

Eixo Temático 01-018 - Gestão Ambiental

BARREIRAS ENCONTRADAS NA COMPRA DE PRODUTOS ORGÂNICOS NUM SUPERMERCADO DE NATAL/RN

Josiane Rodrigues Eugênio; Jane Lúcia Soares Pereira; Micarla Bezerra da Silva; Robson Garcia da Silva

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo apontar as principais barreiras encontradas para a compra de produtos orgânicos. A metodologia adotada foi composta por pesquisas virtuais, bibliográficas e em campo. Na pesquisa de campo foram realizadas entrevistas contendo 10 perguntas, com 20 consumidores. No supermercado nordestão, localizado na av: Senador Salgado filho, Natal, RN. Como resultados observou-se que os selos ambientais de produtos orgânicos são pouco conhecidos pelos consumidores e que a maior barreira encontrada pelos consumidores na compra de produtos orgânicos é o custo alto dos produtos.

Palavras-chave: cotidiano; pesquisa; rotulagem ambiental tipo 1

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos aumentou a preocupação da sociedade em consumir produtos saudáveis e sustentáveis ambientalmente. A rotulagem ambiental ou selo verde é um mecanismo adequado que apresenta menor impacto no meio ambiente em relação a outros produtos comparáveis disponíveis no mercado. O Brasil possui, desde 1993, o selo de Qualidade Ambiental da associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), representante da ISO. Mas, no Brasil são conhecidos especialmente os selos dos produtos orgânicos e as duas principais instituições que realizam esta certificação no país é a Associação da Agricultura Orgânica - AAO e o Instituto Biodinâmico – IBD, este último tem certificado um maior número de produtos em relação ao primeiro. Existem diversos tipos de selos ou rótulos e vários aspectos para a sua diferenciação. Buscando estabelecer uma classificação dos diferentes tipos de rótulos ambientais, a ISO 14020 os dividiu em três categorias Tipo I, II, III. A abordagem do nosso trabalho será com a Rotulagem ambiental tipo I Rótulos ambientais certificados NBR ISO 14024. Esta Norma “estabelece os princípios e procedimentos para o desenvolvimento de programas de rotulagem ambiental, incluindo a seleção de categorias de produtos, critérios ambientais dos produtos e características funcionais dos produtos, e para avaliar e demonstrar sua conformidade. Esta Norma também estabelece os procedimentos de certificação para a concessão do rótulo”.

OBJETIVO

A procura por alimentos saudáveis nos últimos tempos aumentou junto com a preocupação da sociedade em consumir produtos saudáveis e sustentáveis ambientalmente uma tendência que vem se consolidando e os métodos orgânicos é um bom exemplo por não possuir a utilização de agrotóxicos ou adubação química, também não podem oferecer qualquer tipo de risco ao meio ambiente. O trabalho irá abordar em forma de entrevista a relação do consumidor de produtos orgânicos com a rotulagem

ambiental tipo I. O objetivo foi apontar barreiras encontradas na compra de produtos orgânicos, no supermercado Nordesteão, Natal/RN. O trabalho justifica-se em esclarecer a estas questões.

METODOLOGIA

A metodologia usada é qualitativa e exploratória e procedida por pesquisas virtuais, bibliográficas e pesquisa de campo por meio de entrevistas, contendo 10 perguntas. Foram escolhidas 20 pessoas aleatoriamente no supermercado nordestão da AV: Senador Salgado filho, Natal, RN. Abordando questões como: quais as dificuldades encontradas para o consumo dos produtos orgânicos, se os consumidores sabe identificar rótulos ambientais tipo I, a importância dos produtos orgânicos para o meio ambiente entre outras. A entrevista foi feita de forma primária, ou seja, contato direto com os entrevistados em 07 de junho de 2014. O tempo da coleta dos dados foram duas horas a seguir fomos analisar os resultados. Vejamos a seguir as questões que os consumidores responderam.

Nome			
Sexo	Feminino	Masculino	
Renda	01 salario	01-02 salario	03 ou mais salários
Escolaridade	Fundamental	Médio	Superior
Costuma comprar produtos orgânicos	Frequente	Veza em quando	Nunca
O que faz você optar por produtos orgânicos	Boa qualidade	Conscientização ambiental	
Costuma ler rótulos	Sim	Não	
O que chama sua atenção nos rótulos dos produtos	Embalagem	Aparência dos produtos	Rotulo ambiental
Sabe identificar produtos com o selo verde	Sim	Não	
Quais dificuldades encontradas para o consumo dos produtos orgânicos	Pouca variedade	Preços altos	Falta de informação
Sabe a importância dos produtos orgânicos para o meio ambiente	Sim	Não	

RESULTADOS E DISCUSSÕES

No Brasil, os consumidores começam a se preocupar com as questões ambientais, em parte influenciados pela mídia que divulga os efeitos dos descasos em relação ao meio ambiente e outros órgãos podem formar um mercado mais exigente e preocupado com os impactos ambientais das atividades econômicas existentes. Os países em desenvolvimento são pressionados ou mesmo “obrigados” a adotar programas de rotulagem, não como os primeiros, visando o mercado interno, mas principalmente, devido ao fato de serem discriminados a ponto de ficar fora do comércio internacional.

A partir da metodologia adotada estes são os principais resultados do trabalho da pesquisa de campo. Foram entrevistadas 20 pessoas na faixa etária de 20 a 65 anos, quatro homens e dezesseis mulheres um percentual de 80% mulheres e 20% homens constatando que ainda é muito forte a presença feminina nos supermercados.

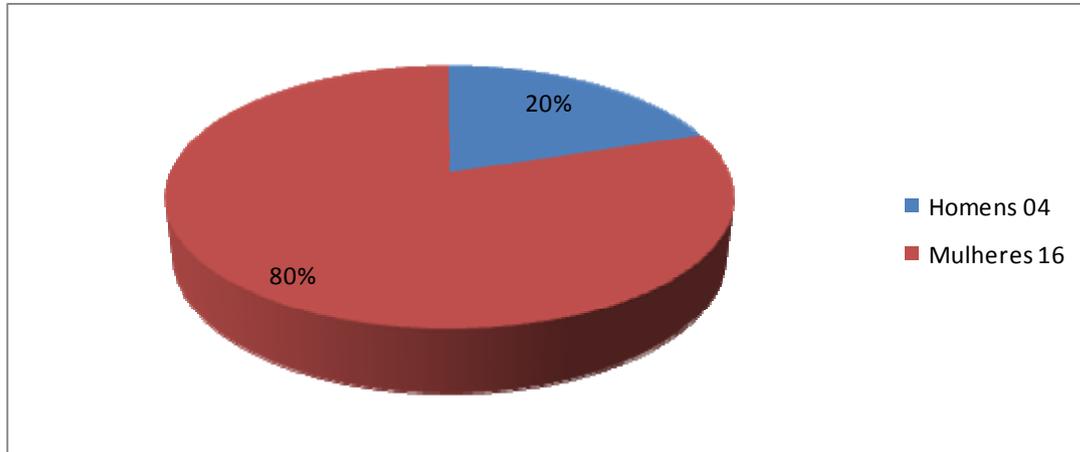


Figura 1. Quantidade de homens e mulheres entrevistados. Fonte: Eugênio e Pereira (2014).

O nível de escolaridade dos consumidores está elevado. O resultado era esperado por ser um ambiente onde o desenvolvimento econômico é alto. 17 pessoas com o nível superior e apenas três pessoas com nível médio e nenhum com nível fundamental. Veja o percentual no gráfico a seguir:

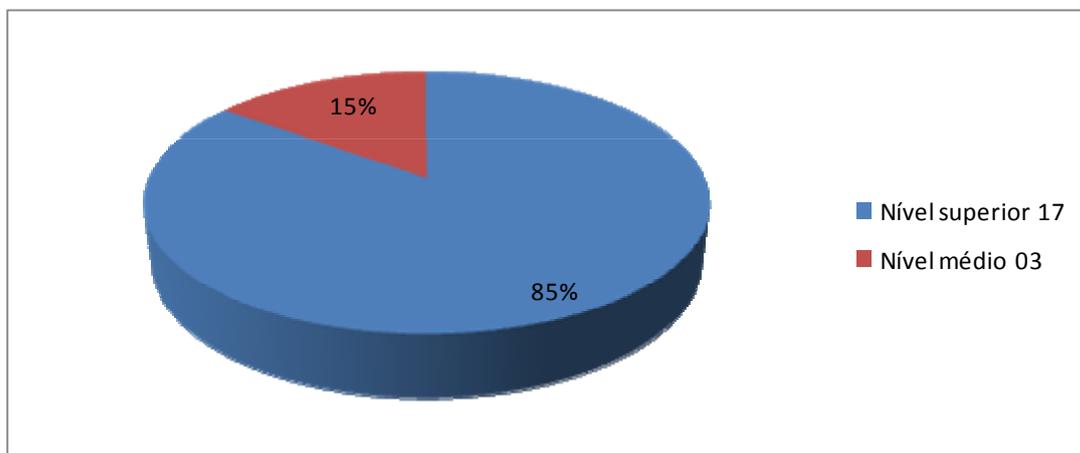


Figura 2. Nível de escolaridade dos entrevistados. Fonte: Eugênio e Pereira (2014).

A grande maioria dos entrevistados tem a renda mensal acima de 03 salários mínimos. Das 20 pessoas apenas duas ganham um salário mínimo, cinco ganham de 02 a 03 salários e treze acima de três salários mínimos. Um dos fatores que pode explicar esse fato é a localização do supermercado, o mesmo se localiza na zona sul da cidade de Natal, RN, zona com maior poder aquisitivo da capital do Estado do RN. Veja o gráfico a seguir:

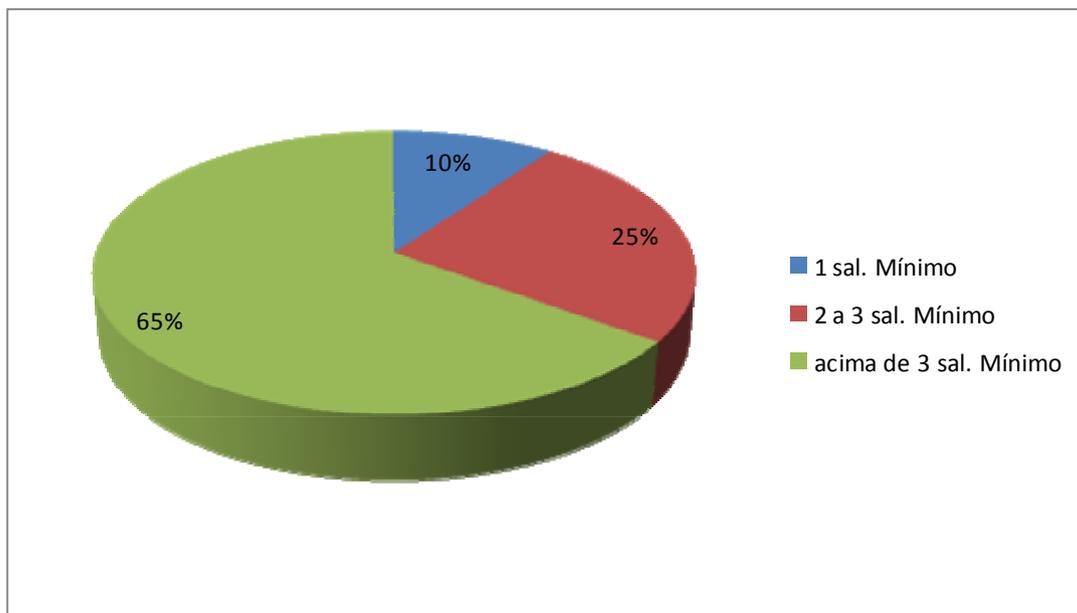


Figura 3 - Renda mensal dos entrevistados. Fonte: Eugênio e Pereira (2014).

Os consumidores do supermercado nordestão, localizado na Avenida Senador Salgado filho, responderam que costumam comprar com frequência os produtos orgânicos, porém quando perguntado sobre a rotulagem ambiental e se conheciam os selos ambientais tipo I a maioria responderam que desconheciam e os que afirmaram saber confundiram-se com selos do tipo II, apenas duas pessoas mostraram credibilidade ao dizer que conheciam o selo. Veja o gráfico a seguir:

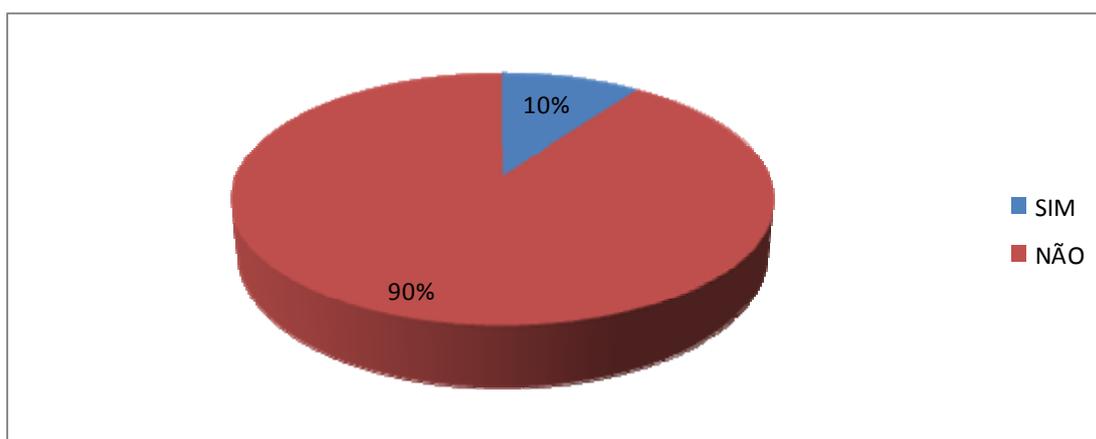


Figura 4. Identificação do rotulo ambiental tipo I. Fonte: Eugênio e Pereira (2014).

O que leva os consumidores entrevistados a optarem pelos produtos orgânicos com o selo ambiental são a boa qualidade e a aparência do produto, muitas pessoas procuram os produtos orgânicos para ter um melhor resultado em dietas e reeducação alimentar. A conscientização ambiental ficou em último caso, pois deram pouca importância a essa questão. Veja o gráfico a seguir.

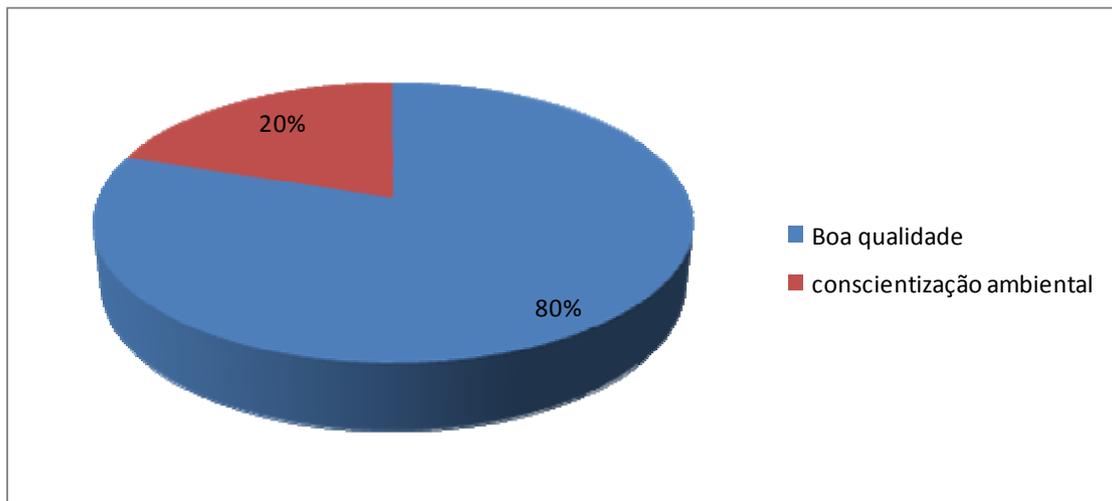


Figura 5. Relação dos consumidores com o rótulo ambiental. Fonte: Eugênio e Pereira (2014).

As principais dificuldades encontradas para o consumo dos produtos orgânicos com rótulos ambientais são poucas variedades dos produtos, falta de informação e principalmente o preço alto em relação aos produtos convencionais segundo os entrevistados. Porém como já foi dito a maioria costuma optar pelos produtos orgânicos afirmando que faz a diferença na saúde e que os produtos não contêm agrotóxicos. Gráfico a seguir:

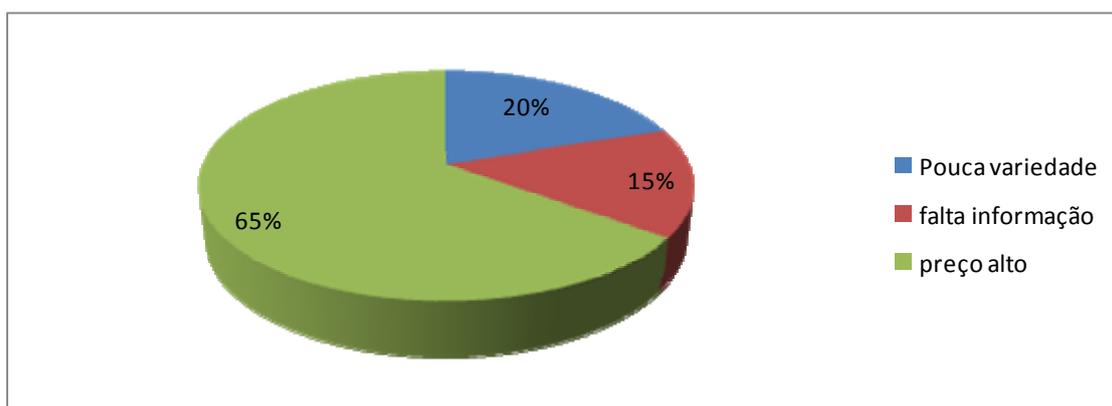


Figura 6. dificuldades encontradas para consumo de produto orgânico. Fonte: Eugênio e Pereira (2014).

Os entrevistados mostraram um grande interesse na leitura dos rótulos dos produtos. O percentual é de 85% para as pessoas que leem rótulos de produtos e preocupando-se em saber se estão adquirindo um produto de boa qualidade nutricional e priorizando hábitos saudáveis. Apenas 15% afirmaram não se interessarem em ler os rótulos dos produtos. Gráfico a seguir:

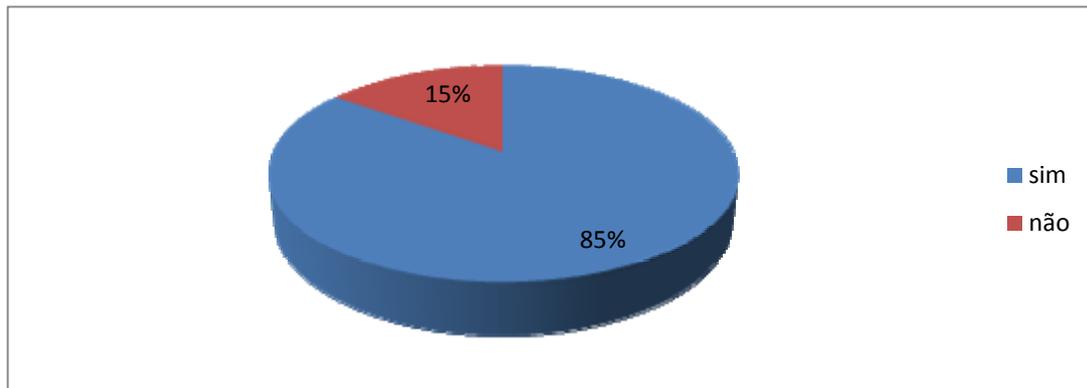


Figura 7. Entrevistados que leem os rótulos dos produtos. Fonte: Eugênio e Pereira (2014).

Em relação a consumir os produtos orgânicos com selos ambientais pela sua importância para o meio ambiente, o resultado foi equilibrado. Nove pessoas afirmaram não se preocupar com essa questão e adquiriam os produtos pelo o que iam oferecer de bom para elas, e onze pessoas disseram que sua preocupação e também com o meio ambiente por causar menor impacto ambiental. Gráfico a seguir:

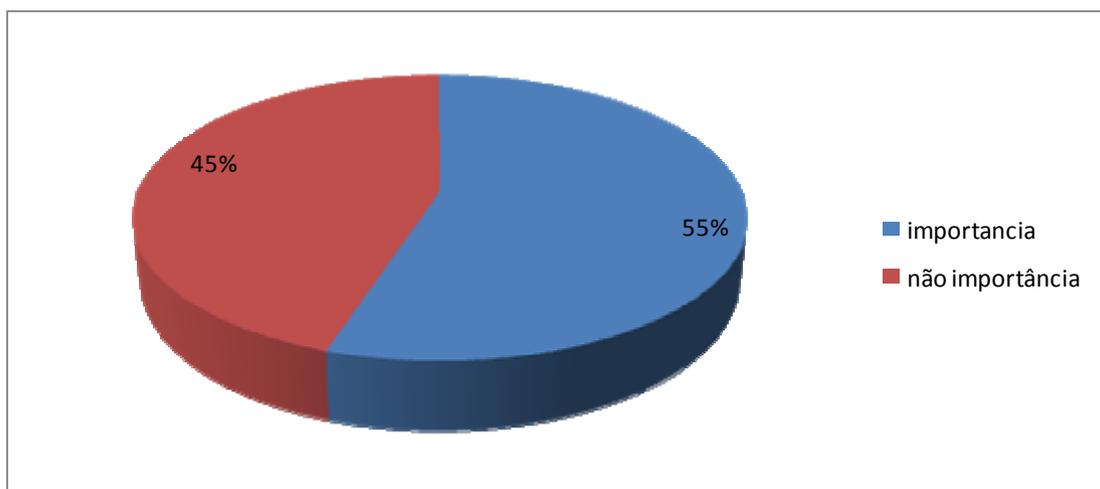


Figura 8. Importância dos produtos com selos verdes para o meio ambiente. Fonte: Eugênio e Pereira (2014).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho procurou transmitir a relação dos consumidores de produtos orgânicos com a rotulagem ambiental tipo I, pois produtos com rótulos ambientais é um mecanismo de suma importância para o desenvolvimento sustentável, pois reflete um alto grau de confiança. É preciso maior divulgação dos meios de comunicação em massa principalmente, a televisão e a internet, os meios mais acessados pela população brasileira, para uma conscientização mais ampla e eficaz. A entrevista mostrou que apesar da maioria das pessoas terem nível superior e um salário mais elevado na hora de identificar a rotulagem ambiental está faltando conhecimento sobre o assunto. As dificuldades existem como a falta de informação, preços altos, entre outros como

estabelecer um padrão de comparação entre os produtos de uma mesma categoria que integre todos os aspectos ambientais.

REFERÊNCIAS

- NAHUZ, M. A. R. O Sistema ISO 14000 e a Certificação Ambiental. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.35, 1995.
- CORREA, L. **BCGD-Comércio e Meio Ambiente**: atuação diplomática brasileira em relação ao selo verde, Brasília: Instituto Rio Branco, 1998.
- NASCIMENTO, L.F. **Rotulagem Ambiental**. 2002. Disponível em: <<http://www.disciplinas.adm.ufrgs.br/engambiental/download/Aula%206-%20selos.ppt>>. acesso em: 19 dez. 2002.
- BAENA, J. C. **Reflexos dos programas de rotulagem ambiental sobre as exportações brasileiras para a União Europeia**. 2000. Dissertação (Mestrado em Economia) - Instituto de Ciências Humanas. Universidade de Brasília, Brasília, 2001.
- Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR ISO 14020: rótulos e declarações ambientais: princípios gerais**. Rio de Janeiro, 2002.
- CEMPRE. **O que é rotulagem ambiental?** 1999. Disponível em: <<http://www.cempre.org.br/informa/jul99pergunta.htm>>. Acesso em: 19 dez. 2002
- GADE, C. **Psicologia do Consumidor e da propaganda**. São Paulo: EPU, 1998.
- CHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. L. **Comportamento do consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- STERNBERG, R. J. **Psicologia cognitiva**. Porto Alegre: Artmed, 2000.
- BARROS, J. D. S.; FREITAS, L. S. Rotulagem ambiental; estudo sobre fatores de decisão de compras produtos orgânicos, VII simpósio de excelência em gestão e tecnologia, Universidade Federal de Campina Grande, 2010.