

6 Conclusão

Este estudo revela que o letramento aplicado à funcionalidade da rotulagem nutricional dos alimentos está presente em níveis bastante variados entre os consumidores. Enquanto que alguns consumidores são capazes de desenvolver as tarefas exigidas pelo rótulo e conhecer atributos específicos a respeito da tabela de informação nutricional, muitos confundem ou desconhecem aspectos básicos de nutrição e dos rótulos. Há diferença de níveis de entendimento frente às variáveis gênero, renda, escolaridade, consulta de rótulos, compra de alimentos para a família, hábito de exercícios e de refeições fora de casa. Descobriu-se que o perfil que apresentou maior entendimento é: mulher, de alta renda, alta escolaridade, que se exercita moderadamente, leitora de rótulos, que não compra alimentos para a família e habituada a fazer muitas refeições fora de casa nos dias de semana. Já o perfil de menor entendimento de rótulos é: homem, baixa escolaridade, baixa renda, não leitor de rótulos, que compra alimentos para a família e sedentário.

6.1 Implicações Gerenciais

Descobrir os níveis e dificuldades de entendimento frente à rotulagem nutricional traz implicações gerenciais para as mais diversas áreas, que superam a simples verificação de eficiência da legislação frente à população. No âmbito mercadológico, os gerentes de produto de empresas alimentícias, profissionais de planejamento de comunicação e marketing de agências de comunicação e de empresas alimentícias podem se beneficiar do estudo. No campo público, entende-se que tais informações podem servir como subsídio para medidas de saúde pública e segurança alimentar tomadas pelo governo, através de seus órgãos competentes.

Mais especificamente, no campo da administração de marketing, os grupos de distintos níveis de letramento podem ser concebidos como segmentos de consumidores, cada qual com suas necessidades, a partir das quais podem ser criadas estratégias diferenciadas de comunicação e posicionamento frente a estes diversos públicos, adequando planos e recursos promocionais, buscando também junto ao órgão regulador a adequação de rótulos para maior entendimento, aumentando a eficiência.

A falta de conhecimento de rotulagem nutricional observada frente aos públicos de consumidores pode ser revertida em geração de valor para os clientes e empresas pela construção de programas de relacionamento, aumentando o banco de dados do consumidor junto à empresa, que em troca oferece resoluções de dúvidas nutricionais, elaboração de planos de alimentação voltados para cada um dos segmentos envolvidos, como programas de emagrecimento, de ganho de massa muscular, de condicionamento físico, até mesmo programas para consumidores com restrições especiais no consumo de alimentos.

O equivocado relacionamento de atributos de algumas informações nutricionais complementares a alimentos orgânicos e transgênicos, somado à tendência observada de se consumir em altas quantidades nutrientes concebidos como saudáveis e em baixas quantidades nutrientes tidos como prejudiciais mostra uma grande e radical preocupação por parte dos consumidores com a qualidade de vida. Entende-se que as empresas alimentícias devem identificar problemas de comunicação atuais na apresentação de seus produtos e atuar junto ao órgão regulador da rotulagem nutricional no sentido de discutir e implantar nas embalagens sistemas de identificação mais claros destes tipos de alimentos.

Estudos apontam que o decisor de compras do núcleo familiar deve receber maior assistência junto às empresas alimentícias, já que sua relação de consumo é tomada por altos custos, como falta de tempo, muitas tarefas e decisões, além de baixos benefícios, já que possui menor entendimento frente à rotulagem nutricional. As indústrias alimentícias devem desenvolver serviços, estratégias de comunicação e relacionamento que gerem valor e suavizem o árduo processo de compras deste tipo de consumidor.

Já no campo da segurança alimentar, a existência de grupos de consumidores com diversos níveis de letramento frente à rotulagem nutricional de alimentos suscita variadas implicações. A primeira está vinculada à reformulação das embalagens e informações nutricionais de modo que atenda a um nível mínimo de letramento, explorando o uso de representações gráficas, desenhos e esquemas que facilitem o entendimento.

A segunda refere-se à criação de programas de educação para cada um destes grupos, capazes de suprir as deficiências de entendimento e facilitando a escolha dos alimentos.

A terceira relaciona-se ao acompanhamento do nível de conhecimento da população, que pode ser feito a partir de programas de avaliação de entendimento da rotulagem nutricional, utilizando este tipo de informação como subsídio para se reelaborar a apresentação das informações, propor novas mudanças e incluir novas práticas alimentares.

6.2 Sugestão para Estudos Futuros

A partir dos resultados encontrados nessa pesquisa, seguem algumas sugestões a serem exploradas, até que estudos mais aprofundados possam fornecer resultados mais aprofundados e diretrizes mais sólidas.

Neste estudo busca-se analisar o nível de entendimento dos consumidores a respeito da rotulagem nutricional dos alimentos industrializados. A avaliação se faz de forma quantitativa, junto com a análise da alternativa marcada em comparação com a alternativa correta. Entende-se que estudos mais descritivos, aplicados em situações reais, podem ser realizados com o objetivo de investigar em maiores detalhes a maneira pela qual consumidores raciocinam a partir do volume de informação nutricional disponibilizado e que mecanismos de enfrentamento eles desenvolvem para realizar decisões de cunho nutricional.

Pesquisas anteriores apontam que os consumidores de baixo letramento possuem dificuldades em lidar com informações numéricas (Viswanathan, Hastak e Gau, 2009). Propõe-se que sejam criadas formas alternativas de

aferição de conhecimento de rotulagem nutricional, como por exemplo, o uso de provas orais, ou emprego de informações pictóricas e esquemas gráficos que substituam as frações, percentuais e outros sinais numéricos.

Acredita-se que a diferença de nível de entendimento por idades pode ser melhor explorada em estudos posteriores através da análise geracional. Levantar experiências, eventos comuns e definidores entre grupos de idade pode ser útil no sentido de vislumbrar coortes para investigar diferenças de desejos, preferências e atitudes frente ao conhecimento nutricional e à leitura de rótulos alimentícios.

O nível de entendimento é uma variável que pode ser tanto fruto da consulta de rótulos como resultado da reunião de informações dos mais diversos meios de comunicação e dos meios tradicionais de ensino. Sugere-se para estudos futuros a investigação sobre essas fontes alternativas de instrução, descobrindo a sua relevância e impacto no nível de entendimento dos rótulos nutricionais. Acredita-se que com o mapeamento de fontes de divulgação consegue-se ter dimensão dos meios que exercem mais influência, canais que podem ser estratégicos tanto para campanhas educacionais quanto para estratégias de comunicação das empresas alimentícias.

Sabe-se que o conhecimento sobre informações nutricionais é mais relevante para o campo da administração quando existe posteriormente um comportamento de busca por informações nas embalagens. O aspecto nutricional, dentre as opções preço, gosto, marca e facilidade de preparação, é apenas um dos fatores de envolvimento de classes de produtos. Sugere-se para estudos futuros que seja pesquisado quais destes fatores são considerados em maior e menor importância no momento da compra, se a importância destes fatores varia entre marcas conhecidas e desconhecidas, em categorias de produtos novas e já conhecidas, entre alimentos já consumidos e nunca consumidos, em alimentos tidos como refeições principais ou lanches.