

## **Consumidores "conscientes" querem mais**

*Juliana Welling*

Os consumidores mundiais querem mais oferta de produtos ecológicos e sustentáveis e mais informações dos varejistas sobre suas iniciativas e itens disponíveis no mercado. Essas foram algumas das constatações de Will Ander, um dos maiores especialistas em varejo do mundo e sócio da consultoria internacional Mc-Millan, apresentadas na semana passada durante o 13º Fórum de Varejo da América Latina, em São Paulo. O evento foi realizado durante o Multi Retail, considerado o maior acontecimento varejista multiformato do Brasil, e teve como tema a "Sustentabilidade na visão do consumidor global". "Cerca de 60% dos consumidores norte americanos incluem produtos ecológicos em suas compras no varejo. O movimento verde não é uma tendência, mas uma maneira de viver. Não há caminho de volta nesse processo. Todas as empresas varejistas devem estar envolvidas com a sustentabilidade", disse Ander.

Segundo o executivo, cada vez mais os consumidores exigem informações e comprometimento da indústria varejista em relação ao tema. No Brasil, por exemplo, conforme levantamento da consultoria GS&MD - Gouvêa de Souza 59% dos chamados "metaconsumidores" termo do estudo para especificar aqueles que têm preocupações além do simples ato de consumir gostariam que os varejistas e indústrias comunicassem os valores sustentáveis dos produtos e ajudassem a identificar as melhores opções do consumo consciente. E em todo o mundo, 75% consideram que não existe boa comunicação no ponto de venda a respeito dos produtos sustentáveis e de seus benefícios.

Nesse sentido, o especialista citou o Walmart como a principal rede do setor visivelmente envolvida com o tema. No Brasil, a rede lançou no ano passado o "Pacto pela Sustentabilidade" que firmou o compromisso entre a empresa e a sua cadeia de suprimentos em prol da questão. De acordo com Marcos Próspero, vp do Walmart Brasil - executivo que também participou das discussões da 13ª edição do Fórum a rede já conseguiu evitar o uso de cerca de 30 milhões de sacolas plásticas utilizadas em suas lojas no País. "O Walmart está tomando a liderança na condução do consumo consciente nos Estados Unidos, pois têm inúmeras iniciativas focadas no tema. Além disso, muitas feiras e produtores orgânicos estão crescendo nos EUA. Os varejistas devem incorporar a sustentabilidade como parte de sua missão", acrescentou Ander.

Em relação à disponibilidade de pagamento de produtos orgânicos, ecológicos ou sustentáveis, o estudo da GS&MD - Gouvêa de Souza constatou que os consumidores brasileiros estão dispostos a pagar 8% a mais por produtos "verdes". No mundo, 75% afirmaram que pagariam no máximo 10% a mais por um produto sustentável. Embora já exista discriminação no âmbito do consumo com empresas e ofertas não-sustentáveis, os índices revelam que as pessoas não estão dispostas a pagar muito mais por esses itens. "Nos EUA, 70% dos consumidores pagariam até 5% a mais por um produto 'verde'. Há a necessidade de que exista preços compatíveis desses itens no varejo", disse Ander.

**Fonte: Propmark, São Paulo, 25 out. 2010, p. 6.**