

Novos produtos

Rejeição automática?

Márcia Dutra de Barcellos¹Luís Kluwe Aguiar²Gabriela Cardozo Ferreira³Luciana Vieira⁴

MUITAS VEZES, os consumidores apresentam resistência para aceitar novos alimentos introduzidos no mercado. Esse fato pode estar relacionado com os hábitos culturais, o comportamento socio-demográfico, o estilo de vida ou um momento da vida de cada consumidor.

Os consumidores que compram produtos inovadores os legitimam para os demais consumidores. No Brasil, a análise da propensão ao consumo de alimentos inovadores é incipiente. Pouco se sabe, apesar de ser estratégica a investigação a respeito da rejeição ou aceitação de produtos inovadores para a indústria de alimentos.

Com o objetivo de analisar o comportamento dos consumidores em relação à propensão à inovação em alimentos, foi realizada uma pesquisa tipo *survey* na área metropolitana de Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Foram entrevistados 279 estudantes. Com 28 questões, o questionário foi dividido em três seções:

1º: Aceitação de alimentos inovadores;

2º: Avaliação da rejeição de alimentos inovadores;

3º: Perfil demográfico e nível de exposição a novas tecnologias.

As questões foram apresentadas na escala de 5 pontos, variando de (1) Discordo Totalmente a (5) Concordo Totalmente. Os dados coletados foram submetidos a análises estatísticas, para verificação das diferenças entre os grupos.

Resultados apurados

A amostra foi composta por 53% de homens e 47% de mulheres. Com relação à idade, 90% dos entrevistados estavam

situados na faixa de 18 a 29 anos. A maioria dos entrevistados mora com os pais (64,9%) e com outras pessoas (14%). Poucos moram sozinhos (10%).

Com relação ao nível de exposição a novas tecnologias, os resultados indicaram como aparelhos eletrônicos mais comuns nos domicílios as câmeras fotográficas (66,7%). O acesso à *internet* apresentou um percentual alto (88,4%). As TV a cabo e por satélite estavam presentes em

Propensão ao consumo de alimentos inovadores

Pergunta	Média *
Compra aqueles disponíveis nas lojas e supermercados	3,94
Compra mesmo se não estiver experimentado antes	3,54
Entre os amigos, é um dos primeiros a lembrar da marca	3,51
Compra antes de outras pessoas conhecidas	3,26

*Escala de 5 pontos, variando de (1) discordo totalmente a (5) concordo totalmente

Rejeição aos alimentos inovadores

Pergunta	Média *
Não provaria em eventos sociais	3,54
Muito seletivo em relação a comida	3,26
Se não sabe do que é feita a comida, não prova	2,95
Não come de tudo	2,80

*Escala de 5 pontos, variando de (1) discordo totalmente a (5) concordo totalmente

59,5%, enquanto 79,6% tinham TV aberta. Em termos de tecnologia, os entrevistados não têm aversão a novidades.

Quanto aos alimentos, os entrevistados não apresentam inclinação para o consumo de produtos inovadores. As médias ficaram abaixo de 4. Isso poderia confirmar, em parte, a característica cultural da população do Rio Grande do Sul, com hábitos conservadores e arraigados na tradição.

Na escala de rejeição de alimentos, a média ficou baixa (menor que 3). O fato dos entrevistados não mostrarem aversão a alimentos inovadores é um ponto positivo sob a ótica do desenvolvimento de novos produtos. Como os consumidores estão abertos para inovações, a indústria de alimentos no Brasil poderia ser mais inovadora.

Os consumidores podem não ter o hábito de consumir alimentos inovadores, muito possivelmente em função de existirem poucas opções nas prateleiras.

O fato de a maioria dos entrevistados morar com os pais pode indicar que esses não estão na função de comprar e preparar as refeições. Na maioria das vezes, outro membro da família toma a decisão.

Os dados também mostram que a rejeição à inovação foi relativamente baixa entre os entrevistados. A indústria de alimentos pode estar perdendo a oportunidade de ser mais inovadora. Ao considerar-se a acirrada competição no mercado global, a indústria brasileira pode estar operando em um ambiente menos competitivo. No Brasil, com exceção de algumas empresas multinacionais, a indústria de alimentos atende principalmente a uma demanda regional.

Por fim, os resultados da pesquisa forneceram dados para discussões importantes sobre a aceitação ou rejeição dos alimentos inovadores. Para aprofundar a investigação, fica a sugestão de estender o estudo aos outros estados. ■

1 Programa de pós-graduação em Administração – PPGAd/PUCRS

2 Royal Agricultural College, UK

3 Programa de pós-graduação em Administração – PPGAd/PUCRS

4 Programa de pós-graduação em Administração – PPGAd/Unisinos