

ROTULAGEM AMBIENTAL: UMA NECESSIDADE DOS FLORICULTORES BRASILEIROS

Girlaine Souza da Silva ALENCAR (1); Francisco Hugo Hermógenes de ALENCAR (2)

(1) IFCE *Campus* Juazeiro do Norte, Av. Plácido Aderaldo Castelo, 1646 – Planalto – Juazeiro do Norte – CE 63040-540 e-mail: girlaine@ifce.edu.br

(2) IFCE *Campus* Juazeiro do Norte, Av. Plácido Aderaldo Castelo, 1646 – Planalto – Juazeiro do Norte – CE 63040-540 e-mail: franciscohugo@ifce.edu.br

RESUMO

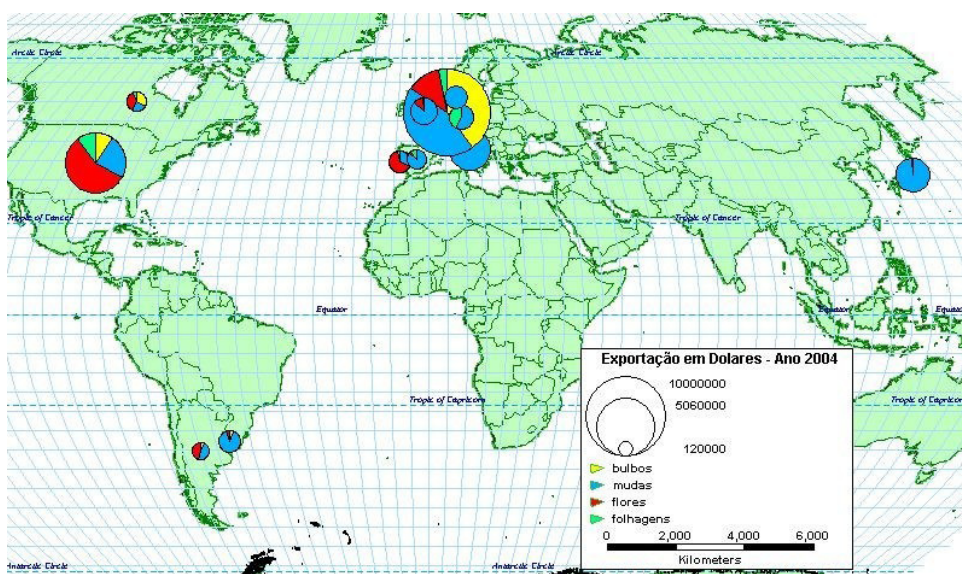
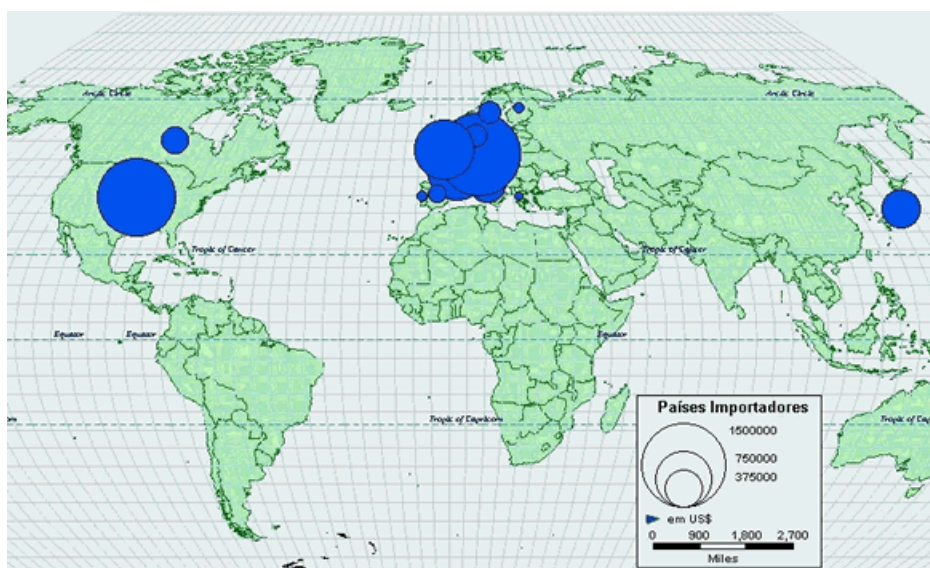
A rotulagem ambiental não é um tema recente em vários setores produtivos. Porém no setor da floricultura este tema tornou-se um paradigma frente às exigências dos mercados consumidores. O Brasil é um país emergente neste setor e este artigo enfatiza a necessidade dos floricultores brasileiros aderirem a programas de rotulagem ambiental, tendo em vista que os maiores importadores da floricultura brasileira valorizam produtos gerados dentro dos critérios sustentáveis. A adoção destes programas tornará a floricultura brasileira mais competitiva e mais valorizada no mercado internacional, frente à competição instaurada com a globalização. Porém vale ressaltar a importância da criação de programas ambientais locais, visto que cada região possui suas especificidades e seus fatores limitantes que deverão ser observados para que a produção sustentável seja possível.

Palavras-chave: selo verde, floricultura, mercado

1. INTRODUÇÃO

A rotulagem ambiental de produtos não é uma novidade, porém no setor da floricultura é uma prática recente. Este novo contexto do mercado aconteceu graças à crescente conscientização dos consumidores em relação aos aspectos ambientais, que passaram a exigir produtos agrícolas produzidos dentro dos critérios da sustentabilidade.

Os maiores importadores mundiais dos produtos da floricultura, o americano e o holandês (Mapa 1), valorizam produtos com rótulos ambientais. De acordo Kiyuna *et al.* (2004), estes mercados foram os principais importadores da floricultura brasileira em 2004 (Mapa 2). Portanto, para os produtores brasileiros que visam à conquista e a manutenção destes mercados, a escolha de um programa de rotulagem ambiental é fundamental.



2. A ROTULAGEM AMBIENTAL NO MUNDO

De acordo com Godoy e Biazin (2000) os programas de rotulagem surgiram nos EUA em 1894, mas restringia-se a comprovar a veracidade das informações contidas nos rótulos das embalagens.

Os programas de rotulagem ambiental tiveram início na década de 1940. Porém destinava-se a informar o consumidor sobre o uso e armazenamento de produtos, principalmente agrotóxicos e raticidas, apenas para obedecer a legislação sobre saúde e meio ambiente (CASTRO *et. al.*, 2004).

Paulus e Schlindwein (2001) afirmam que a partir da segunda metade do Século XX várias tecnologias foram incorporadas nas empresas agrícolas para aumentar a produção e a produtividade nas atividades agropecuárias. Entretanto, Sárandon (2002), ressalta que o uso destas técnicas trouxe consequências sociais e impactos altamente negativos ao meio ambiente.

A Europa foi o primeiro continente a se preocupar com a preservação do meio ambiente (MOREIRA, 2001). Os movimentos ambientalistas tiveram início na década de 1960 motivados pela contaminação das águas e do ar. Porém, a regulamentação e o controle ambiental só surgiram a partir da década de 1970 (VALLE, 1998). Pois, segundo Moreira (2001), até esta década, as empresas se limitavam a evitar acidentes e a cumprir as normas estabelecidas pelos órgãos reguladores de poluição. Desta forma, os custos com a despoluição oneravam os produtos e o crescimento da atividade econômica era considerada incompatível com as práticas de proteção ambiental.

Em 1970, surgem os rótulos ambientais para produtos orgânicos (CASTRO *et al.* 2004). Entretanto, apenas ao final da década de 1980, com o aumento do número de consumidores de produtos produzidos dentro dos critérios ambientais, é que as empresas passaram a reconhecer a responsabilidade ambiental como necessidade de sobrevivência. Ela se configurava como um novo e promissor mercado consolidava-se o mercado dos consumidores verdes (MAIMON, 1996).

3. O MERCADO DOS PRODUTOS COM RÓTULO AMBIENTAL

Pinazza (1998) ressalta que o *ecobusiness* é um mercado crescente. Em 1990 estes produtos movimentaram US\$ 225 bilhões no mercado internacional. E entre os países da *Organization for Economic Co-operation and Development* - OCDE, os EUA era o responsável por 40% dos negócios. Com destaque para o Japão e a Alemanha, que consome 40% do que produz neste setor. Berle (1992) relata uma pesquisa feita em 1990 nos EUA, em que 39% dos entrevistados não se importariam de pagar um pouco mais por produtos que fossem comprovadamente favoráveis ao meio ambiente. E 25% dos consumidores americanos afirmam que já mudaram suas preferências em relação à compra de produtos, cujas empresas contribuíam com a degradação ambiental (CALLENBACH *et al.* 1993). Em países europeus como Suíça, Alemanha e Inglaterra, os consumidores verdes representam 50% da população (ANDRADE, 2000). Silva (1998) enfatiza a rentabilidade deste mercado quando afirma que o Brasil exporta café sem agrotóxicos para o Japão com preços 30 a 40% acima dos praticados no mercado internacional.

Estudos de mercado têm mostrado que os consumidores verdes exigem uma comprovação de que os produtos contribuem para a preservação do meio ambiente (DONAIRE, 1995). E para atender a esta necessidade, surgem os selos verdes, nome genérico para programas de rotulagem que evidenciam um aspecto ambiental (GODOY e BIAZIN, 2000).

Diante disto, muitos países desenvolvidos passaram a utilizar os rótulos ambientais como forma de diferenciação dos seus produtos, destinados aos mercados interno e externo e passaram a exigir dos produtos importados. Já os países em desenvolvimento, foram obrigados a adotarem programas de rotulagem ambiental visando a conquista e a manutenção de mercados externos.

4. A ROTULAGEM AMBIENTAL NA FLORICULTURA

O desenvolvimento agrícola sustentável passou a ser o novo paradigma do setor agropecuário, forçando as empresas agrícolas a se reestruturarem. Criado na década de 1980, com a conscientização dos limites dos

recursos naturais, este modelo foi especialmente impactante nos sistemas produtivos agrícolas dos países em desenvolvimento onde a reestruturação no processo produtivo foi inevitável para manterem-se competitivos no mercado internacional, cujos aspectos ecológicos passaram a ser usados como barreiras não-tarifárias (ROSA, 1998).

Apesar dos programas de rotulagem ambiental não serem recentes, os programas no setor da floricultura tiveram início em 1993. As mudanças começaram a ocorrer quando os mercados consumidores passaram a exigir modificações no setor, devido a denúncias de grupos ambientalistas, organizações de direitos humanos e ONG's sobre problemas gerados por esta atividade. Principalmente relacionados ao uso excessivo de água e a utilização de agrotóxicos (GROTE, 1999). Para Berle (1992), “ (...) no Brasil, os agrotóxicos constituem uma das mais importantes fontes de poluição, não só dos alimentos, como também dos recursos hídricos.”

Devido a estas denúncias, houve uma queda significativa nas vendas de produtos da floricultura, levando muitos mercados a exigirem um certificado que garantisse que os produtos foram processados dentro do conceito da sustentabilidade. Diante disto, o setor da floricultura teve que orientar sua produção para esta nova oportunidade conjuntural do mercado.

Em geral, os produtos com rótulos ambientais são destinados à exportação devido aos custos elevados da certificação, fato que limita a adesão dos pequenos produtores aos programas. Especialmente os selos Tipo I, fornecidos por terceiros que têm maior credibilidade e permite maior competitividade do produto em relação a seus similares. Godoy e Biazin (2000) afirmam que implantação de um programa de rotulagem varia de US\$ 197,00 (Alemanha) até US\$ 1.655,00 (Suécia).

De acordo com a Divisão de Informação Comercial do Ministério das Relações Exteriores do Brasil, em um futuro próximo, exportadores que queiram fornecer produtos para o mercado europeu, terão que provar que seus produtos foram produzidos de acordo com boas práticas agrícolas. Na Europa, os Países Baixos, a Alemanha e a Escandinávia são os países de maior consciência ambiental. A Holanda tem o seu próprio rótulo ambiental para o setor da floricultura, é o *Milieu Programme Sierteelt* ou *Floriculture Environment Programme*. É um Código de Conduta para o setor de horticultura ornamental. Este programa teve início em 1993 e restringia-se apenas aos produtores holandeses, em 1997 começou a ser utilizado por produtores de várias partes do mundo. Atualmente, mais de 60% das flores vendidas em leilões e agências holandesas, têm este rótulo. Para obtê-lo, o produto deverá atender os requisitos exigidos pelo programa, que avalia uso de agrotóxicos e fertilizantes, uso e desperdício de água e energia, práticas de reciclagem e aspectos sociais.

Atualmente, outros grandes exportadores mundiais de flores desenvolveram programas de rotulagem ambiental no setor: Equador - *Flower Label Program – FLP* (Programa de Certificação da Floricultura); Kenya - *Conselho Da FLor do Kenya – KFC*; Colômbia - Programa *Florverde*.

Castro *et al* (2005) ressaltam que a proteção ambiental está se convertendo em oportunidade de mercado contribuindo com a expansão do comércio e com a prevenção de restrições a mercados externos. Porém, alertam para a dificuldade de diferenciar medidas de proteção ambiental legítimas e necessárias, daquelas empregadas com a finalidade de restringir o comércio entre países, protegendo o mercado interno da concorrência de produtos importados. Afirmam ainda, que dos produtos brasileiros que mais sofrem com as barreiras ambientais são os provenientes do setor agrícola.

5. CONCLUSÕES

A rotulagem ambiental vista como restrição de mercado por muitos, está se configurando como vantagem competitiva. A abertura de mercado ocasionada pela globalização foi fator determinante para este novo cenário e, portanto, os floricultores que pretendem conquistar e se manterem no mercado internacional, deverão se adequar a este novo paradigma. Muitos países já têm os seus próprios programas de rotulagem ambiental na floricultura e o Brasil também precisa evoluir neste sentido. Porém é necessário ressaltar que devido a grande extensão territorial brasileira, e as conseqüentes diversidades climáticas e edáficas, as regiões estão sujeitas a fatores limitantes diferentes e é importante que estas especificidades sejam observadas para atenderem aos critérios de sustentabilidade quando os programas forem elaborados.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; TACHIZAWA, Takeschy; CARVALHO, Ana Barreiros de. **Gestão ambiental**. São Paulo: Makron Books, 2000.
- BERLE, G. **O empreendedor verde: oportunidade de negócios em que você pode salvar a terra e ainda ganhar dinheiro**. Trad. Gladys P. W. São Paulo.: Makron, McGraw-Hill, 1992.
- BRASIL, Ministério das Relações exteriores - Divisão de Informação Comercial. **Como exportar – Países Baixos**. Brasília: MRE, 2002.
- CALLENBACH, Ernest; *et al.* **Gerenciamento ecológico**. São Paulo: Cultrix, 1993.
- CASTRO, D. *et al.* **O comércio e o meio ambiente – as diversas faces desse binômio**. Disponível em www.cepea.esalq.usp.br/internacional/publicacao.php?id=60 acesso em 20/08/2005.
- CASTRO, Diego; CASTILHO, Selene; MIRANDA, Silvia. **A rotulagem ambiental no contexto de comércio internacional**. Disponível em www.cepea.esalq.usp.br acesso em 12/08/2004.
- DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa**. São Paulo: Atlas, 1995.
- GODOY, A. M. G. e BIAZIN, C. C. A rotulagem ambiental no comércio internacional. In 4º Encontro Eco-Eco. **Anais...** 2000.
- GROTE, Ulrike, **Sustainable development in the flower sector with eco-labels?** Berlin, 1999.
- KIYUNA, I. *et al.* **Comércio exterior de produtos da floricultura em 2004: desempenho e oportunidades**. Disponível em: www.iaa.sp.gov.br/download/786-kiyuna.pdf acesso em 21/08/2005.
- KIYUNA, I. ; ANGELO, J. A.; COELHO, P. J. **Desempenho do comércio exterior de produtos da floricultura em 2003**. Disponível em: www.iaa.sp.gov.br acesso em 14/02/2004.
- MAIMON, D. **Passaporte verde**. Rio de Janeiro Qualitymark, 1996.
- MOREIRA, Maria Suely. **Estratégia e implantação do sistema de gestão ambiental (Modelo ISO 14000)**. Belo Horizonte: Desenvolvimento Gerencial, 2001.
- PAULUS, G. e SCHLINDWEIN, S. L. Agricultura sustentável ou (re)construção do significado de agricultura? **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, Porto Alegre, v.2, n.3, jul/set. 2001.
- PINAZZA, L. A. **A questão ambiental no agrobusiness**. In. Silveira, M. A. da; VILELA, S. L. DE O. (Ed) **Globalização e sustentabilidade da agricultura**. Jaguariúna: EMBRAPA – CNPMA, 1998 p. 43-63.
- ROSA, B. **O novo cenário da agricultura brasileira**. In. Silveira, M. A. da; VILELA, S. L. DE O. (Ed) **Globalização e sustentabilidade da agricultura**. Jaguariúna: EMBRAPA – CNPMA, 1998 p. 89-104.
- SILVA, S. L. da. Informação e competitividade: a contextualização da gestão do conhecimento nos processos organizacionais. **Ciência da Informação**. Brasília, v. 31, n. 2, p. 142-151, maio/ago. 2002.