

## A Importância da Rotulagem ambiental nas escolhas de compra dos consumidores em Aracaju/SE.

Bruno dos Santos Costa<sup>1</sup>, Rosana Rocha Siqueira<sup>2</sup>, Alan de Jesus Santos<sup>3</sup>.

1. Estudante do curso de Edificações, IFS – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe- \*brunosantos9182@gmail.com.

2. Administradora, Doutora em Desenvolvimento e Meio Ambiente- PRODEMA UFS .Servidora do IFS-hosanalilas393@yahoo.com.br.

3. Estudante do curso de Eletromecânica, IFS - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe- alanjesussantos88@gmail.com.

Palavras Chave: *consumo, rotulagem, meio ambiente.*

### Introdução

Diante da ampliação dos meios de produção e do grande sortimento de serviços e produtos disponibilizados no mercado observa-se que muitos consumidores não possuem o hábito de ler os rótulos dos produtos na ocasião das compras. Nota-se ainda a dificuldade de percepção da validade, procedência e qualidade nos produtos vendidos sem rótulo, a exemplo dos hortifrutigranjeiros e produtos vendidos a granel.

Acrescido a estes problemas unem-se as propagandas que confundem o consumidor aludindo aos produtos e serviços atributos ecológicos não comprovados.

Diante deste problema a equipe de pesquisa pode refletir se a rotulagem ambiental expressa nos rótulos influencia na escolha do consumidor na ocasião das compras.

Trata-se de uma pesquisa exploratória, pautada em referências bibliográficas e de campo realizadas no período de agosto de 2015 a janeiro de 2016. Foi escolhida como lócus do estudo a região central da Capital do Estado de Sergipe: Aracaju.

Foram visitados três mercados centrais, um deles com feira livre interna, e o “calçadão da João Pessoa” centro fervoroso de compras da capital. Foram aplicados 57 questionários com questões abertas, sendo aleatória a composição da amostra. Após a coleta de dados pode-se então analisa-los à luz dos referenciais teóricos, como normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), Compromisso Empresarial para Reciclagem (CEMPRE) e documento base para o Programa Brasileiro de Rotulagem Ambiental.

### Resultados e Discussão

A maioria dos entrevistados oscila com idades entre 25 a 58 anos, com profissões e ocupações variadas. 54% são casados (as), possuem filhos e ensino médio completo. Compram periodicamente alimentos, roupas, sapatos e itens de higiene e limpeza. Os principais locais de compras são os supermercados, *shoppings centers* e feiras livres, além das padarias.

A principal fonte de informações provém da televisão e internet, salientando que alguns consumidores indicaram não ter acesso a estes veículos de informações, inclusive indicando não serem alfabetizados.

No hall de atributos que chamam atenção na ocasião das compras o preço (73,68%) mereceu destaque, seguido pela aparência (50,87%) e a necessidade de adquiri-lo. Qualidade, marca, validade e higiene também foram citados.

Segundo a ABRE a rotulagem ambiental “é uma ferramenta de comunicação que objetiva aumentar o interesse do consumidor por produtos de menor impacto,

possibilitando a melhoria ambiental contínua orientada pelo mercado”. Esse tipo de rotulagem agrega um diferencial e não confundir ou distorcer conceitos sobre preservação ambiental aliada à sustentabilidade.

Pode-se observar que 22,80% dos consumidores entrevistados não possuem o hábito de ler os rótulos, enquanto 45,61% tentam ler, mas não compreendem os símbolos, muitos deles de difícil entendimento.

A validade foi a maior preocupação observada nos rótulos. Dentre os motivos para não ler os rótulos incluem pressa, e desatenção. A falta de opção também foi citada, uma vez que quase todos os produtos alimentícios industrializados atualmente possuem ingredientes transgênicos.

73,65% confiam na palavra do vendedor e na aparência dos produtos ao comprarem produtos sem rótulos.

Para 47,36% os rótulos influenciam na escolha dos produtos, mas para 42,10% os rótulos são indiferentes, esta questão pode indicar dois aspectos: que os rótulos oferecerem maior segurança na escolha dos produtos, indicando procedência, atributos ambientais, entre outras informações. Por outra ótica, consumidores avaliam com desconfiança algumas informações, e outras passam despercebidas devido ao desconhecimento das simbologias e excesso de propagandas.

### Conclusões

Diante do exposto nota-se o pouco investimento da esfera governamental no aporte de informações sobre a importância da rotulagem ambiental tanto para o consumidor quanto para a redução dos impactos no meio ambiente. É preocupante a constatação que os consumidores não conhecem simbologias importantes para a aquisição de produtos, desta forma o processo de escolha pauta-se em outros aspectos como preço, aparência do produto e necessidade. Alguns consumidores citaram inclusive inseticidas como benéficos ao meio ambiente, desconhecendo totalmente seus compostos tóxicos

### Referências

BRASIL, Portaria n. 434 de 04 dezembro de 2007. Regulamento de Avaliação da Conformidade de Mamadeiras e Bicos.

BRASIL, Rotulagem ambiental: documento base para o programa brasileiro de rotulagem ambiental. Brasília: MMA, SPDS, 2002.

ABRA, Diretrizes de rotulagem ambiental para embalagens. Agosto, 2012. Disponível em: [http://www.abre.org.br/wp-content/uploads/2012/07/cartilha\\_rotulagem.pdf](http://www.abre.org.br/wp-content/uploads/2012/07/cartilha_rotulagem.pdf). Acesso em: 24 jan. 2016.

CEMPRE, A rotulagem ambiental aplicada às embalagens, São Paulo, 200. Disponível em: [www.cempre.org.br/download/rotulagemambiental/2008.pdf](http://www.cempre.org.br/download/rotulagemambiental/2008.pdf).