

SUSTENTABILIDADE NA NUTRIÇÃO PET: DO CONCEITO A PRÁTICA

SUSTAINABILITY IN PET NUTRITION: FROM CONCEPT TO PRACTICE

Janine França¹ e Marcos Borges Santa Rosa²

^{1,2} Universidade Federal de Uberlândia, Faculdade de Medicina Veterinária

1. Introdução

Os alimentos para animais de estimação são formulados para atender às necessidades específicas de nutrientes nos diferentes estados fisiológicos de cães e gatos. A principal manipulação ocorre em nutrientes alvos necessários para sustentar a vida e otimizar o desempenho desses animais. Assim, o “melhor” ingrediente será parcialmente definido pela finalidade do alimento ou produto final (FRANÇA *et. al.* 2011). Porém, o setor de alimentos para animais de estimação, vem se diversificando nos últimos anos, com muitas opções de produtos no mercado. Esse fato se deve, a intensa relação homem-animal estabelecida entre tutor e o cão e/ou gato, e o valor afetivo e emocional atribuído a esses animais, bem como questões relativas a seu bem-estar, saúde e longevidade, promovendo diferentes formulações com ingredientes de origens diversas. Sendo assim, esses novos direcionamentos impactam na sustentabilidade de alimentos destinados a cães e gatos.

Aplicando o conceito de sustentabilidade para a produção de alimentos e ração, a sustentabilidade nutricional é a capacidade de um sistema de alimentação fornecer energia suficiente e nutrientes essenciais necessários para manter a boa saúde de uma população, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir as suas necessidades nutricionais (SWANSON *et. al.*, 2013). Entretanto, o conceito de sustentabilidade vai além de apenas um foco nutricional, envolvendo aspectos sociais, econômicos e ambientais. Muitos tutores atualmente, buscam por alimentos mais saudáveis para seus animais de acordo com sua filosofia de vida e estão dispostos a pagar pelo valor agregado do produto, sendo o sucesso do mercado *pet food* o resultado da aceitação e aquisição do produto pelo tutor. Assim é importante entender como o conceito da sustentabilidade impacta na elaboração de alimentos *pet* e de seu mercado consumidor.

2. Desenvolvimento

Um componente importante para assegurar as necessidades para bem-estar e longevidade de animais de estimação de forma sustentável no futuro, é a nutrição adequada. É indispensável avaliar se o sistema de produção *pet food* como um todo pode ser sustentável e apoiar a saúde e a nutrição da crescente população de *pets*, não só agora, mas no futuro (SWANSON *et. al.*, 2013). Conceitos de sustentabilidade podem ser aplicados a sistemas de alimentação. Um sistema de alimentação consiste de todos os aspectos da produção e consumo de alimentos, incluindo as suas implicações para a saúde (HARMON e GERALD, 2007). Portanto, a sustentabilidade é um processo complexo que envolve muitos aspectos desde questões econômicas, ambientais até a aceitação de produtos e/ou dietas pela sociedade (aspectos sociais e culturais). Direcionando esses aspectos para *pet food*, a sustentabilidade envolve ações da cadeia de produção animal e vegetal, tais como uso de práticas de bem-estar animal e de agrotóxicos, bem como a presença de contaminantes. Logo, as pressões dos mercados consumidores de produtos destinados a alimentação humana mais saudáveis também refletem em mudanças na alimentação de cães e gatos. O crescente mercado consumidor demanda por produtos cultivados localmente, frescos, seguro e sustentáveis, refletindo no surgimento de varejistas e mercados de agricultores, com maior variedade de alimentos naturais e sustentáveis. A mudança no comportamento de compra do consumidor oferece oportunidade para os pequenos agricultores produzirem alimentos sustentáveis e não convencionais, como ovos

especiais, carnes e peixes, frangos criados ao ar livre e queijo artesanal de cabra e/ou ovelha. Essa demanda dá oportunidade aos profissionais da cadeia agrícola de educar produtores sobre temas relacionados à nutrição animal, saúde e gestão, auxiliando no desenvolvimento de produtos inovadores que atendam aos desafios do setor e afetem a sustentabilidade (BALLAM, 2014).

Na atualidade, no setor *pet food*, os perfis de ingredientes e nutrientes para cães e gatos, são fortemente examinados pelos consumidores. A terminologia usada nos rótulos de alimentos destinados a animais de estimação também é importante, pois, muitos tutores preferem ingredientes semelhantes aos listados nos rótulos dos alimentos humanos (SWANSON e GODOY, 2016). Sabe-se que os alimentos para animais de estimação foram historicamente formulados com base no conteúdo de nutrientes, dado que, os animais têm requisitos específicos para nutrientes e não para ingredientes. No entanto, no setor *pet food*, há um foco maior pelos consumidores e fabricantes no uso de ingredientes especialmente integrais. Referindo-se aos alimentos para *pets*, um ingrediente tido como “todo” é definido como uma forma física que é “completa, inteira” (AAFCO, 2013). Um “subproduto” é simplesmente o termo para um ingrediente que é produzido em paralelo (secundário) a outro. É exatamente como qualquer outro ingrediente, no sentido de que seu “nome” não reflete sua qualidade nutricional, e assim, podem ser excelentes ingredientes utilizados em *pet food* e seu uso reduz o desperdício de alimentos ricos em nutrientes (AAFCO, 2013; SWANSON e GODOY, 2016).

Assim, termos utilizados no setor *pet food*, tais como: “subprodutos e de consumo humano”, podem afetar negativa ou positivamente o mercado consumidor. Para Bohrer (2011), existe um segmento de consumidores denominado LOHAS - *Lifestyles Of Health And Sustainability* (Estilos de Vida em Saúde e Sustentabilidade), comprometidos em incluir saúde, qualidade, impacto ambiental e sustentabilidade em suas opções de produtos. Muitas das mesmas tendências da alimentação humana estão tomando forma na alimentação de cães e gatos e, portanto, a qualidade dos ingredientes é um dos principais temas de *marketing*. As mesmas palavras e frases que muitos consideram nos alimentos que compram para si, são exploradas embora em graus diferentes, nos alimentos que compram para seus *pets*, tais como: orgânico, ingredientes de origem local e sustentável, criados ao ar livre, livres de grãos, sem conservantes e sem aditivos, frescos, tornando assim reivindicações.

Logo, esses ingredientes são a base do relacionamento do fabricante com seu consumidor (*pet*) e seu cliente (tutor), sendo sua reputação relacionada aos ingredientes utilizados, a qualidade do produto final e a satisfação de seus clientes (THOMPSON, 2008). Assim sendo, os impactos na sustentabilidade vão desde os componentes do alimento *pet* e seus possíveis efeitos na saúde, até sua aceitação e aquisição por seus tutores, tornando assim, o conhecimento desse conceito imprescindível.

As definições de sustentabilidade variam e para algumas partes, o termo abrange aspectos sociais e dimensões econômicas, onde ambiente, economia e sociedade (incluindo saúde e ética) juntos constituem os “três pilares da sustentabilidade”. No entanto, outros utilizam mais estritamente para se referir aos objetivos ambientais ou apenas como sinônimo de uma meta ambiental, como reduções da emissão de gases de efeito estufa. Definições estreitas e amplas vêm acompanhadas de problemas associados, tanto em simplificar as questões e os múltiplos objetivos para o sistema alimentar, quanto em definições muito amplas que tendem a não ter especificidade significativa (GARNETT, 2014). Por exemplo, a definição de dietas sustentáveis recomendada pela Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) é: “*dietas com baixo impacto ambiental que contribuem para segurança alimentar e nutricional e vida saudável para as gerações presentes e futuras. Dietas sustentáveis são protetoras e respeitam a biodiversidade e os ecossistemas, culturalmente aceitáveis, economicamente justa e acessível; nutricionalmente adequada, segura e saudável; enquanto otimiza os recursos naturais e humanos*” (BURLINGAM e DERNINI, 2012). Embora seja certamente difícil discordar dessa definição, isso sugere que esses múltiplos “bons/corretos” sejam sinérgicos, quando inevitavelmente haverá compensações entre esses elos. Por além do foco ambiental restrito, sabe-se muito menos sobre a complexa relação entre objetivos nutricionais, ambiental e fatores sociais e objetivos econômicos. Além disso, fatores sociais e econômicos são extremamente difíceis de harmonizar, ocorrendo possíveis

sinergias entre adequação nutricional, sustentabilidade ambiental e certas condições econômicas, porém, com influência nesse equilíbrio da ideologia de cada pessoa (GARNETT, 2014).

Comparando as atitudes de pessoas que possuem *pets* e as que não possuem quanto ao bem-estar dos animais na pecuária intensiva, Pirsich e Theuvsen (2017), verificaram que, os tutores de *pets* não têm apenas uma atitude significativamente mais crítica quanto à pecuária intensiva, mas também, estão mais interessados em produtos carneos oriundos de animais criados em sistemas adequados de bem-estar animal, com maior disposição para pagar pelo valor agregado desses produtos, sendo um grupo alvo interessante para produtos da pecuária mais “amiga” do animal. De acordo com Boya *et al.* (2015), existe um segmento entre tutores de cães que possui ênfase particular em aspectos especiais de saúde e qualidade dos alimentos *pet* e que não é sensível ao preço.

3. Conclusões

Aplicando o conceito de sustentabilidade na nutrição *pet*, o que se vê na prática são muitos fatores que norteiam esse mercado e conceito, desde a cadeia agrícola, dos quais seus componentes são utilizados na elaboração do alimento *pet*, a forte influência dos efeitos do alimento na saúde, longevidade e bem-estar de cães e gatos, bem como, das filosofias de vida dos seus tutores, que modulam o mercado consumidor e estão cada vez mais dispostos a pagar pelo valor agregado do produto final.

Referências bibliográficas

- ASSOCIATION OF AMERICAN FEED CONTROL OFFICIALS. Feed terms and ingredient definitions. In: Association of American Feed Control Officials official publication. Oxford, 2013; 336–460.
- BALLAM, G. Sustainability of nontraditional companion animals. (Abstr.) J. Anim. Sci. 92(E-Suppl. 2); 2014; p.94.
- BOHRER, T. Pet Food Packaging: Evolution, Revolution & Innovation. Paper, Film and Foil Converter; Chicago, 19, 2011.
- BOYA, U. O., DOTSON, M. J., HYATT, E. M. A comparison of dog food choice criteria across dog owner segments: an exploratory study. Int. J. Consum. Stud. 2015; 39:74–82.
- BURLINGAME, B., DERNINI, S. (2012). Sustainable Diets and Biodiversity: Directions and Solutions for Policy, Research, and Action. International Scientific Symposium, Biodiversity, and Sustainable Diets United Against Hunger, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) Headquarters, Rome, Italy, 2010.
- FRANÇA, J.; SAAD, F.M.O.B.; SAAD, C.E.P. et al. Avaliação de ingredientes convencionais e alternativos em rações de cães e gatos. Rev. Bras. Zootec., v.40, p.222-231, 2011.
- GARNETT, T. What is a sustainable healthy diet? A discussion paper. Food Climate Research Network, April 2014. Disponível em: < www.fcrn.org.uk > . Acessado em: out.2019
- HARMON, A. H.; GERALD, B. L. Position of the American Dietetic Association: Food and Nutrition Professionals Can Implement Practices to Conserve Natural Resources and Support Ecological Sustainability. Jn. of the American Dietetic Assoc., v.107, n.6, p.1033-43. 2007.
- PIRSICH, W.; THEUVSEN, L. The Pet Food Industry: An Innovative Distribution Channel for Animal Welfare Meat? Proc. in System Dynamics and Innovation in Food Networks 2017, 257-268.
- SWANSON, K. S., CARTER, R. A., YOUNT, T. P., et al. Nutritional sustainability of pet foods. Adv. Nutr. 2013; 4:141–150.
- SWANSON, K. S.; GODOY, M. R. C. Rendered Products in Pet Food: Delivering protein and sustainability. Render Magazine. December 2016. p.18-19.
- THOMPSON, A. Ingredients: where pet food starts, Top Companion Anim. Med. 23:127–132, 2008