

I CONGRESO IBEROAMERICANO AJICEDE
SEVILLA, 22-23 NOVIEMBRE 2018

**CERTIFICAÇÃO DOS PRODUTOS ORGÂNICOS COMO ALTERNATIVA DE REDUÇÃO DA
ASSIMETRIA DA INFORMAÇÃO PARA O CONSUMIDOR BRASILEIRO**

Maíra Rocha Santos, mairarocha@unb.br
Ari Melo Mariano, arimariano@unb.br

Palavras Chave:

Certificação; Revisão Sistemática; Assimetria da informação, Produtos Orgânicos

Área temática proposta

Outros (Agronegócio) e Marketing

CERTIFICAÇÃO DOS PRODUTOS ORGÂNICOS COMO ALTERNATIVA DE REDUÇÃO DA ASSIMETRIA DA INFORMAÇÃO PARA O CONSUMIDOR BRASILEIRO

1. INTRODUÇÃO

Os produtos provenientes do campo, sejam eles de origem animal ou vegetal, padecem de um fator muito importante quando analisados do ponto de vista do consumidor: a assimetria informacional e o alinhamento de expectativas. Os crescentes surtos das doenças animais, no globo, tais como a gripe aviária, causada por uma mutação do vírus Influenza A, a encefalopatia espongiforme transmissível (BSE), popularmente conhecida como “vaca louca”, ou mesmo o excesso do uso de agrotóxicos no cultivo agrícola estão sendo cada vez mais discutidos no contexto da segurança alimentar dos consumidores.

Brown e Hillegeist (2007) sugerem que a certificação dos produtos, nesse sentido, é uma forma de assegurar a salubridade e a qualidade do alimento para o consumidor, reduzindo a assimetria informacional da cadeia de produção e estabelecendo uma relação de confiança entre o produtor e o cliente.

De acordo com Grunert (2002), a confiança nos atributos dos produtos orgânicos, bem como a percepção da qualidade do alimento ocorre após a sua compra, preparo e consumo. Desse modo, para tomar sua decisão de compra, o consumidor necessita de subsídios para definir a sua percepção de qualidade. Borrás e Toledo (2007) apresentaram um modelo consistente no qual dividem a qualidade dos alimentos em extrínseca e intrínseca. Para os autores, a qualidade extrínseca são os atributos visíveis, facilmente percebidos como preço, cor, aparência, formato, tamanho. Já na qualidade intrínseca; os atributos são informacionais

geralmente ligados ao dano ao meio ambiente, presença ou ausência de aditivos químicos, comércio justo, processo de produção ou higiene no beneficiamento.

Desse modo, a literatura sugere que os processos de certificação auxiliam nas relações de confiança, já que os alimentos são considerados bens de crença, ou seja, um julgamento subjetivo entre dois ou mais objetos baseando-se no conhecimento dos atributos e das características dos produtos em termos de expectativa (AJZEN, 2008).

A repercussão dessas teorias no mercado brasileiro já pode ser observada. De acordo com Willer, Yusefi-Menzler e Sorensen (2008), o Brasil possui o mercado doméstico mais desenvolvido de produtos orgânicos da América Latina. O próprio governo brasileiro, por meio do MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento criou projetos para o desenvolvimento dos produtores, apoiando e fortalecendo os setores de produção com o lançamento do programa Pró-Orgânico em 2004 e, em 2005, estimulando a conscientização da população, com a comemoração da Semana Nacional dos Alimentos Orgânicos, ressignificando os orgânicos a partir dos seus benefícios sociais, ambientais e nutricionais. Contudo, o crescente aumento desses produtos no mercado gerou desconfianças no consumidor que não sabe se está consumindo orgânicos de fato ou apenas produtos oriundos do cultivo tradicional.

Surge, desse modo, uma lacuna relacionada à legitimidade dos processos de produção, por parte dos consumidores. Nesse sentido, têm-se a pergunta que orienta essa pesquisa: seriam as certificações um modo de reduzir a assimetria da informação entre produtor e consumidor?

A importância desse estudo está em entender a motivação do consumo dos produtos certificados e, como objetivo, analisar esse comportamento a partir do conceito de bens de crença, fortemente relacionado a esse tipo de produto.

2. METODOLOGIA DE PESQUISA

Para responder à pergunta que orienta esse estudo foi realizada uma revisão sistemática da bibliografia disponível na base nacional do Google Acadêmico. Empregou-se a Teoria do Enfoque Metaanalítico Consolidado (TEMAC) sugerida por Mariano e Rocha (2017) que, por meio da revisão da literatura, identifica, interrelaciona e apresenta a literatura científica mais relevante a respeito de um tema.

Utilizou-se os seguintes descritores no buscador: "assimetria da informação", "produtos orgânicos", "certificação". Foram reportados 28 artigos no período de 2000 a 2018, sendo 31 citações para o artigo mais citado na base nacional.

Os documentos foram analisados pela pesquisadora com o interesse de responder à pergunta que orienta este estudo com foco sobretudo, nas pesquisas com maior citação reportadas pela busca. Por fim, analisou-se uma amostra de 8 documentos sendo esse grupo composto por artigos com no mínimo 2 citações.

3. RESULTADOS

Observou-se que a ocorrência de contaminação de alimentos associada ao ambiente de negócios mais competitivo resultou em maior atenção à qualidade e segurança alimentar, bem como à adoção de mecanismos públicos e privados para reduzir a assimetria de informação e a incerteza na qualidade dos produtos alimentícios disponibilizados no

mercado. A predominância de atributos de experiência e crença em alimentos levantou problemas de informação assimétrica entre o produtor e o consumidor, abrindo possibilidade para a transação de produtos com diferentes qualidades a preços similares, dificultando assim a percepção dos clientes.

Vinholis et. al (2012) observaram que a intervenção do Estado, marca, rastreabilidade e certificação tem provocado mudanças nas formas de coordenação das transações entre os agentes dos sistemas agroalimentares.

Já Conceição e Barros (2005) afirmaram que a certificação auxilia na redução da assimetria da informação e gera benefícios ao consumidor, além de incentivos à cooperação horizontal e vertical entre compradores e vendedores. Para os autores, por meio da certificação, sinaliza-se ao consumidor que determinado produto está em conformidade com padrões de qualidade pré-estabelecidos.

Silva e Lages (2013) também testaram a certificação como fator de redução da assimetria da informação e agregação de valor do produto a partir da certificação do queijo muçarela nas pizzarias na cidade de Maceió. Concluíram que a certificação é um dos mecanismos de garantia de qualidade que pode ser usado nos setores agroindustrial, apresentando-se como uma forma de transmitir informações sobre a segurança do produto que realmente reduziu a desconfiança das pizzarias em relação à qualidade do queijo adquirido.

Zuin e Zuin (2009) também entenderam a certificação como uma das formas de agregar valor às commodities agrícolas. Para os autores, além da agregação de valor, a certificação de procedência se constitui em uma importante ferramenta mercadológica, pois inibe uma possível fraude que esses produtos possam vir a sofrer quando ofertados ao mercado.

Filho e Bonfim (2013) reforçaram que a assimetria de informação na agricultura, tornou ineficiente o uso de mecanismos tradicionais de comercialização e desse modo, sugerem três soluções para reduzir os impactos do problema: a rastreabilidade, a certificação e a construção de marca dos produtos agroalimentares.

Contudo, Ribeiro (2008) em seu trabalho sobre competitividade dos sistemas de diferenciação no mercado de carne bovina reforçou que a marca se mostra com um resultado melhor em relação à certificação já que são sérios os problemas relacionados à falta de instituições e de definições claras sobre o papel das certificadoras existentes, no processo de controle e concessão dos selos de qualidade. Aponta que esse fato é agravado pela falta de marcos regulatórios, pela burocracia e pela lentidão na discussão sobre regulamentação dos casos de certificação. Por fim, de acordo com o autor, as certificações ainda enfrentam problemas com o direito do uso da imagem dos selos de qualidade.

Machado (2000) também acredita que a assimetria da informação pode ser reduzida entre as partes a partir do estabelecimento de marca com reputação positiva no mercado, indicando esse mecanismo privado no sentido de sinalizar para o consumidor que os produtos possuem determinados atributos qualidade.

Confirmou-se, a partir dos artigos da base nacional, que muitos dos trabalhos pesquisados acreditam que as certificações seriam um dos modos de reduzir a assimetria da informação entre produtor e consumidor. Contudo, a construção da marca do produto agroindustrial também apareceu fortemente como outro meio de redução dessa assimetria, já que esse atributo também consegue atribuir qualidade na percepção do cliente.

Por fim, percebeu-se que a crença é fator fundamental no processo visto que ela está por trás do valor da certificação e da construção da marca. Parte-se do pressuposto que sem a

crença, tanto a certificação quanto a construção da marca não seriam suficientes para atribuir a qualidade esperada aos produtos agroindustriais.

Para trabalhos futuros sugere-se observar a percepção do consumidor em relação às duas modalidades de redução de assimetria mais relatadas: a certificação e a marca. O direcionamento da pesquisa seria aferir qual desses mecanismos de redução de assimetria da informação seria decisivo para a compra no contexto da qualidade dos alimentos.

REFERENCIAS

- Ajzen, I., & Cote, N. G. (2008). Attitudes and the prediction of behavior. *Attitudes and attitude change*, 289-311.
- Borrás, M. A. A., & de Toledo, J. C. (2007). Coordenação da qualidade: proposta de estrutura e método para cadeias de produção agroalimentares. *Production*, 17(3), 471-485.
- Brown, S., & Hillegeist, S. A. (2007). How disclosure quality affects the level of information asymmetry. *Review of Accounting Studies*, 12(2-3), 443-477.
- da Conceição, J. C. P., & Barros, A. L. M. D. (2005). Certificação e rastreabilidade no agronegócio: instrumentos cada vez mais necessários.
- de Sousa Filho, H. M., & Bonfim, R. M. (2013). Oportunidades e desafios para a inserção de pequenos produtores em mercados modernos. *Ganhar tempo é possível?*, 71.
- Grunert, K. G. (2002). Current issues in the understanding of consumer food choice. *Trends in Food Science & Technology*, 13(8), 275-285.
- Machado, R. T. M. (2000). *Rastreabilidade, tecnologia da informação e coordenação de sistemas agroindustriais* (Doctoral dissertation, Universidade de São Paulo).
- MARIANO, A. M., & ROCHA, M. S. (2017). Revisão da Literatura: Apresentação de uma Abordagem Integradora. In *XXVI Congreso Internacional de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM), Reggio Calabria* (Vol. 26).
- Ribeiro, P. M. T. (2008). Certificação e desenvolvimento de marcas como estratégia de diferenciação de produtos: o caso da cadeia agroindustrial da carne bovina.
- Silva, R. P., & Lages, A. M. G. (2013). A DEMANDA DO QUEIJO MUSSARELA NAS PIZZARIAS NA CIDADE DE MACEIÓ: A CERTIFICAÇÃO COMO FATOR DE REDUÇÃO DA ASSIMETRIA DE INFORMAÇÃO.
- Vinholis, M. D. M. B., de Toledo, J. C., & de Souza Filho, H. M. (2012). Efeito dos mecanismos de redução da assimetria da informação e da incerteza da qualidade na estrutura de governança. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, 14(3).
- Soares Zuin, L. F., & Zuin, P. B. (2009). Produção de alimentos tradicionais: valorizando o produto pecuário por meio de certificações de indicação de procedência. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*, 22(3), 311-318.
- Willer, Y. M., & Yussefi-Menzler, M. (2008). Sorensen. *The World of Organic Agriculture-Statistics and Emerging Trends 2008*.