

O CONSUMIDOR CONSCIENTE E OS PRODUTOS NATURAIS ECOLÓGICAMENTE CORRETOS NO MERCADO CONSUMIDOR DE ALIMENTOS DA CIDADE DE FRANCA. UM SIMPLES FATO OU UMA TENDENCIA?

Fernanda Silva Peixoto
Giovana Rodrigues
Marília Derminio de Barros
Michele Aparecida Lara Ribeiro
Orivaldo Donzelli

Resumo

As questões ambientais vêm sendo vistas como um assunto polêmico, já que a industrialização a urbanização e a globalização têm causado sérios impactos ao meio ambiente, e a qualidade de vida, devido a produção de produtos em massa, como os alimentos que são produzidos com aditivos químicos, agrotóxicos, com alterações genéticas, os transgênicos, poluindo o solo, lençóis freáticos, produzindo alimentos com menos valor energético, nutritivo e contaminados o que causam várias doenças, as quais podem levar até a morte, decorrente desta problemática surgem vários estudos como o caso dos alimentos funcionais que estabilizam a saúde e podem até curar doenças. Percebemos que o consumidor vem se preocupando cada vez mais com sua alimentação e também com o meio ambiente. Dessa forma vem surgindo o consumidor consciente que busca um equilíbrio entre a satisfação pessoal e a preservação ambiental obtendo resultados satisfatórios para a sociedade e o meio ambiente. A educação alimentar tem grande influência na satisfação pessoal do consumidor consciente, pois é possível evitar desperdícios, excesso alimentar e também ajudar a reduzir a carência da população.

Palavras-chave: Gestão Ambiental, Desenvolvimento sustentável, Contaminação dos alimentos, Produtos ecológicos, Produtos naturais e Consumidor consciente.

Introdução

Nos últimos tempos, a ação do homem na natureza tem des-

pertado a preocupação do homem com o meio ambiente e sua própria saúde. Passaram a existir novas empresas que incorporaram esse conceito em seus processos criando produtos alimentícios naturais ecologicamente corretos.

As empresas do setor comercial submetidas a ações inovadoras buscam com o comprometimento diante da ecologia e alcançar seu objeto final, o lucro atuando em um mercado único e específico a fim de obter além de um diferencial competitivo, um empreendimento essencial a manutenção da vida.

A preservação da vida também esta ligada as escolhas das alternativas de consumo expostas no mercado. Logo, o consumo implica em utilizar e descartar fato que deve ser considerado um ato de cidadania que envolve educação, informação e viabiliza o processo de decisão de compra do consumidor tornando o consciente.

O tema é relevante, pois engloba o consumidor e sua relação com a credibilidade dos produtos, a comercialização desses o meio ambiente, pesquisa e desenvolvimento que juntos leva o plano de ações mercadológicas.

O objetivo final dessas ações é a compreensão da participação do consumidor consciente no mercado de alimentos naturais e ecológicos identificando os valores dos comércios e do próprio produto para com o ambiente e a sociedade, sustentando a confiabilidade dos processos mercadológicos e visando uma perspectiva de crescimento e tendência para os próximos anos.

A classificação da pesquisa será quanto aos fins descritiva e explicativa. Quanto aos meios classificasse como investigação ex post facto, bibliográfica, telematizada e pesquisa de campo no comercio de produtos alimentícios na cidade de Franca.

O desenvolvimento do tema foi motivado pela ideia de que as empresas podem obter sucesso com a utilização da gestão ambiental através de novos processos comerciais a fim de proporcionar o bem social e contribuir para a diminuição da agregação a saúde e ao meio ambiente. As informações abordadas são importantes, pois correlacionam os produtos naturais ecológicos a decisão de compra do consumidor consciente, beneficiando toda a sociedade, e objetivando um mercado promissor.

I Problemas Ambientais

I.1 A crise ecológica

No final do século XX, as preocupações ambientais ganharam forças, em decorrência de uma possível e irretratável crise ecológica. Afirma-se que a causa desses problemas são por questões demográficas em relação a crescente concentração de pessoas e conseqüentemente, um consumo intensivo (abusivo), logo, a utilização de tecnologias e processos produtivos incompatíveis com a preservação ambiental.

O crescimento e a concentração da população levaram as cidades à expansão, ocupando zonas ambientais, devido ao surgimento da sociedade industrial. Assim, o alto consumo de energias não renováveis, matérias primas e o trabalho humano exploratório desencadearam a crise ecológica.

Após a Revolução Industrial, a exploração da natureza se tornava cada vez maior, devido ao pensamento de que os recursos eram ilimitados e disponíveis a todos e a qualquer hora, considerando a natureza como objeto de transformação e manipulação aos interesses da humanidade.

Dentre os problemas ambientais que compõem a crise ecológica podemos citar: o efeito estufa, a degradação da camada de ozônio, a diminuição da diversidade dos animais, destruição dos ecossistemas, poluição do ar, da água e do solo, mudanças climáticas, etc. Para Barbieri (2004, p.33):

Entre os problemas decorrentes do aumento da temperatura, estão as mudanças nos regimes de chuvas e de circulação do ar, bem como o aumento da frequência de turbulências climáticas como furacões e maremotos. A intensificação das chuvas em certos locais e das secas em outros são algumas conseqüências previstas nos modelos de clima global.

Assim, pode-se concluir que a crise é decorrente da cultura, valores, atitudes do comportamento humano, visto sua consciência de

poder e dominação da natureza, ao invés de vê-la como complemento essencial a sobrevivência.

1.2 Gestão ambiental

Foi diagnosticado que a natureza não possuía suporte para a exploração em massa, e muitos recursos que não acompanham o padrão de tempo humano, ou seja, podem demorar séculos para se renovarem. Surge então uma mobilização em relação ao meio ambiente, que é basilar ao desenvolvimento da gestão ambiental.

Gestão ambiental pode ser definida como a habilidade de gerenciar, ou administrar os recursos ambientais de forma racional, selecionando as melhores técnicas de desenvolver as atividades humanas, sem comprometer, a biodiversidade de acordo com o rendimento sustentável, ou seja, a quantidade anual a qual pode ser extraída pelo homem, que não comprometa a reprodução de determinada espécie, atingindo o rendimento máximo sustentável, equilíbrio entre retirada e reposição.

Com a Gestão ambiental, muitas empresas inovam seus processos produtivos para melhorar seus produtos que causavam impactos ao meio ambiente, implantaram programas de educação ambiental para funcionários e comunidade, visando à otimização das mesmas, tornando-se um referencial de excelência e qualidade no mundo dos negócios.

1.3 Desenvolvimento sustentável

Desenvolvimento Sustentável é satisfação das necessidades do presente, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer as suas necessidades.

Os conceitos de conservação e preservação estão diretamente ligados com os pressupostos do desenvolvimento sustentável, pois a conservação está implícita ao uso racional de qualquer recurso, supondo ter conhecimentos de forma a obter rendimentos viáveis financeiramente sempre garantindo sua renovação e auto-sustentação. A preservação é mais restrita, tendo a ação de proteger contra danos e destruição, áreas geográficas, espécies ameaçadas de extinção.

A partir de 1980, o governo passou a publicar uma série de re-

gulamentos proibindo a poluição industrial, ocasionando progressivas mudanças na área de negócios das empresas, principalmente nos processos produtivos, levando a uma reavaliação das teorias existentes, que ocasionou uma visão que existe a necessidade de um processo de partida para a teoria do desenvolvimento sustentável, envolvendo varias áreas, a economia, ecologia e política simultânea.

2. Contaminação dos alimentos

Os alimentos, fonte necessária a vida, muitas vezes relacionado diretamente ao fator determinante de uma boa saúde, com a evolução das indústrias, e modificações do clima, são um tema preocupante, referente à sua qualidade.

Pouco se sabe, mas segundo BERNADETTE; SILVA, os alimentos apresentam vários perigos, eles podem decorrer de seus componentes tóxicos naturais, da contaminação involuntária, e algumas falhas durante seu processo de industrialização.

Os compostos tóxicos naturais são decorrentes de sua estrutura química, na maior parte dos alimentos os efeitos tóxicos naturais são eliminados em seu preparo, cozimento, fritura, torrefação, e outros apenas são prejudiciais quando ingeridos em excesso ou freqüência.

Os alimentos podem ser contaminados por substancias encontradas no ambiente, durante a combustão em alguns processos industriais, devido a técnicas de armazenamento, produção, contaminação referente a metais, onde os mais comuns são: o Mercúrio, o Arsênico, Cadmo, e o Chumbo.

Segundo BERNADETTE; SILVA pode-se classificar os agentes poluentes dos alimentos de forma indireta como, promotores de crescimentos, defensivos, aditivos alimentares, contaminantes advindos do processamento industrial e os contaminantes migrantes de embalagens.

Promotores de crescimento são compostos químicos de ação biológica, como hormônios, antibióticos, os quais promovem maior crescimento em menor período, ou uma maior produção, são aplicados tanto nos animais como nos alimentos, o objetivo do uso destes compostos é obter maior rendimento e redução nos custos.

Os defensivos agrícolas como o próprio nome já sugere, são

usados para proteger as plantações de insetos, doenças, fungos, ervas daninhas, roedores, entre outros. Porém seu uso pode ser tóxico tanto para as plantas, os animais e o homem, seus resíduos tóxicos acumulam-se na carne, gordura e leite.

Aditivos alimentares são usados para melhorarem possíveis ineficiências nos alimentos, referente a sabor, aparência, consistência, e até durabilidade, através dos conservantes, a maior parte destes aditivos não agrega valor nutritivo, os principais aditivos químicos utilizados são: acidulantes, antioxidantes, antinectantes, aromatizantes, conservadores, corantes, espessantes, estabilizantes, umectantes.

A contaminação dos alimentos pode ocorrer também no processamento dos alimentos, na aplicação de compostos para a conservação dos alimentos, falta de higiene, má conservação nos locais onde comercializados, como refrigeração necessária, danificação das embalagens. Já na nas embalagens pode ocorrer a migração de resina plásticas para o alimento ou estanho que são encontrados nos enlatados, por exemplo, latas amassadas pode ocorrer furos microscópios e contaminar os alimentos.

A poluição do solo esta diretamente relacionada à qualidade dos alimentos, esta poluição deriva de uso de produtos químicos na agricultura, os agrotóxicos e aterros, onde são descartados o lixo comum e o tóxico contaminando o solo com produtos perigosos, o solo fraco, improdutivo e poluído, fica cada vez mais difícil a produção de alimentos saudáveis .

2.1 Problemas causados a saúde devido à contaminação dos alimentos

A ingestão de alimentos contaminados gera diversos problemas relacionados à saúde, de acordo com os tipos de contaminação será associadas as doenças ou danos causados ao seres humanos por sua indigestão.

Os produtos transgênicos devido a sua mudança genética, contem alguns componentes perigosos como o OGMs, que resistente a antibióticos o que pode dificultar a recuperação de doença, as quais passaram a surgir mais agressivas, ou seja, os genes resistentes a antibióticos podem ser transferidos para bactérias humanas.

Os aditivos químicos podem causar cirrose hepática e descalci-

ficção de dentes e ossos, ação tóxica sobre o fígado e rins, aumento do colesterol sanguíneo redução na absorção de ferro, alergia e distúrbios gastrointestinais podem originar câncer no estômago e esôfago, ao se combinarem com certas amins provocam reações alérgicas, efeitos tóxicos sobre feto, irritações nos mucos intestinais, aumento de freqüências de calculo renais e alergias que retardam o crescimento.

Alguns fungos dão origens a substancias prejudiciais a saúde, como as Aflatoxinas, encontradas em alimentos com alto teor de carboidratos, gorduras e proteínas, pequenas quantidades ingeridas podem causar danos hepáticos, hemorragia no trato gastrointestinal, e cavidade peritoneal.

A contaminação dos alimentos por metais, é perigosa, o arsênico é mutagênico, letaronigenico, cancerígeno, afeta sobre tudo a pele o cadmo é retido pelo fígado e nos rins onde pode causar a disfunção renal, câncer nos pulmões, endométrios, bexiga e mamas o mercúrio afeta principalmente o sistema renal, esses metais podem contaminar alimentos, por estarem no ambiente onde são cultivados ou no seu processo de produção, principalmente os alimentos enlatados.

Os defensivos agrícolas causavam vários sintomas, como irritações da pele, olhos, nariz, boca, eles penetram nos seres humanos através do contato com a pele, inalação, via oral ou no consumo de água contaminada, a contaminação não ocorre só nas pessoas que vão consumir os alimentos ela ocorre só nas pessoas envolvidas no seu processo de produção.

Outra maneira comum de se contaminar através dos alimentos e substancias alergênicas, tais substancias são capazes de causar reações alérgicas, as alergias podem proporcionar desconforto, através de coceiras, machas na pele, choque anafilático, ou seja, dificuldade respiratória, queda de pressão, perda de consciência podendo chegar até a morte.

Microrganismos causadores de doenças alimentares são cada vez mais comuns, os mais conhecidos são a Salmonelose, Ambíase, Intoxicação Botânica, o Bolulismo infantil, Intoxicação por Nicotoxinas, Diarreia dos Viajantes e a Poliomelite.

Para finalizar hoje os alimentos estão ligados a uma grande epidemia, a Obesidade, além do sedentarismo, o consumo de alimentos industrializados e com alto valor calórico e com pouca nutrição contri-

buem para a obesidade, com concentrações muito baixas de componentes funcionais, é necessário o consumo de uma grande quantidade para obter um efeito positivo, aumentando a produção de células adiposas, chegando a obesidade.

2.2 O poder de cura dos alimentos

Embora grande parte da população não se preocupe o suficiente com o que come, a relação entre saúde e alimento é um tema antigo, Hipócrates há cerca de 2500 anos, já pregava essa idéia, através de uma de suas frases “faça do alimento seus remédio”, em 1961 a medicina já estudava a ciência da alimentação, na década de 80, no Japão começaram a desenvolver estudo nos alimentos os quais satisfazem as necessidades básicas, após um longo trajeto de pesquisas em 1991, os alimentos estudados receberam uma categoria denominada de “Foods for Specied Health Use” (FOSHU) ou seja Alimento Funcionais ou Natracêuticos”, no Brasil as regras de aprovação dos alimentos funcionais foram instituídas a partir de 1991, de acordo com o Ministério da Saúde.

Segundo a Agencia Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), “alimentos funcionais são aqueles que produzem efeitos metabológicos ou fisiológicos através da atuação de um nutriente ou não nutriente no crescimento, desenvolvimento, manutenção e outras funções normais do organismo humano”.

Com isso se verificou que os alimentos não só possibilitam a conservação da saúde, mas possuem propriedades curativas, através da transformação dos alimentos e aproveitamento integral de suas propriedades. Esta ciência conhece os efeitos dos alimentos no organismo, isola suas vitaminas, hormônios, fermentos e sais inorgânicos, ligando-as as doenças chegando ao resultado das possíveis curas.

A medicina dos alimentos tem como base, vários componentes os carboidratos, lipídios ou gorduras e proteínas. Com a manipulação dos alimentos é possível a cura ou estabilização de varias doenças ou males devido à rotinas, como é o caso do cansaço, através do sangue, doenças do sistema circulatório, que aborda doenças cardíacas, doenças dos vasos sanguíneos, doenças do aparelho digestivo, como caries, periodontose, afecções do estomago, pâncreas, intestino, fígado, vias bilaterais, doenças do metabolismo, obesidade, diabetes, reumatismo,

doenças de pele, doenças no sistema nervoso, tratamento da tuberculose, doenças crônicas como, aterosclerose, hipertensão, osteoporose, até a prevenção de câncer a doença mais temida do século.

Hábitos alimentares adequados, pobres em gorduras saturadas e com concentração de fibras presentes em frutas, legumes, verduras e cereais integrais, com a prática de exercícios, ausência de bebidas alcoólicas e drogas, apenas não tem em vista apenas a manutenção a saúde, mas também uma promoção de qualidade de vida desde a infância até a velhice.

3 A Filosofia do consumidor consciente

Consumir implica a compra, o uso e o descarte, para tanto, deveria ser considerado um ato de cidadania, uma vez que a manutenção da vida humana está ligada as escolhas diante das alternativas de consumo expostas no mercado. Assim, determinamos o consumo consciente sendo aquele que contribui para a preservação do mundo e da vida nele presente.

Este consumidor age desta forma baseado na educação e em informações que recebe, já que lhe é viável a obtenção de conhecimento e decisão, por isso, conhece o reflexo de seus atos perante o planeta.

Segundo o Instituto Akatu (São Paulo, 2003), existem três principais conceitos que norteiam a filosofia do consumidor consciente:

Consciência de Sustentabilidade: representa o uso e descarte dos produtos ou serviços e a utilização dos recursos da natureza considerando o desenvolvimento social e econômico em harmonia com a ecologia e suas limitações, ou seja, o desenvolvimento sustentável.

Consciência de responsabilidade social: em função da responsabilidade social das empresas, sujeita a decisão de compra dos produtos e serviços.

Consciência de políticas pública, tal que a percepção do consumidor esteja relacionado a indução de diretrizes públicas que

contribuem para viabilizar o exercício do consumidor consciente.

A forma como está o planeta, não é responsabilidade do consumidor comum, uma vez que o mundo despertou para as questões ambientais e sociais à pouco tempo. Logo, não havia informações suficientes que despertassem a consciência da ação humana para sua própria vida.

Fora isso, o consumidor comum age individualmente e não percebe o tamanho de sua contribuição relativa à sustentabilidade do planeta. Assim, não tem ciência do tamanho dos problemas existentes, de sentir-se afetado por eles e por não conhecer seu papel na procura por soluções.

Portanto, dentro da Agenda 21, criou-se a política de reduzir, evitando a reutilização e conseqüentemente a reciclagem (3R), logo, na filosofia do consumo consciente, o uso e o descarte dos produtos estão interligados a esse conceito que orientam as tomadas de decisões consumo, e ao processo de educação pela busca de conhecimento, informações, sensibilização e mobilização.

Devido aos problemas ambientais sofridos como a degradação do meio ambiente, poluição de água, aquecimento global, grande quantidade de agrotóxico nos alimentos surge a preocupação de mudar as escolhas de consumo.

Basicamente consumo consciente é buscar um equilíbrio entre a satisfação pessoal e a preservação ambiental, obtendo assim conseqüências positivas para a sociedade econômica e meio ambiente.

Os consumidores sentiram a necessidade de consumir produtos mais saudáveis até pela preservação de sua saúde, separar os produtos reciclados, utilizar racionalmente os recursos naturais, ou seja, compreenderam a necessidade de mudanças para um novo padrão de consumo para uma melhor qualidade de vida futuramente.

Os consumidores ecológicos preferem pagar um pouco mais por um produto ecologicamente correto, pois entendem que o aumento do valor agregado e traduzido como um aumento no seu preço, na verdade significa um aumento no seu valor social.

É mudando os padrões de consumo que os consumidores conseguem mostrar para as empresas que são necessárias uma nova forma de produzir seus produtos sem agredir o meio ambiente e abor-

dando no marketing o aspecto ecológico.

Os padrões formam o perfil do consumidor consciente. Segundo apresentado pelo Instituto Akatu (São Paulo, 2003)

O consumidor consciente busca uma relação de preço, qualidade e comportamento social e ambiental que seja mais viável e correto da empresa ao comprar produtos e serviços.

Ele se preocupa com o impacto da produção e do consumo sobre a comunidade e o meio ambiente.

Ele divulga e valoriza as empresas socialmente e ambientalmente corretas.

Atuam de forma construtiva às empresas, buscando aprimorar suas relações com a sociedade e o meio ambiente.

Alem disso, promove a conscientização de outros consumidores.

3.1 A tomada de consciência

A maior parte dos processos produtivos de indústrias não consideram a sustentabilidade do mundo. Como cita a pesquisa apontada pelo Instituto Akatu (São Paulo, 2003):

Em recursos naturais, por exemplo, os mais de 6 bilhões de seres humanos consomem 20% à mais que é suportado, ou seja, passível de reposição.

[...] No Brasil, o aproveitamento correto de alimentos que são desperdiçados poderia contribuir para diminuir a fome. Só na cidade do Rio de Janeiro, calcula-se que 15 toneladas de alimentos sejam jogados fora diariamente, comida suficiente para alimentar cerca de doze mil pessoas.

É a partir dessa realidade que se vê a importância de tomar atitudes do consumo consciente relacionado à alimentação, para manter

a saúde tanto individualmente, quanto de toda a sociedade, buscando além da garantia de sobrevivência, a transformação social e econômica do mundo.

Historicamente, a evolução do homem esta intimamente ligada a alimentação. O homem sobreviveu pela capacidade de se alimentar daquilo que lhe estava a disposição em seu habitat, uma vez que o homem se adapta ao ambiente em que vive, logo, essa atitude denominou-se caráter cultural.

Não apenas a adaptação, mas também a evolução do cérebro e inteligência do homem foi fundamental a inclusão de alimentos protéicos e energéticos nas refeições, com objetivo de fornecer as calorias e nutrientes necessários para manter as atividades adquiridas com a evolução física do homem.

O domínio do fogo fez com que os alimentos cozidos integrassem suas refeições e assim a absorção dos nutrientes tornaram mais fáceis na ingestão desses alimentos, uma vez que assim eles liberam mais calorias, da qual o homem primitivo necessitava para compor sua energia e sobrevivência.

A complexidade e sofisticação dos alimentos, que por decorrência da diversidade e disponibilidade de vários ingredientes, favoreceu as técnicas agrícolas e a industrialização dos alimentos que consequentemente reduziram o trabalho do homem no cultivo e extração de alimentos levou o homem do trabalho braçal para o administrativo, além de possibilitar a produção em escala em um menor tempo e menor custo operacional.

A atuação da mulher no mercado de trabalho também foi um fator fundamental para a urbanização e industrialização. Ou seja, ao trabalhar fora, afastaram-se das atividades de dona de casa, logo, muitas pessoas passaram a se alimentar no comercio, fato que pode ter sido um causador da obesidade e doenças relacionadas à má alimentação e que atualmente faz com que algumas pessoas pensem de maneira consciente a qualidade de vida e ao ambiente em que habita.

3.2 Educação Alimentar

Devido à má alimentação juntamente com a falta de água potável, contaminação dos alimentos, ingestão exagerada de gorduras e calorias, excesso de alguns minerais e ausência de outras, contribuí-

ram para problemas de saúde como a obesidade, hipertensão, doenças crônicas degenerativas e intoxicação alimentar. O ser humano inconsciente pode resultar em consumidor em excesso, que pode levar a essas doenças.

Por meio da educação alimentar e de exemplos de ações que mostram o resultado e o impacto de uma postura nutricional consciente, é possível evitar desperdícios, ajudar a reduzir a carência e o excesso alimentar, proporcionar saúde, colaborar com a economia do país e preservar o meio ambiente.

Nos últimos anos podemos constatar que a maioria dos brasileiros em virtude da rotina do dia-a-dia e a falta de tempo para se alimentar melhor buscam alimentos gordurosos, refrigerantes e outros alimentos com pouca fonte de vitaminas, deixando de contemplar uma educação alimentar adequada.

Porém podemos tentar reverter esta situação, primeiramente mudando os hábitos de compras, ou seja, optar por alimentos saudáveis como frutas, verduras, produtos naturais ao invés de comprarmos vários produtos industrializados pela questão de praticidade. Em segundo Fiscalizar os produtos no ato da compra. Observar se são produtos que tem os selos de qualidade e informações nutricionais adequadas para o entendimento e necessidade do consumidor consciente.

O papel de cada cidadão ativo neste processo alimentar de melhor compra, bom uso, sem exagero e desperdício e consciente do descarte reflete positivamente em sua qualidade de vida e sobrevivência, além de instruir a produção de alimentos na agricultura, indústrias e o governo.

3.3 A realidade do consumo

No Brasil, a produção de alimentos em grande parte não chega a todos pela ausência de recursos financeiros e desperdícios. A falta de informação também pode ser considerada um aspecto que dificulta o acesso aos alimentos.

O fato do Brasil não sofrer impactos diretos em uma guerra global e catástrofes naturais contribui para a formação da cultura do desperdício e excessos, uma vez que para o brasileiro “antes sobrar que faltar” daí a importância da educação alimentar desde o berço

para a formação de uma mercado de consumidores conscientes.

4 O conceito de produto natural ecológico

O produto é o principal objeto de comercialização. É desenvolvido para um determinado grupo alvo para satisfazer a necessidade ou o desejo, e seu objetivo principal é trazer benefícios a quem o adquirir. Kotler caracteriza produto como “algo que pode ser oferecido a um mercado para sua apreciação, aquisição, uso ou consumo para satisfazer um desejo ou necessidade”, ou seja, em outras palavras é a constituição de bens e serviços oferecidos ao mercado para satisfazer as necessidades e aos desejos dos clientes.

A característica de um produto natural ecologicamente correto, não é tarefa fácil, pois ainda não existem métodos que comprovem ou meçam os impactos ambientais de um produto em relação ao outro. Portanto, consideram-se produtos ecologicamente correto aqueles produtos que causem menos impacto ao meio ambiente, nas principais etapas do ciclo de vida do produto que é matéria prima, processo de produção, utilização, pós utilização e descartes.

É importante analisar o ciclo de vida do produto, pois ele fornece a empresa dados quantificados sobre seu desempenho ambiental e a vida útil dos produtos, além de propiciar vantagens competitivas. São informações: a origem da matéria prima se é ou não renovável, qual foi o impacto ambiental na extração da matéria prima, transporte e armazenagem. No processo de produção saber todos os componentes e montagem do produto final desde os gastos e insumos utilizados na criação, tanto a energia, quanto a geração de resíduos e o sistema de armazenagem. O aspecto de utilização incluindo sua durabilidade. Pós utilização o potencial do produto para ser reutilizado. E enfim o descarte que esta relacionada aos impactos com a disposição final dos materiais incluindo periculosidade, toxidade, volume de material e biodegradabilidade.

Portanto produtos ecológicos são aqueles que causem menos danos ao meio ambiente e a saúde. Dias (2008, p. 119) cita a ampla variedade de produtos que podem ser caracterizados como ecológicos, tais como:

- Produtos feitos de bens reciclados;

- Produtos que podem ser reciclados ou reutilizados;
- Produtos eficientes, que economizam água, energia ou gasolina, economizam investimento e reduzem o impacto ambiental;
- Produtos com embalagens ambientalmente responsáveis;
- Produtos orgânicos: há uma predisposição por parte de muitos consumidores de alimentos e pagarem um pouco mais por produtos que são produzidos sem a utilização de agrotóxicos, sem desperdício de energia e que preservam o meio ambiente;
- Serviços que alugam ou emprestam produtos;
- Produtos certificados, que atingem ou excedem critérios ambientalmente responsáveis;

O desenvolvimento de produtos naturais e ecológicos é uma tendência de mercado forte que não pode ser ignorada, logo, as empresas terão que se adaptar, uma vez que as diferenças são evidentes em relação aos produtos habituais, isso se a empresa desejar continuar a disputa pela conquista do consumidor, que está mais exigente a cada dia.

O conceito de produto natural e ecológico envolve além de sua composição, todo o processo de fabricação. Dias (2008) cita que “os atributos ecológicos do produto constituem a soma dos atributos específicos do produto (duração, facilidade de reciclagem etc.) com os atributos específicos do processo de fabricação (consumo de energia, da água ou geração de resíduos etc.)”. Ou seja, esta direcionada na redução do consumo dos recursos empregados e da geração de resíduos ao longo do ciclo de vida do produto, e não se esquecendo das características que proporcionem benefícios aos consumidores e ao meio ambiente.

A preocupação de ser ecologicamente correto não é só no produto em si, é necessário que as embalagens e vasilhames também cumpram os critérios ambientais, com o objetivo de identificar as duas funções: a técnica e a comercial. DIAS (2008, p. 135) cita: “que a função técnica das embalagens e vasilhames está à proteção, a conservação, o transporte e o armazenamento. Em termos de função comercial, podemos identificar a informação e a publicidade”

4.1 A imagem do produto natural

A marca é a relação ou o conhecimento que as pessoas têm com a empresa ou produto, e o objetivo da empresa é criar uma marca que se fixa na mente dos consumidores, para isto utilizam-se meios de programas de marketing. Segundo a American Marketing Association citado por Kotler (2006, p.269) define-se marca como “termo ou sinal, símbolo ou design, ou uma combinação de tudo isso, destinado a identificar os produtos ou serviços de um fornecedor ou grupo de fornecedores para diferenciá-los dos de outros concorrentes.”

Portanto, marca é a estratégia utilizada para diferenciar a oferta. Marca ecológica é aquela que visa o mesmo objetivo, porém busca uma vantagem competitiva de posicionamento no mercado de consumidores voltado a causa de proteção ambiental, incorporada a um conjunto de valores importantes para a sociedade.

Conforme Dias (2008, p.177) “O produto verde já possui um diferencial competitivo que facilita o posicionamento no mercado”. Logo, esse posicionamento deve ser estrategicamente definido para que haja a percepção da marca ao consumidor racional (sabe do baixo impacto do produto ao ambiente) e emocional (ligado a natureza através de sensações agradáveis e sentimentos que expressam felicidade, bem estar e satisfação). Logo, as marcas ecológicas estão associadas à qualidade, ao preço e seu valor agregado e de forma intangível, a sensibilidade ambiental do cliente.

Conclui-se que a marca é o conjunto de ações das empresas, e a forma como ela age em relação aos processos produtivos, ao tratamento dos funcionários, sócios e clientes. Isto é, é o alinhamento dos valores aos objetivos, hoje determinado como Branding.

Considerações finais

Trata-se este artigo de um estudo sobre os produtos naturais e ecológicos e as atitudes do consumidor consciente no mercado alimentício, com objetivo de identificar a correlação desses produtos específicos, a decisão de compra do consumidor consciente e qual a perspectiva desde mercado, se tende a ser promissor ou um acontecimento temporário. Tem como limitação o estudo metodológico pertinente aos tipos de consumidores e público alvo, as ferramentas de marketing para divulgação e fixação dos produtos, visando à pros-

pecção de novos clientes e crescimento da firma, no sentido de incorporação e maximização do capital fixo.

Para efeito de trabalho de conclusão de curso, o estudo ainda não foi concluído, uma vez que engloba dados primários de pesquisas de campo e estudo de caso que estão em andamento, sendo a apresentação final deste programada para outubro do ano de 2012.

Referências

BARBIERI, José Carlos. *Desenvolvimento e meio ambiente: as estratégias de mudanças da Agenda 21*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

_____. Meio ambiente e gestão ambiental. In: _____. *Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. cap. 1, p. 5 – 30

BUSETTI, Gemma Rocco. *Saúde e Qualidade de Vida*. 3. ed. Petrópolis: Fundação, 1998. p. 13-39.

DIAS, Reinaldo. *Marketing Ambiental: Ética, Responsabilidade Social e Competitividade nos negócios*. São Paulo: Atlas, 2008.

Disponível em: < <http://www.infoescola.com/doencas/intoxicacao-alimentar/>>. Acesso em: 27/03/2012

Disponível em: < [http://www.cultivando.com.br/alimentosaudealimentar doen%C3%A7as transmitidos](http://www.cultivando.com.br/alimentosaudealimentar%20doen%C3%A7as%20transmitidas)>. Acesso em: 27/03/2012

Disponível em: < <http://www.cyberdiet.terra.com.br/alimentosfuncionais/>>. Acesso em 28/03/2012.

Disponível em: < <http://www.nutrijr.usfc.be/jornal/jornal-eletronico-06-08pdf>>. Acesso em 29/03/2012.

Disponível em: <<http://www.engema.org.br/upload/pdf/2011/333-61.pdf>>. Acesso em: 09/03/2012.

GOLDEMBERG, José. *Segurança e alimentos*. São Paulo: Edgard Blucher, 2010. p. 6-40. (Serie Sustentabilidade, 2).

GORGEN, Frei Sergio Antônio (Org.). *Riscos dos Transgênicos*. Petrópolis: Vozes, 2000. 92 p.

MATTAR, Helio et al. *O fome zero e o consumo consciente de alimentos*. São Paulo: Instituto Akatu, 2003.

_____. *Descobrimo o consumidor consciente*. São Paulo: Instituto Akatu, 2003.

_____. *A nutrição e o consumo consciente*. São Paulo: Instituto Akatu, 2003. (Série Caderno Temático).

_____. *Consumidor o poder da consciência*. São Paulo: Instituto Akatu, 2002. 68p.

SCHNEIDER, Ernest. *A cura pelos alimentos*. 4. ed. Santo André: Casa Publicadora Brasileira, 1985.

SOARES, Geraldo; ANDRADE, Licia; PINTO, Virginio. *Oficinas Ecológicas: uma proposta de mudanças*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1996. p. 33-42.