# Mais de 90% dos consumidores brasileiros recomendam produtos sustentáveis

## EQUIPES MULTIDICIPLINARES DETERMINAM O FUTURO DO MERCADO DE BRINDES SOCIAIS E GARANTEM MAIS OPÇÕES E CONFIABILIDADE ÀS MARCAS

por ERIKA MARINHO

**De acordo com a pesquisa** Futuros Sustentáveis", realizada pelo grupo francês de comunicação Havas, em dez países, 94% dos consumidores recomendam produtos sustentáveis e 90% respeitam as empresas compromissadas com o meio ambiente. No Brasil, o estudo foi conduzido pelas agências de publicidade Z+, Media Contacts e Mobext, que entrevistaram 2.532 consumidores.

Com essas informações, foi possível identificar e descobrir algumas informações sobre o consumidor e sua relação com o tema sustentabilidade. Dessa maneira, as agências teriam subsídios para desenvolver novas campanhas, além de orientar seus clientes no relacionamento com o consumidor e na construção de marcas sustentáveis.

Segundo o Diretor Executivo do Grupo Eco Negócios Sustentáveis, Fábio Interaminense, a pesquisa mostra que o consumidor brasileiro é ativista e participativo. Ele lembra que o consumo consciente é uma realidade. Os consumidores querem saber cada vez mais o que é o produto, quem o fez e como o fez. Isso justifica a busca crescente por parte das empresas por produtos promocionais com viabilidade económica, benefício social e baixo impacto ambiental.

Fábio Interaminense, Diretor Executivo do Grup Eco Negócios Sustentáve

"Temos observado que muitas empresas estão buscando alinhar o discurso à prática, ou seja, as que têm ações, iniciativas e projetos sérios na área de sustentabilidade também têm essa preocupação em suas ações de comunicação, marketing e eventos", assegura.

Interaminense lembra que as empresas buscam inovar e se diferenciar da concorrência em suas ações promocionais, e os brindes sustentáveis que alinham o *design,* a qualidade e a origem garantida da matéria-prima são uma ótima opção.

"Nossa empresa possui um Núcleo de Inteligência Sustentável, formado por uma equipe multidisciplinar, a qual está sempre estudando, pesquisando e descobrindo novos materiais sustentáveis e fornecedores comprometidos com critérios socioambientais. Com isso, a área de *design* consegue desenvolver novas ideias que surpreendem e geram resultados económicos, alinhados com a estratégia da empresa", conclui.

Para o Diretor Presidente da Bergon Têxtil, Ricardo José Bertoni Neto, a ideia de utilização de produtos socioambientais em campanhas promocionais está plantada na mente dos empresários, uns com mais intensidade que outros. A Bergon fabrica tecidos ecológicos feitos com fibras naturais (algodão, bambu, juta e outras), sendo 35% da produção absorvida pelo mercado de brindes e embalagens.

Neto explica que, a partir dessa necessidade do mercado e da ideia de desenvolvimento

"DESENVOLVEMOS MUITOS PROJETOS ESPECIAIS, DIRETAMENTE COM O ARTESÃO OU COMUNIDADE, NOSSOS ARTIGOS SÃO FABRICADOS MANUALMENTE. ASSIM, PODEMOS **OFERECER** ITENS PROMOCIONAIS, ORIGINAIS E **QUE ATENDAM** A NECESSIDADE ESPECIFICA DE ALGUMA AÇÃO OU CAMPANHA DO CLIENTE"

CYNTHÍA FIGUEIREDO - SÓCIA DIRETORA DA EMPRESA CARIOCÍ KIRON BRINDES ECO-SOCIAÍS.

Utilização de material exclusivo para fins educacionais

sustentável, sua empresa criou a marca Pano Vivo, que confecciona e comercializa sacolas ecológicas.

"Estamos nesse mercado há cinco meses e já foi possível observar uma crescente procura por brindes e embalagens. O volume é bastante significativo. A Pano Vivo comercializa por mês cerca de 40.000 sacolas, com previsão de 150.000/ mês ainda este ano", afirma.

## *A necessidade de novos materiais e produtos diferenciados*

O mercado promocional também precisa se reinventar de tempos em tempos. A sociedade está em busca e atenta às ideias e ações inovadoras. Nesse quesito, o Brasil se destaca de outros países, uma vez que a própria biodiversidade é única. Muitas comunidades empreendedoras e cooperativas, além de grandes empresas, estão oferecendo matérias-primas diferenciadas a partir do reuso, reciclagem ou certificações. Toda essa conscientização ecológica favorece a demanda e também a exigência por opções em produtos promocionais inovadores, funcionais e de bom gosto.

Cynthia Figueiredo, Sócia Diretora da empresa Kiron Brindes Ecosociais

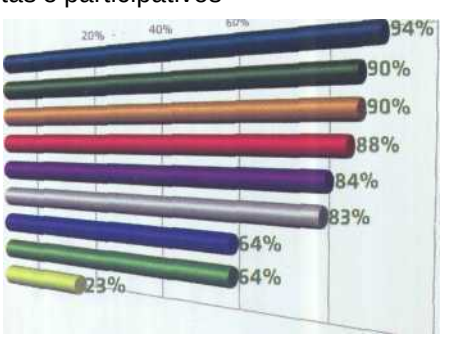
A Sócia Diretora da empresa Kiron Brindes Ecosociais, Cynthia Figueiredo, acredita que essa demanda faz as opções aumentarem em ritmo acelerado. Para garantir maior diversidade em seus produtos, sua empresa trabalha diretamente com ONGs, entidades de assistência a deficientes e também cooperativas. "Desenvolvemos muitos projetos especiais, diretamente com o artesão ou comunidade, nossos artigos são fabricados manualmente. Assim, podemos oferecer itens promocionais, originais e que atendam à necessidade específica de alguma ação ou campanha do cliente", assegura.

Segundo ela, o mercado de brindes sociais é crescente, as empresas participam da sustentabilidadeefortalecem oterceiro setor. Prova disso é o aumento pela procura desses produtos. Grande parte das corporações valoriza esse trabalho por entenderem que podem ser bem-feitos, de muito bom gosto, politicamente corretos e não precisam custar tão barato.

0 Diretor da Fábrica de Saúde Brindes Sociais, Marcelo Chaves está nesse mercado há mais de 15 anos. Ele conta que existem outras maneiras de empregar verba em projetos inovadores e se destacar nessa área, associando uma política sustentável à sua marca. Segundo ele, muitas comunidades têm interesse em ajudar e precisam apenas de apoio financeiro por parte das empresas. "Várias ações podem sertomadas, sem necessariamente envolver apenas os brindes sociais. Pode-se, por exemplo, recuperar e dar vida às praças públicas, por meio do trabalho voluntariado, promovendo a limpeza, replantio de árvores e preservação dos espaços destinados à prática de esportes", conclui.

*O Grupo Eco oferece uma linha de produtos com mais de 150 item, em objetos para escritório, utilidades, sabores do Brasil, decoração e arte, bolsas e Cia,, plante e cultive, entre outros. Os produtos mais vendidos são conjuntos para chá e café elaborados em exclusiva cerâmica rupestre da Serra da Capivara, bolsas e necessaires elaboradas em algodão natural, que já nasce colorido, objetos utilitários em madeira certificada pelo FSC (Conselho de Manejo Florestal) e kits plante e cultive.*

## Os Consumidores no Brasil são extremamente ativistas e participativos




- *94% dizem recomendar produtos sustentáveis aos amigos;*
- *90% respeitam empresas responsáveis e compromissados com o meio ambiente;*
- *90% acreditam que todos os indivíduos devem mudar para combatera mudança climática;*
- *88% afirmam que empresas devem estar envolvidas com questões sociais;*
- *84% acreditam que podem fazer com que uma empresa se comporte responsavelmente;*
- *83% relacionam o tema sustentabilidade com as palavras "meio ambiente" e "futuro";*
- *64% acreditam que as marcas só se envolvem com sustentabilidade para melhorar sua imagem;*
- *64% estão dispostos a pagar 10% mais pelo produto sustentável;*
- *49% dos consumidores estão preocupados com sustentabilidade e mudanças climáticas;*
- *23% acreditam que a responsabilidade de tomar a liderança para encontrar soluções para o desafio da sustentabilidade é das empresas, não do governo.*

*Fonte: Estudo Futuro Sustentável/Havas. No Brasil, a pesquisa foi conduzida peias agências Z+, Media Contacts e Mobext e teve a participação 2.532 pessoas, por meio da Internet*

**Fonte: Free Shop Preview, São Paulo, v.13, p. 12-13, mar. 2010.**