

## ***Da teoria à prática: como as mudanças trazidas pela COVID-19 impactam na escolha e seleção de alimentos?***

Amanda Ferreira Guimarães

Mariela Meira Caunetto

A pandemia da COVID-19 traz desafios sociais e econômicos para todos os segmentos do agronegócio, desde o trabalho nas fazendas, até a distribuição e fornecimento de alimentos. Neste informe, buscaremos refletir sobre como as mudanças impostas pela pandemia na distribuição de alimentos pode afetar o consumo por parte dos clientes e consumidores e agregar novos desafios para o setor. Inicialmente, iremos retomar como eram as práticas de escolha pelos alimentos desejados em condições normais e como passaram a ser, na presença da COVID-19. Além disso, algumas proposições serão apresentadas ao final com a ajuda de teorias estudadas pelo GECOR – Grupo de Estudos em Estruturas Coordenadas da UEM, como a Economia dos Custos de Mensuração (ECM), desenvolvida pelo economista israelense [Yoram Barzel](#), da Universidade de Washington.

Segundo a ECM, em um processo de troca (compra e venda de alimentos, por exemplo), os envolvidos (comprador e vendedor) negociam o que chamamos de “dimensões” do produto: os diferentes atributos de qualidade, tais como peso, tamanho, aspecto, aroma, sabor, cor, suculência, firmeza, dentre outros. O comprador paga um preço por esse conjunto de dimensões, e espera não receber “gato por lebre”. Algumas dessas dimensões são verificáveis no momento da compra: o comprador pode pesar o produto, apalpar, olhar e cheirar e, em algumas situações, tenta até provar (quem nunca provou uma uva de um cacho no mercado?). Outras dimensões não podem ser verificadas antes da compra: como saber se o abacate que está comprando vai atingir o ponto de doçura, maciez e maturação desejados? Ou se o abacaxi não está azedo? Ou se a goiaba não está estragada? Em certas situações, nem mesmo o vendedor sabe exatamente se o produto contém determinadas características, e o consumidor só saberá no momento do consumo: será que todo o pacote de laranjas está realmente doce e suculento? Pela teoria, essas incertezas sobre a qualidade podem trazer problemas na relação entre o vendedor e o comprador, gerando mais tempo gasto e eventuais desconfiças, e atrapalhar as compras futuras. Além disso, nem sempre essas questões estão amparadas em aspectos legais, ou é muito custoso recorrer ao amparo da lei para a solução de conflitos.

Para amenizar tais problemas, pela teoria, o vendedor pode tomar algumas atitudes: oferecer garantias ou descontos, no caso de descontentamento do comprador após a compra; permitir a escolha e verificação de produtos antes da compra; fazer uso de marcas e selos como referência para qualidade; e oferecer mais informações sobre o produto e o processo de produção. Se nada disso existir, o risco de

levar “gato por lebre” acaba sendo do comprador, e isso pode interferir na disposição de compras futuras e de preço a pagar. Essas incertezas podem gerar desequilíbrios no mercado: produtos com qualidades diferentes vão ser colocados “no mesmo balaio” (o comprador não consegue verificar as diferenças), o que acaba desvalorizando o produto com qualidade superior.

### Antes da pandemia, como era possível escolher e selecionar os alimentos?

Em condições normais, a exposição de alimentos em supermercados e feiras livres proporcionava livre acesso do consumidor na escolha do que desejava comprar. Em especial, os hortifrútis, como legumes, frutas e verduras, costumavam ser escolhidos um a um, de forma que os consumidores pudessem analisar a qualidade dos alimentos de acordo com sua vontade. Era possível tocar os alimentos e com calma analisar a cor, firmeza e maturação do que seria comprado.

Como se sabe, a qualidade de legumes, frutas e verduras, é, pela própria natureza desses produtos, muito variável. Essa variabilidade é acentuada pela perecibilidade do produto, pois o produto pode perder qualidade muito rapidamente. **O que a teoria da mensuração diz sobre isso?** Como visto, pela teoria, escolher o produto no momento da compra é importante para o consumidor. Ao escolher seus alimentos, pode conferir a qualidade e não se sentir lesado se, por algum motivo, perceber alimentos com qualidade diferente da esperada no momento do consumo. Um exemplo disso é o caso dos morangos. Quando compramos a bandeja já montada de morangos, não conseguimos verificar todos eles, e por isso pode ser que algum deles não esteja na qualidade esperada. O vendedor até pode usar de alguns mecanismos, como a bandeja transparente, mas não resolve todas as dúvidas. Nesse caso, não há garantias ao consumidor, que assume o prejuízo se algum morango não estiver bom para o consumo. Por isso, o consumidor tenta escolher sempre as melhores bandejas. Para o vendedor, essa prática também é importante, porque se o consumidor consegue escolher, identificar a qualidade dos alimentos e confiar na compra, a tendência é que pague o preço justo, volte mais vezes e continue comprando e consumindo do mesmo vendedor.

### O que mudou na distribuição de alimentos no contexto da COVID-19?

As mudanças trazidas pela pandemia da COVID-19, quando se fala de distribuição de alimentos, se apresentam de diferentes maneiras em **supermercados** e **feiras livres**. Para evitar o contágio entre trabalhadores e consumidores, os Decretos Municipais e Estaduais publicados mostram que todos devem adotar medidas como:

- ✓ Distanciamento de no mínimo 2 metros entre as pessoas;
- ✓ Redução do horário de funcionamento;
- ✓ Limitar o número de pessoas de acordo com o tamanho dos estabelecimentos;
- ✓ Proibir a permanência de pessoas do grupo de risco;
- ✓ Uso de máscara obrigatório nos estabelecimentos;
- ✓ Uso de álcool em gel 70%.

Quando falamos da escolha dos alimentos pelos consumidores, pegar, tocar, cheirar e olhar de perto os produtos pode ser muito importante. Vimos que em **supermercados, a escolha dos alimentos ainda pode ser feita pelos consumidores**, inclusive com uso de álcool em gel na seção de hortifrúti, como determinado em um decreto municipal no Rio Grande do Sul. Entretanto, mesmo que a escolha ainda seja permitida, devemos considerar que os próprios consumidores podem ter receio em tocar os alimentos, e por isso podem fazer uma escolha mais rápida e tem mais dificuldade em “medir” a qualidade do que estão comprando.

Já em **feiras livres**, observando alguns decretos municipais do Paraná, São Paulo, Rio Grande do Sul e Santa Catarina, **a escolha dos alimentos por parte dos consumidores não é permitida**. Desse modo, apenas aos feirantes é permitido contato manual com os produtos: escolhem, embalam e pesam as frutas, legumes e verduras para o consumidor. O consumidor deve manter uma distância mínima de um metro das barracas e o único contato com o feirante é no pagamento. Como no exemplo dos morangos, aqui somente o feirante consegue escolher os produtos e ter acesso a certas informações sobre o produto. Caso, após a compra, o produto não tenha a qualidade esperada, e não exista nenhuma forma de garantia, o prejuízo é do consumidor.

**O que a teoria estudada diz sobre essa situação?** Nessas condições, a teoria diz que em momentos em que a escolha não pode ser feita pelo consumidor, é dever do vendedor deixar disponível o máximo de informações, expondo as “dimensões” do produto (atributos de qualidade) não rotineiramente apresentadas. O consumidor deve conseguir, de alguma maneira, avaliar a qualidade dos produtos e se sentir seguro em realizar a compra. Sendo assim, já que as coisas não são mais como antes, algumas ações podem ser sugeridas para feirantes e supermercados:

- ✓ Deixar os alimentos à mostra, com uma bancada limpa e organizada, de modo que o consumidor consiga facilmente identificar a qualidade dos alimentos, sem necessariamente precisar tocar em cada um deles;
- ✓ Realizar o reabastecimento com maior frequência para evitar que os produtos permaneçam por muito tempo expostos e percam qualidade;
- ✓ Expor informações sobre atributos do produto, como data de colheita, origem, maturação, frescor, sabor, particularidades da produção, dentre outros, que facilitem a comprovação da qualidade;
- ✓ Classificar os produtos para venda por diferentes faixas, definindo preços segundo os atributos de qualidade. Produtos com qualidade inferior podem ter seu preço reduzido, ou mesmo vendidos com promoções e descontos - o importante é mostrar a verdadeira qualidade do que está sendo oferecido ao cliente, e permitir que cada faixa de produto tenha o preço justo;
- ✓ Fazer uso de marcas, selos e certificações que remetem o consumidor à qualidade, desde de que isso de fato seja um indicativo de qualidade do produto (doçura da fruta, por exemplo);

- ✓ Em **supermercados**, disponibilizar os alimentos de modo que a escolha seja mais rápida e evite o contato excessivo - o uso de bancadas com menos produtos e frequentemente reabastecidas pode facilitar a visualização, evitando o toque;
- ✓ Oferecer segurança para a escolha de produtos pelo consumidor, higienizando superfícies e objetos de uso nas compras, e mantendo o álcool em gel disponível aos consumidores próximo às bancadas;
- ✓ Em **feiras livres**, expor os alimentos em menor quantidade nas bancadas, facilitando a visualização;
- ✓ Oferecer garantias (troca de produto, vale compra, vale desconto, entre outros), caso o consumidor se sinta insatisfeito com a qualidade do produto após a compra, como uma forma de criar confiança e fidelizar o cliente.

Essas ações são importantes para que o consumidor continue seguro em realizar suas compras sem se sentir lesado por ter a possibilidade de escolha e avaliação da qualidade dos produtos restrita. Além disso, são ações importantes também para que os feirantes e supermercados continuem vendendo e tendo a confiança dos seus clientes durante esse período e mesmo depois da pandemia. Por fim, como já visto [anteriormente](#), o consumo de alimentos nutritivos e de qualidade é essencial para o enfrentamento da pandemia e, neste momento, os comerciantes tem papel fundamental em garantir o acesso dos consumidores a esses alimentos.

#### Saiba mais:

[Barzel, Y. \(2005\). Organizational forms and measurement costs. Journal of Institutional and Theoretical Economics, 161, 357-373.](#)

[Leis criadas pelos municípios e Governo do Estado a respeito do novo Coronavírus \(COVID-19\).](#)

[DECRETO Nº 8.497, DE 24 DE ABRIL DE 2020 – Município de Campo Mourão-PR.\\*](#)

[DECRETO Nº 8.936, DE 08 DE ABRIL DE 2020 – Município de Santos-SP.\\*](#)

[DECRETO Nº 62, DE 24 DE MARÇO DE 2020 – Município de Santa Maria-RS.\\*](#)

[DECRETO Nº 9.561, DE 11 DE MAIO DE 2020. – Município de São Leopoldo-RS.\\*](#)

[DECRETO Nº 9.294, DE 6 DE ABRIL DE 2020. – Município de Ipatinga-MG.\\*](#)

[DECRETO Nº 8.575, DE 02 DE ABRIL DE 2020. – Município de Brusque-SC.\\*](#)

[DECRETO Nº 33.614 DE 13 DE ABRIL DE 2020. – Município de Recife-PE.\\*](#)

\*Os decretos são apenas algumas das referências utilizadas e seu teor se repete em outros municípios.

**Maringá, 16 de junho de 2020.**

#### Equipe:

Priscila Duarte Malanski

Amanda Ferreira Guimarães

Daniel Teixeira dos Santos Braz

Mariana Augusta de Souza

Mariela Meira Caunetto

Priscilla Tiara Torrezan Chaves

#### Coordenação

Prof. Dr. José Paulo de Souza (PPA/ UEM)

Profa. Dra. Sandra Mara de Alencar Schiavi (PPA/UEM, PCE/UEM)