco-Inovação, com fabricantes de alimentos selecionados, com a finalidade de transpor barreiras. Pretende contribuir para uma melhor compreensão do sistema relacionado ao consumo consciente de alimentos, especificamente, sobre a percepção das empresas produtoras. Observações diretas, entrevistas em profundidade e coleta de dados secundários foram realizados com representantes das indústrias de alimentos, fabricantes e varejistas no estado do Rio Grande do Sul e de outros estados do Brasil. Buscou-se identificar através dos questionários aplicados de que forma as empresas estão relacionadas, suas atitudes e seus principais motivadores em relação aos alimentos Eco-Inovadores, as influências de fatores externos (governo, mercado externo e sociedade), as atitudes em relação à tecnologia e as atitudes em relação ao meio-ambiente e natureza. Os resultados são parciais e apresentam-se como hipóteses do estudo final da pesquisa. Conclui-se que a demanda dos consumidores pode ser um dos mais importantes drivers da mudança em produtos e processos das empresas. Identifica-se como característica mercadológica, a tendência, por parte do consumidor, de uma busca por uma vida mais saudável, com qualidade de vida e que beneficie o meio ambiente. Verifica-se uma percepção do consumidor consciente, como mais culto, com nível social mais elevado e maior poder aquisitivo, facilitando identificar estratégias para determinado segmento. Percebe-se a tecnologia vista como facilitador da criação de produtos e processos sustentáveis, o que levaria a melhor qualidade e preço para os produtos finais das empresas.