

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

25 a 28 de setembro de 2018 - Naviraí - MS



ROTULAGEM AMBIENTAL DE PRODUTOS ORGÂNICOS: UM ESTUDO SOBRE A PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR A PARTIR DO DESENVOLVIMENTO HUMANO

ELIZANDRA SANCHES HONORATO

**Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) – Nova Andradina
elisanchesh@gmail.com**

MARCELO WILSON BERBONE FURLAN ALVES

**Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) – Nova Andradina
marcelo.furlan@ufms.br**

ELINGTON SANTOS ANDRADE

**Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) – Nova Andradina
elingtonandrade94@gmail.com**

RESUMO

O objetivo deste trabalho é argumentar a importância de analisar a percepção do consumidor sobre rotulagem ambiental a partir do seu desenvolvimento humano. Para isso, são abordados conceitos de rotulagem ambiental e suas características na percepção dos consumidores. Em seguida, são abordadas quais são os parâmetros para verificar o desenvolvimento humano do indivíduo: liberdade política, segurança protetora, oportunidades sociais, garantias de transparência e facilidades econômicas. Dessa forma, entende-se que políticas públicas possam utilizar dos resultados deste trabalho para promover o desenvolvimento humano e adequar os rótulos ambientais de acordo com a percepção do indivíduo.

Palavras-chave: Desenvolvimento Humano; Rotulagem Ambiental; Consumidor; Economia do Bem-estar.

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

25 a 28 de setembro de 2018 - Naviraí - MS



O Desenvolvimento Sustentável tal como foi definido destaca a relação entre consumo sustentável e uso consciente de recursos naturais pelos indivíduos de todo o mundo (PELENC et al., 2013). É dessa responsabilidade individual e da urgência que, segundo Araújo et al. (2016), “a utilização dos termos desenvolvimento sustentável, sustentabilidade, consumo verde, consumo sustentável, produtos ecológicos, dentre outros é cada vez mais frequente, sendo comum identificar estes e outros termos nos mais variados empreendimentos e produtos do mercado”.

O Estado de Mato Grosso do Sul conta com uma política pública, de certificação de Carne Orgânica e Sustentável. “A implementação dessa política, foi realizada pela Semagro – Secretaria de Estado de Meio Ambiente, Desenvolvimento Econômico, Produção e Agricultura Familiar – em fevereiro de 2018, com o intuito de aproveitar um nicho de mercado e abrir novas oportunidades de negócio para o Estado [...]” (SAMAGRO, 2018).

Diante deste contexto, o objetivo desta certificação é informar o consumidor sobre a produção da carne bem como suas origens. Portanto, é interessante analisar a percepção do consumidor, quando este verifica o rótulo ambiental dos produtos.

Entretanto, o consumidor possui suas preferências particulares, que podem variar de acordo com suas liberdades individuais frutos do seu desenvolvimento humano. Segundo Sen (2013, p.12) “O efeito geral é integrar a ideia de sustentabilidade à perspectiva da liberdade, de modo que vemos os seres humanos não apenas como criaturas que têm necessidades, mas principalmente como pessoas cujas liberdades são importantes. ”

Dessa forma, este trabalho tem como objetivo analisar a percepção de consumidores de carne bovina com rótulos ambientais certificados pelo Estado de Mato Grosso do Sul, a fim de entender qual é a influência do desenvolvimento humano para tal percepção.

É necessário analisar a importância da rotulagem ambiental, pois, “como um veículo de informação, o rótulo é também uma forma de ofertar o alimento ao consumidor, e influenciar na sua escolha” (PEYERL; DE MATOS, 2012).

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

25 a 28 de setembro de 2018 - Naviraí - MS



Quando se trata o comportamento do consumidor no momento da escolha de um produto, “O comportamento do consumidor está vinculado às percepções, atitudes e crenças envolvidas nas relações de negócio, como vendas e negociação. As decisões também podem ser influenciadas pela presença dos grupos de influência, relação com o ambiente natural ou transformações econômicas” (DE DEUS; FELIZOLA; SILVA, 2010)

As cinco liberdades instrumentais, propostas por Amartya Sen, são tipos de liberdades que servem de instrumentos para que o indivíduo aumente a sua liberdade substantiva total, e que tenha esse efeito de completar com umas às outras.

As liberdades políticas, tem a influencia na escolha do consumidor por produtos orgânicos, à medida que as autoridades possibilitem a abrangência dos direitos a liberdade de escolha do consumidor, não oferecendo censura e incluindo os direitos que são associados às democracias.

Quando se trata de facilidades econômicas, são as oportunidades que cada indivíduo, possui para utilizar os recursos econômicos, para consumir determinado produto.

Tratamos de oportunidades sociais, todas as disposições que influenciam a liberdade do indivíduo para viver melhor, seja na área de educação, saúde. Com isso, a participação dos indivíduos em atividades econômicas e políticas é mais efetiva.

A garantia de transparência, refere-se ao nível de confiança que podem-se esperar mutuamente dos indivíduos, além direito à informação em todos os níveis. Havendo transparência por parte das empresas e governos, para produtos orgânicos, a confiabilidade para o consumo é aumentada.

Com a segurança protetora, o Estado promove ações, impedindo que o indivíduo não sofra com fome, sede ou até perecer. Oferecendo alimentar bem a população e de forma saudável.

“Cada um desses tipos distintos de direitos e oportunidades ajuda a promover a capacidade geral de uma pessoa. Eles podem ainda atuar complementando-se mutuamente. As políticas públicas visando ao aumento das capacidades humanas e das liberdades substantivas em geral podem funcionar por meio da promoção dessas liberdades distintas, mas inter-relacionadas” (SEN, 1999, p. 24).

Por fim, reitera-se que é necessário analisar a percepção de consumidores de uma forma ampla. Buscando entender qual é a influência do desenvolvimento humano para tal percepção, possibilita compreender perspectivas, que influências diante do processo da escolha do

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

25 a 28 de setembro de 2018 - Naviraí - MS



consumidor, principalmente nos casos dos produtos que possuem Rotulagem Ambiental e Sustentável. Até o presente momento, é realizada uma pesquisa de caráter empírico com a utilização de método quantitativo.

REFERÊNCIAS

SEN, A. The Ends and Means of Sustainability. *Journal of Human Development and Capabilities: A Multi-Disciplinary Journal for People-Centered Development*, vol. 14, n.1, p. 6-20.

PELENC, J. L.; LOMPO, M. K.; BALLEST, J.; DUBOIS, J. L. Sustainable human development and the capability approach: Integrating environment, responsibility and collective agency. *Journal of Human Development and Capabilities*, v. 14, n. 1, p. 77-94, 2013.

SEN, A. *Development as freedom*. First Ed. Oxford Paperbacks, Oxford, 1999.

ARAÚJO, R. S.; DIAS, S. L. F. G.; PAGOTTO, E. Rotulagem Ambiental e Greenwashing: análise de discursos e práticas empresariais. **XVIII Anais Engema-Encontro Internacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente**, São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://engemausp.submissao.com.br/18/anais/arquivos/154.pdf>> Acesso em: 30 julho 2018

SECRETARIA DE MEIO AMBIENTE, DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, PRODUÇÃO E AGRICULTURA FAMILIAR (SEMAGRO). **Carne Sustentável e Orgânica do Pantanal abre novas oportunidades para MS**. Disponível em: <<http://www.semagro.ms.gov.br/carne-sustentavel-e-organica-do-pantanal-abre-novas-oportunidades-para-ms/>>. Acesso em: 01 maio. 2018.

DE DEUS, N. S.; FELIZOLA, M. P. M.; SILVA, C. E. O consumidor socioambiental e seu comportamento frente aos selos de produtos responsáveis. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 1, n. 1, p. 32-54, 2010.

PEYERL, F. F.; DE MATOS, K. H. O.. Avaliação da legislação aplicada a rotulagem de alimentos embalados no Brasil e na Nova Zelândia. **Revista E-Tech: Tecnologias para Competitividade Industrial**, p. 14-25, 2012.