

MARKETING AMBIENTAL EM AGRONEGÓCIOS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O SELO AMBIENTAL DA LAVOURA DO ARROZ

Ana Júlia Teixeira Senna ⁽¹⁾

Doutora em Agronegócios. Professora Adjunta – UNIPAMPA – Campus São Gabriel.

Andressa Rocha Lhamby

Acadêmica do curso de Gestão Ambiental – UNIPAMPA – Campus São Gabriel.

Endereço⁽¹⁾: Universidade Federal do Pampa. Av. Antônio Trilha nº 1847, Centro, São Gabriel/RS, CEP 97.300-000. Fone: (55) 3232-6075. e-mail: anasenna@unipampa.edu.br

RESUMO

Nos dias atuais, a dimensão ambiental está cada vez mais adquirindo importância nas ações das organizações e da sociedade. Tal atitude tem sido vista como reflexo da consciência ambiental da sociedade, que busca a qualidade de vida e o bem comum. Em busca da sustentabilidade ambiental as organizações tomam uma série de ações que podem criar alguma vantagem competitiva. O presente trabalho tem como objetivo estudar uma lavoura de arroz que obteve a certificação do selo ambiental do IRGA (Instituto Riograndense do Arroz). A região geográfica, objeto deste estudo é a região da Fronteira Oeste do estado do Rio Grande do Sul, mais especificamente, o município de São Gabriel. Dez propriedades obtiveram o selo ambiental na safra 2009/2010 no Rio Grande do Sul, uma delas é objeto desse estudo. O processo de obtenção do selo ambiental consiste em quatro fases: habilitação, auditoria, julgamento e entrega dos selos. Os condicionantes para obter esta certificação são: cadastramento dos produtores no IRGA; atendimento a legislação trabalhista e de segurança do trabalho (NR 31); possuir a Licença de Operação (LO) junto à FEPAM; adotar medidas para o cumprimento do Termo de Compromisso Ambiental (TCA); possuir outorga de uso da água emitida pelo Departamento de Recursos Hídricos (DRH) e adotar o manejo da lavoura usando tecnologias mais limpas. O selo ambiental do IRGA permite certificar e premiar as propriedades rurais cujas lavouras de arroz adotam essas medidas em relação à questão ambiental. Estes parâmetros utilizados pelo IRGA são rigorosos e possibilitam ações ambientais efetivamente positivas. Porém, tais ações ainda não estão gerando retorno econômico para os produtores, pois não há uma identificação na embalagem do produto final que informe aos consumidores sobre essa certificação.

PALAVRAS-CHAVE: Selo ambiental, agronegócios, arroz, marketing ambiental.

INTRODUÇÃO

O agravamento dos problemas ambientais ocorridos nos últimos cem anos está diretamente relacionado ao uso indiscriminado dos recursos ambientais existentes. Desde a década de 70, os movimentos ambientais surgiram e ganharam força de forma a desempenharem, hoje, um papel relevante na sociedade. Paralelamente a este movimento, voltado para as questões ambientais, surgiu também um tipo de consumidor que passou a ponderar os impactos de padrão de consumo na natureza. Este novo consumidor foi denominado consumidor ecologicamente correto (ou verde) e, seu comportamento de compra, consumo sustentável (Bedante, 2004).

As ações das organizações e da sociedade em defesa do meio ambiente, no Brasil e no mundo, estão sendo percebidas como uma nova postura social. Tal atitude tem sido vista como reflexo da consciência ambiental da sociedade, que busca a qualidade de vida e o bem comum.

No caminho para a utilização da estratégia verde as empresas tomam uma série de ações que podem criar alguma vantagem competitiva. O presente trabalho tem como objetivo estudar uma lavoura de arroz que obteve o selo ambiental

do IRGA (Instituto Riograndense do Arroz). A região geográfica, objeto deste estudo é a região da Fronteira Oeste do estado do Rio Grande do Sul, mais especificamente, o município de São Gabriel.

2. OBJETIVO

No caminho para a utilização da estratégia verde, as empresas articulam ações que podem criar alguma vantagem competitiva. O presente trabalho tem como objetivo estudar uma lavoura de arroz que obteve o selo ambiental do IRGA (Instituto Riograndense do Arroz). A região geográfica, objeto deste estudo é a região da Fronteira Oeste do estado do Rio Grande do Sul, mais especificamente, o município de São Gabriel.

3. Referencial teórico

3.1. Marketing e marketing ambiental: marco teórico

As preocupações com as questões ambientais cresceram ao longo dos últimos anos. Alguns analistas, referindo-se a última década, rotularam os anos 90 como a “década da terra” e declararam que o ambiente natural é tema de preocupação mundial de maior importância, tanto para as empresas quanto para o público em geral (Kotler & Armstrong, 1998).

As ações mercadológicas das organizações que geralmente estiveram atreladas ao lucro, vêm mudando para atitudes voltadas à sociedade, uma vez que percebem a existência de clientes interessados nas ações das empresas e na sua postura ambientalmente e socialmente responsável.

Segundo Kotler & Armstrong (1998), aqueles que atuam nas organizações e, especificamente, em marketing, deverão conscientizar-se de quatro dimensões relacionadas ao ambiente:

a) escassez de matérias-primas: embora o ar e a água pareçam ser recursos infinitos, verifica-se que alguns produtos ameaçam a camada de ozônio e a escassez de água é um problema em algumas partes do mundo. Os recursos renováveis, aí compreendidas as florestas e os alimentos, indicam a necessidade de proteger-se o solo como forma de torná-los cultiváveis. Os recursos não renováveis, como é o caso do petróleo e do carvão, podem se exaurir e é necessário que se invista em pesquisa, desenvolvimento e exploração de novas fontes e materiais.

b) aumento do custo de energia: energias alternativas parecem ser a solução para que se substitua o petróleo e o carvão como fontes de energia. Neste sentido, energia solar, energia nuclear, a força dos ventos e outras formas de energia deverão alavancar as principais economias.

c) aumento da poluição: é certo que a atividade industrial pode gerar externalidades negativas no ambiente. Resíduos industriais afetam rios, oceanos, solo e ar. As empresas ecologicamente corretas, assim entendidas aquelas que incluem em seu planejamento a preocupação ambiental, passam a ser o foco de interesse dos consumidores, mesmo que os produtos por elas vendidos sejam mais caros. Neste sentido, a tendência é o investimento em métodos de controle da poluição. A preocupação com o ambiente acabou por gerar o chamado movimento verde.

d) intervenção governamental na administração de recursos naturais: como forma de manter um ambiente saudável à sociedade, o Estado, em sua função de manter as condições necessárias para a vida em sociedade, tem cada vez mais externado a sua preocupação em promover um ambiente puro.

Várias organizações de diferentes setores têm demonstrado uma preocupação com as questões ambientais e sociais que afetam a sociedade. Estas têm se reestruturado estrategicamente para buscar matérias primas renováveis, utilizar ou produzir energia renovável, reutilizar recursos hídricos, reciclar materiais, tratar os resíduos oriundos do processo produtivo que não poderão ser reutilizados, reduzir a poluição atmosférica, atender as exigências legais e mercadológicas e, também, buscar uma certificação ambiental. Um dos setores que têm demonstrado essa preocupação é o setor orizícola que recentemente introduziu a certificação para obtenção do selo ambiental da lavoura de arroz, instituído pelo Instituto Riograndense do Arroz (IRGA, 2010).

3.2. O Selo Ambiental do IRGA

O selo ambiental da lavoura de arroz do Rio Grande do Sul foi criado pelo Instituto Rio Grandense do Arroz (IRGA) para premiar as propriedades rurais que se adequem à legislação ambiental e aos preceitos de tecnologias mais limpas. O selo ambiental visa também, reconhecer os esforços dos produtores distinguindo-os e valorizando o arroz produzido (IRGA, 2010).

O selo, segundo IRGA (2010), é concedido pelo Governo do Estado do RS por intermédio do IRGA, promovido pela Secretaria do Meio Ambiente do Rio Grande do Sul, Secretaria da Agricultura, Pecuária, Pesca e Agronegócio do Rio Grande do Sul, Secretaria Extraordinária da Irrigação e Usos Múltiplos da Água, FARSUL e FEDERARROZ.

Na safra agrícola 2009-10, as Comissões Municipais de Avaliação compostas por representantes das instituições parceiras realizaram vistorias técnicas nas lavouras dos produtores inscritos e realizaram o julgamento segundo os critérios estabelecidos no Regulamento para obtenção do selo ambiental. Dez propriedades foram contempladas com o selo ambiental na safra 2009/2010. Uma das propriedades rurais que obteve o selo ambiental da lavoura de arroz do Rio Grande do Sul na safra 2009-10 está localizada no município de São Gabriel e será o caso estudado por este trabalho.

O processo de obtenção do selo ambiental consiste em quatro fases: habilitação, auditoria, julgamento e entrega dos selos. Os pré-requisitos para participar do programa são: estar cadastrado no IRGA; estar de acordo com a legislação trabalhista e de segurança do trabalho (NR 31); possuir Licença de Operação (LO) junto à FEPAM; adotar medidas tendentes ao cumprimento do Termo de Compromisso Ambiental (TCA); possuir outorga de uso da água emitida pelo DRH e adotar o manejo da lavoura usando tecnologias mais limpas.

4. Metodologia

O pesquisador ao utilizar o estudo de caso, deve entender que se trata de uma pesquisa empírica abrangente, com procedimentos preestabelecidos, que investiga um ou múltiplos fenômenos contemporâneos no contexto da vida real, especialmente quando os limites entre os fenômenos e seu contexto não estão claramente definidos (Yin, 2005).

Como este trabalho consiste em estudar um caso empírico que está inserido num contexto, pontualmente localizado no município de São Gabriel, optou-se por adotar o método de estudo de caso.

Desta forma, primeiramente foi feito um levantamento de dados secundários a fim de identificar a literatura já consolidada sobre o selo ambiental e marketing ambiental. Também foram analisados documentos, sites, dissertações e artigos científicos sobre o tema tratado. Posteriormente, foi construído um roteiro de entrevistas, diretamente relacionado com o referencial teórico, onde foram abordados aspectos como procedimentos e parâmetros para a obtenção do selo ambiental; vantagens da obtenção deste selo; principais mercados que absorvem este produto, etc.

Na seqüência foi realizada uma entrevista com a gestora de uma propriedade rural que obteve o selo ambiental do IRGA. A entrevista foi feita pessoalmente, em profundidade, seguindo um protocolo que foi construído, articulado com o referencial teórico.

Para a análise da entrevista, por ser qualitativa, com questões abertas, foi realizada a análise descritiva, visando à ligação com as abordagens teóricas utilizadas no desenvolvimento da pesquisa. Por fim, os resultados foram descritos.

5. Resultados Obtidos

A propriedade rural analisada localiza-se no município de São Gabriel, na região da Fronteira Oeste do estado do Rio Grande do Sul, e atua no setor orizícola há mais de 50 anos. A propriedade conta com dezoito colaboradores. Além do cultivo do arroz é feita também a secagem dos grãos na própria propriedade. A gestora manifestou a sua preocupação ambiental há cerca de 10 anos, buscando adotar várias práticas ambientalmente corretas e, também, atender as especificações das legislações visando causar menos impactos ao meio ambiente e, ao mesmo tempo, obter uma diferenciação em relação aos demais produtores da região.

A crescente conscientização ambiental está fazendo com que a sociedade se preocupe cada vez mais com o meio ambiente. Na busca do atendimento e adequação a esta demanda, esta propriedade rural buscou a certificação do programa do selo ambiental do IRGA. Na introdução das práticas para atenderem as especificações do regulamento houveram dificuldades na organização da documentação necessária e, também, a necessidade de realização de algumas obras exigidas como, por exemplo, a construção de rampas para a lavagem de tratores, adequação dos galpões que servem como depósitos de embalagens, introdução de recipientes coletores de resíduos na forma seletiva e análise minuciosa para o atendimento da legislação ambiental vigente.

Dentre as práticas ambientalmente corretas a serem desenvolvidas na propriedade rural estão o receituário agrônomo para aquisição e uso de defensivos agrícolas, depósito de defensivos, tríplex lavagem das embalagens, utilização de EPIs (equipamento de proteção individual), recolhimento de embalagens, depósito de graxa e lubrificante, tanque de combustível com bacia de contenção, rampa de abastecimento e tanque de lavagem com pista impermeável, caixa separadora de óleo/água, racionalização do uso da água e de energia elétrica, prática de áreas ambientalmente frágeis e controle e eficiência no uso de combustíveis. A gestora acredita que os consumidores estão valorizando, cada vez mais, os produtos ecologicamente corretos.

Atualmente, as dificuldades foram superadas com a realização de treinamentos dos funcionários que foram fundamentais para o êxito da obtenção da certificação. Embora o produto ainda não apresente uma diferenciação na embalagem final do arroz beneficiado, o fato da lavoura possuir esta certificação é a certeza de estar no caminho da adequação das leis ambientais. Além disso, a gestora demonstrou interesse na obtenção de outras certificações ambientais.

6. Conclusões

O Selo Ambiental do IRGA permite certificar e premiar as propriedades rurais cujas lavouras de arroz adotam uma série de medidas em relação à questão ambiental. Estes parâmetros utilizados pelo IRGA são rigorosos e possibilitam ações ambientais efetivamente positivas. Um dos principais objetivos desta certificação é promover a sustentabilidade ambiental, possibilitar a ampliação de mercados futuros, além de reduzir custos no processo produtivo e ampliar os limites de crédito. Em decorrência de poucas empresas rurais obterem este selo, estas propriedades rurais premiadas promovem o marketing ambiental da sua propriedade rural e da sua lavoura.

Com a obtenção do selo ambiental a propriedade rural cumprirá obrigatoriamente as legislações trabalhistas, ambientais e fiscais e deverá cultivar o arroz utilizando tecnologias mais limpas na propriedade e na lavoura, obtendo um tratamento diferenciado nos processos de licenciamento e outorga.

7. Referências Bibliográficas

1. BEDANTE, G. N. A influência da consciência ambiental e das atitudes em relação ao consumo sustentável na intenção de compra de produtos ecologicamente embalados. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da UFRGS. 2004.
2. IRGA. Regulamento do Selo Ambiental da Lavoura de Arroz do Rio Grande do Sul. Acesso em: 24/03/2010. Disponível em <http://www.irga.rs.gov.br>.
3. KOTLER, P. & ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. Rio de Janeiro: phb, 1998.
4. YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.