



## IMPORTÂNCIA DA CERTIFICAÇÃO FLORESTAL PARA O CONSUMIDOR FINAL NO MUNICÍPIO DE PARAUPEBAS-PA

Keiliane C. BRITO<sup>1</sup>; Tayla S. SOUSA<sup>1</sup>; Jéssica S. DIAS<sup>1</sup>; Amanda K. I. FERREIRA<sup>1</sup>; Marlane L. SOUZA<sup>1</sup>; Roberta K. O. SILVA<sup>1</sup>; Fernando W. C. ANDRADE<sup>2</sup>

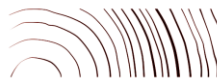
<sup>1</sup> Estudantes de Graduação em Engenharia Florestal da Universidade Federal Rural da Amazônia/Parauapebas-PA. Email: Keiliane.campos@outlook.com

<sup>2</sup> Professor da Universidade Federal Rural da Amazônia/Parauapebas-PA.

**Resumo:** O trabalho teve como objetivo avaliar a visão geral do consumidor final sobre a importância da certificação florestal, analisando o grau de conhecimento e valoração dos produtos certificados no município de Parauapebas-PA. O trabalho seguiu as seguintes ordens de execução: delimitação dos pontos de abordagem, confecção e aplicação do questionário e análise dos dados. Com duração de seis dias, a pesquisa contou com a participação de 100 consumidores. Dos entrevistados, 62% pertenciam ao gênero masculino, a maioria (29%) declarou possuir faixa etária entre 26 a 30 anos, 40% com ensino médio completo e profissões diversificadas. Mesmo 83% declarando já terem ouvido falar em desenvolvimento sustentável, somente 46% souberam dar uma resposta satisfatória. Sobre certificação florestal, 63% declararam não saber o significado, porém independente de saber ou não, 35% do total geral reconheceram os selos FSC e/ou Cerflor. No ato da compra de produtos provenientes da floresta, 80% das pessoas não avaliam a existência de selos no produto, porém 84% dos entrevistados estão dispostos a procurar lojas com produtos certificados, comprar produtos que possuam certificação e até pagar um sobrepreço. Alguns consumidores afirmaram que iriam começar a observar as informações sobre selos nos produtos antes de comprá-los, no entanto, no município existe uma grande dificuldade para encontrar lojas que possuam esses produtos, tornando difícil a aquisição. Um total de 79% dos entrevistados afirmou que não compraria produtos advindos de desmatamento ilegal, enquanto 21% declararam que comprariam. Dessa maneira, fazem-se necessárias mudanças na política local e maior conscientização de consumidores e empresários.

**Palavras chaves:** Perfil consumidor, certificação, desenvolvimento sustentável, Cerflor, FSC.

**Abstract:** The study aimed to assess the overall view of the final consumer about the importance of forest certification, analyzing the degree of knowledge and valuation of certified products in the municipality of Parauapebas-PA. The work followed the following implementing orders: delimitation of the approach points, manufacture and application of the questionnaire and data analysis. Lasting six days, the survey included the participation of 100 consumers. Of respondents, 62% were male, 29% the corresponding majority had aged between 26-30 years, 40% had completed high school and diverse professions. Even 83% stating they have already heard of sustainable development, only 46% could give a satisfactory answer. About forest certification, 63% said they did not know the meaning, but to know whether or not 35% of the overall total recognized the FSC and / or CERFLOR seals. Upon purchase of products from the forest, 80% of people do not assess the existence of seals in the product, but 84% of respondents are willing to search for shops



with certified products. Willing to buy certified products and to pay a premium, some consumers said they would begin to notice the information on labels on products before buying them, but in the city there is a difficulty in finding stores that have these products, making the acquisition. A total of 79% of respondents said they would not buy products stemming from illegal logging, while 21% said they would buy. In this way, are necessary changes in local politics and increased awareness of consumers and businesses.

**Keywords:** Consumer profile, certification, sustainable development, Cerflor, FSC.

## 1. INTRODUÇÃO

A crescente devastação florestal fez surgir pressões de comunidades e organizações, no sentido de buscar uma exploração florestal racional e que minimizasse os danos causados à natureza (ALVES et al., 2009). O setor florestal do Brasil tem grande potencial de expansão, podendo direcionar esforços ao uso sustentável dos recursos florestais e algumas ferramentas, como a certificação florestal, podem ser usadas para comprovar que a floresta é alvo do “bom manejo”.

A madeira legalizada é aquela que cumpre todas as condições previstas na lei quanto à documentação emitida pelos órgãos ambientais federais ou estaduais, podendo ser proveniente tanto de manejo florestal sustentável como de desmatamento, desde que autorizado pelos órgãos ambientais responsáveis. A madeira certificada possui não somente a documentação de acordo com a lei, mas também não degrada o meio ambiente e contribui para o desenvolvimento social e econômico das comunidades florestais (FSC BRASIL, 2013).

A crescente destruição das florestas tropicais foi o ponto de partida do processo de certificação de florestas nos anos 80 e 90. Consumidores alertados sobre o uso predatório de florestas tropicais aumentaram a pressão sobre as empresas do setor madeireiro para que estas assumissem uma política mais conservacionista e humanista. Medidas de boicote de madeira tropical acompanharam as ações de várias ONGs para chamar atenção de desmatamentos ilegais de florestas tropicais e de promover uma política de desenvolvimento sustentável. (SPATHELF et al., 2004). Nesse contexto a certificação florestal surge como uma resposta às preocupações sobre o desmatamento. Um grupo formado por empresas e organizações sociais e ambientais do mundo todo iniciou as negociações para a criação de uma entidade independente que estabelecesse princípios universais para garantir o bom uso das florestas (ZERBINI, 2014).

A certificação florestal é um processo voluntário e visa à implementação do “bom manejo florestal”. Consiste num pedido de auditoria feita por certificadoras credenciadas, que agem independentemente, mas segundo os princípios e critérios estabelecidos pelo modelo de certificação escolhido que assegura que a floresta está sendo manejada de acordo com critérios ecológicos, sociais e econômicos. O processo de certificação, em geral, requer um monitoramento periódico e uma renovação a cada cinco anos (SPATHELF et al., 2004).

No Brasil, o FSC e o Cerflor são os sistemas mais atuantes, ambos aptos a emitir certificados tanto pelo Manejo Florestal quanto pela Cadeia de Custódia (JACOVINE, 2006). A certificação do manejo florestal tem como objetivo atestar que a floresta está sendo utilizada de forma correta, de acordo com padrões sociais, ambientais e econômicos. Já a certificação da cadeia produtiva tem como objetivo garantir a rastreabilidade de um produto certificado, desde a floresta até o consumidor final. Ela é a garantia que o produto final teve a sua origem em uma floresta certificada (IMAFLOA, 2005).



Além do seu principal objetivo, que é o de garantir que os empreendimentos florestais consigam conciliar o uso da floresta e a conservação de seus recursos naturais, a certificação florestal promove benefícios que atingem desde a floresta até o consumidor final, fazendo com que os empreendimentos respeitem os direitos de trabalhadores e comunidades tradicionais. Isso porque é baseada nos três pontos da sustentabilidade: ecologicamente correto, socialmente justo e economicamente viável (OLIVEIRA, 2013).

Das vantagens obtidas pelas empresas que optam pela certificação, podem-se destacar: acesso a mercados altamente competitivos de produtos florestais madeireiros e não madeireiros; melhoria da imagem da organização junto aos compradores, funcionários e comunidades locais; acesso a fontes de financiamento; agregação de valor ao produto proporcionando preços diferenciados; melhoria da prática do bom manejo florestal; incentivo ao desenvolvimento e aperfeiçoamento de tecnologias florestais (REZENDE, 2006)

No entanto, Papp (2006) em seu trabalho conduzido em campo, registrou entraves a certificação florestal, como o elevado custo de obtenção e manutenção do certificado, difícil relação entre os prestadores de serviço, muita das vezes oportunistas, e critérios não adequados a situação brasileira, exposição pública de aspectos negativos da empresa, os projetos e programas exigidos possuem custo elevado e acréscimo de custo administrativo. Há também uma dificuldade quanto à autorização do emprego do uso de agroquímicos no controle de algumas pragas e doenças, o que limitaria em algumas regiões a produção de certas espécies.

A certificação florestal é uma tendência mundial em ascensão, que deve ser de grande interesse para os consumidores deste setor, pois além de garantir a qualidade e o respeito ao meio ambiente e a sociedade em geral, mostra que as pequenas e grandes empresas se preocupam cada vez mais com esses quesitos, agregando valor de mercado ao seu produto.

Diante do exposto, objetivou-se com esta pesquisa, avaliar a visão geral que os consumidores de produtos florestais do município de Parauapebas têm sobre a certificação florestal, especificando o grau de conhecimento e a importância que está sendo atribuída ao assunto e se há uma valoração quanto aos produtos certificados.

## **2. MATERIAL E MÉTODOS**

A pesquisa foi realizada no município de Parauapebas – PA (Figura 1). Inicialmente houve o levantamento de lojas que vendem produtos madeireiros, e destas foram escolhidas seis lojas localizados em bairros distintos, de modo a aumentar a representatividade da população e, que tivessem públicos diferentes.



**Figura 1.** Localização de Parauapebas no Estado do Pará

Fonte: Google (2014).

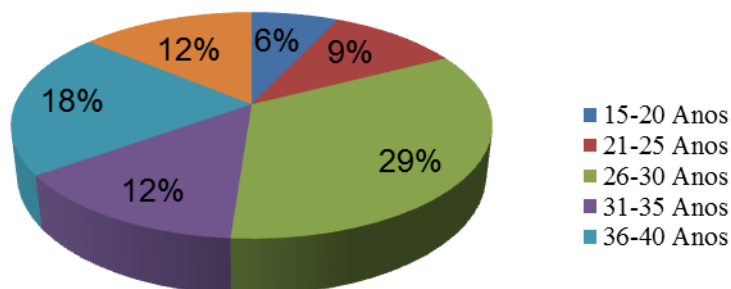
Foi aplicado um total de 100 questionários aos consumidores que visitavam as lojas selecionadas. O percentual amostrado foi de 83% dos consumidores diários das lojas (média de 120), o que está de acordo com o exigido para seleção do tamanho mínimo da amostra de acordo com Alves (2009).

O questionário aplicado foi do tipo semiestruturado com questões fechadas e abertas, elaboradas com base em literatura específica do tema de acordo com Oliveira (2013).

### **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

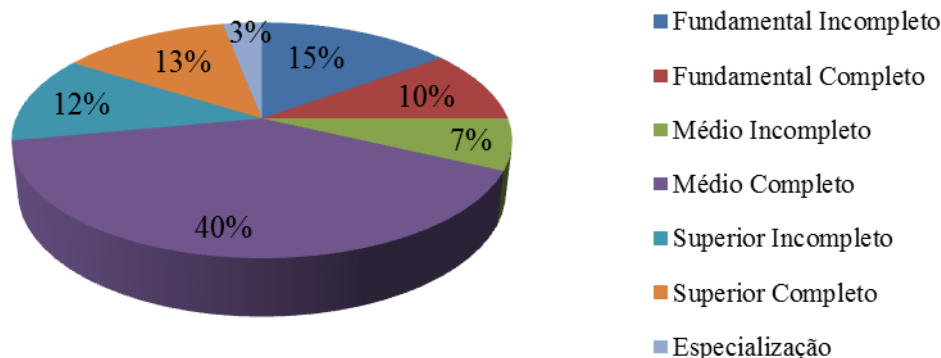
Segundo Kotler e Keller (2006) homens e mulheres podem reagir de diferentes maneiras as mensagens de marketing. De acordo com os resultados encontrados, a maior parte dos consumidores que responderam ao questionário foi do gênero masculino, correspondendo a 62% do total, sendo o sexo feminino representado por 38%. Isso pode ser explicado pelo local da pesquisa, como lojas de portas, madeiras e polo moveleiro, onde as lojas funcionam junto com a linha de produção e onde ocorre a venda direta da matéria prima. De acordo com os resultados obtidos na pesquisa, foi possível observar que o setor madeireiro é um ambiente maior frequentado por homens que negociam o fornecimento da madeira.

As decisões do comprador também são influenciadas por características pessoais, como idade e estágio no ciclo de vida, ocupação, circunstâncias econômicas, personalidade, autoimagem, estilo de vida e valores (KOTLER e KELLER, 2006). Em relação à idade dos consumidores entrevistados, a faixa etária com maior representatividade (29%) está entre 26 a 30 anos. Esses dados podem ser justificados pelo fato de que nesta faixa etária os consumidores começam a adquirir bens duráveis e procuram produtos com maior ciclo de vida, a um custo menor e com qualidade. O que não ocorre com a faixa etária com menor representatividade (6%) que está entre 15 e 20 anos (Figura 2), onde o interesse de posse está voltado para outros bens não duráveis, havendo maior dependência dos pais.



**Figura 2.** Grau de faixa etária dos entrevistados, em porcentagem

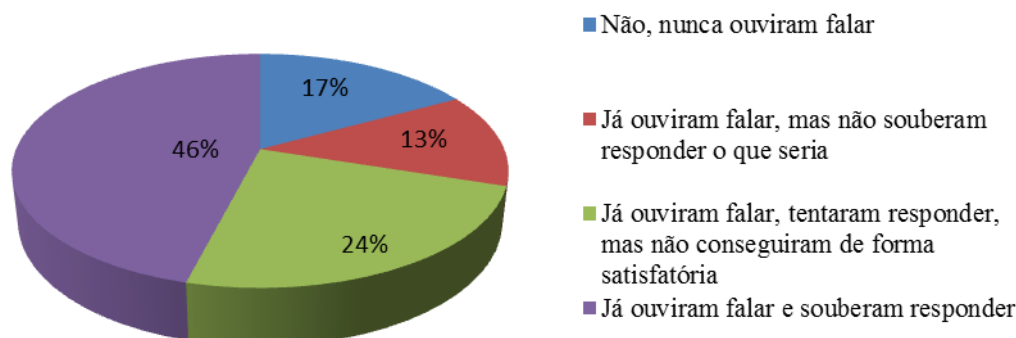
Quanto ao grau de escolaridade dos entrevistados a maioria (40%) disse ter ensino médio completo, e a minoria (15%) disse ter ensino fundamental incompleto (Figura 3).



**Figura 3.** Grau de instrução dos entrevistados, em porcentagem

Em relação à renda, a maioria declarou possuir de 1 a 2 salários mínimos (29%), e somente 12% declarou receber acima de 5 salários mínimos, o que ressalta a má distribuição de renda no município. Segundo Alves et al. (2009) independente da renda e do grau de instrução, no momento da compra, a decisão final e o nível de exigência se baseiam principalmente no valor do produto. Foi possível observar que antes da entrevista que muitos consumidores estavam inteiramente interessados no valor do produto final, sem levar em consideração sua certificação.

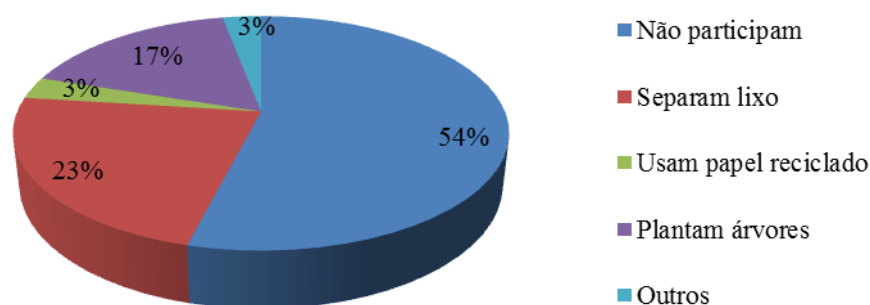
Quando questionados se já ouviram falar em desenvolvimento sustentável, 17% dos entrevistados responderam que nunca ouviram e, portanto, não sabiam dizer o que significava. A maioria (83%) respondeu já ter ouvido falar, porém somente 46% realmente souberam responder de forma satisfatória o significado de desenvolvimento sustentável; 13% não sabiam responder o que significava e 24% tentaram responder, mas não conseguiram chegar a uma resposta aceitável (Figura 4).



**Figura 4.** Conhecimento dos entrevistados sobre desenvolvimento sustentável, em porcentagem

A definição mais aceita para desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro (WWF, 2015). Esperava-se pelo grau de formação que houvesse respostas satisfatórias, devido à maior acessibilidade ao tema apresentado e ao grau de instrução da maioria, porém não ocorreu o esperado.

Do total de entrevistados, somente 46% declararam que participam ou que já participaram de alguma atividade socioambiental, sendo a maioria 23% participante de segregação de lixo (Figura 5).



**Figura 5.** Participação dos entrevistados em atividades socioambientais, em porcentagem

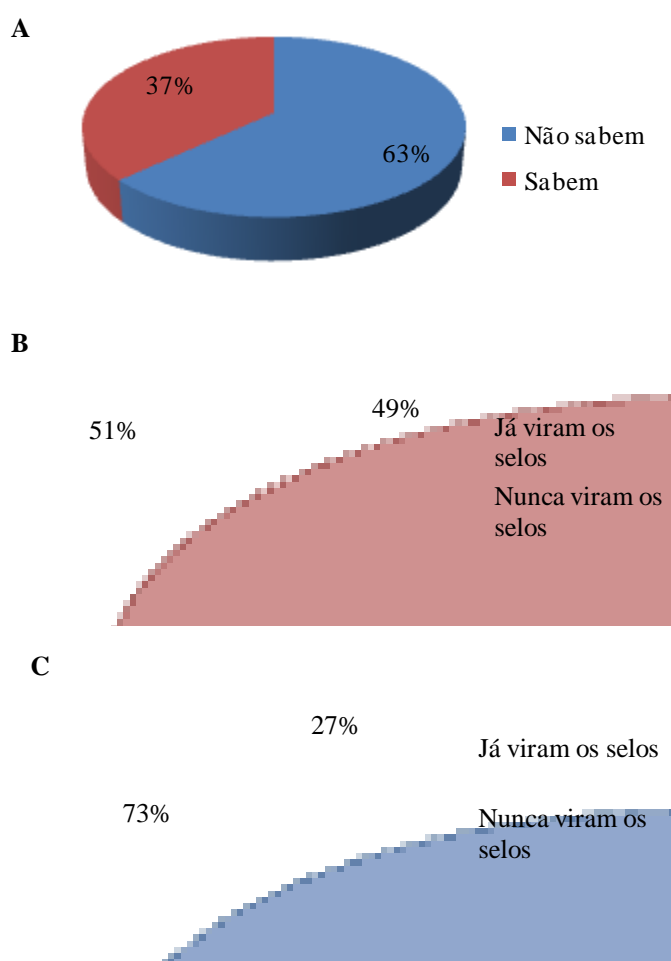
A atividade de segregação de resíduos não existe no município de Parauapebas devido à falta da coleta seletiva pública, exceto em ambientes controlados por grandes empresas como, por exemplo, o núcleo urbano de Carajás, que possui conforme afirmado por Souza e Pereira (2008) uma realidade totalmente diferente da realidade brasileira, com características dos Países Desenvolvidos.

A maioria dos entrevistados afirmou que a atitude socioambiental, como obedecer à separação do lixo, dava-se em ambientes de trabalho e/ou locais que dispunham de coletores adequados.

Segundo Almeida (2000) a preocupação com a origem do produto (proveniente de um manejo sustentável), ainda não é valorizada pelos consumidores.

Do total geral dos entrevistados, somente 37% declararam saber o significado de certificação florestal, porém quando estes foram abordados acerca do conceito somente 11%

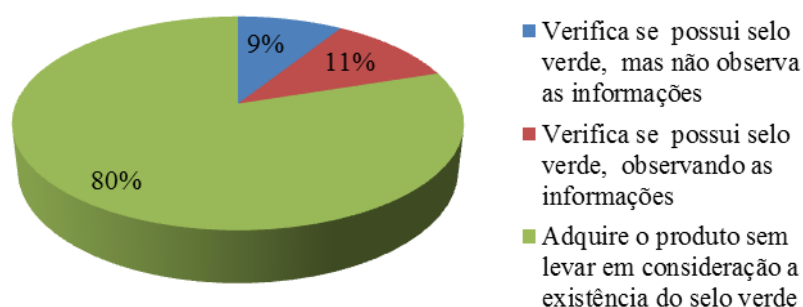
realmente souberam responder e apenas 49% reconheceram os selos FSC e/ou Cerflor, ou seja, 51% estavam equivocados ao declarar que compreendiam sobre certificação florestal, pois não foram capazes de reconhecer os selos. Dos 63% que responderam não saber o significado de certificação florestal, 27% reconheceram os selos mesmo não sabendo o seu objetivo. Independentemente se sabiam ou não o que seria certificação, 35% do total geral de entrevistados afirmaram ter visto os selos, o que denota uma quantidade considerável de produtos certificados no mercado (Figura 6).



**Figura 6.** O gráfico A - significado de certificação florestal; - os gráficos com a letra B e C tratam dos entrevistados que responderam saber e não saber o significado de certificação florestal, respectivamente

Quanto aos meios em que os consumidores entrevistados conseguiam visualizar os selos, 30% declarou que já haviam observado em embalagens, 26% televisão, 3% móveis, 6% internet, 26% não lembram e 9% outros. Resultado semelhante ao do trabalho de Oliveira (2013), onde o maior número de entrevistados conheciam os selos através de embalagens.

O resultado desta pesquisa confirma o relato de Almeida (2000) quanto à pouca valorização do produto proveniente de manejo sustentável. A maioria dos entrevistado (80%) responderam que não observavam a presença do selo no produto no momento da compra (Figura 7).



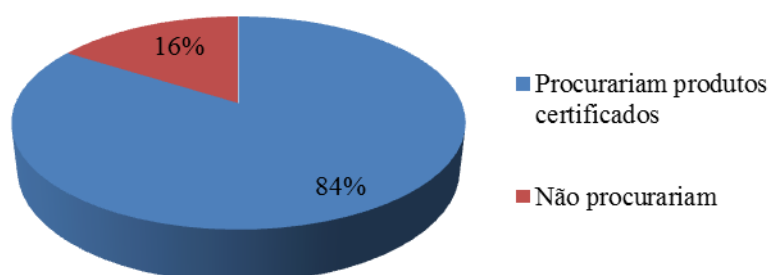
**Figura 7.** Comportamento dos entrevistados diante da compra de produtos de origem florestal

Resultado que corrobora com o encontrado por Oliveira (2013) em uma pesquisa semelhante na cidade do Rio de Janeiro; a autora relata em seu trabalho que muitos fatores são priorizados pelos consumidores, entre eles o preço, o custo, a qualidade, o melhor atendimento, o prazo, entre outros.

Muitos dos entrevistados disseram que nunca haviam prestado atenção na existência do selo, mas que começariam a observar. Oliveira (2013) relata que trabalhos no sentido de aumentar a conscientização estão sendo desenvolvidos, como é o caso da educação ambiental, que vem sendo realizada em ambientes empresariais, educacionais, entre outros. Segundo Gadotti (2008) o desenvolvimento sustentável possui um componente educativo, a preservação do meio ambiente depende da conscientização ecológica das pessoas e esta da educação.

É importante destacar que a minoria das lojas possui móveis com madeira certificada, portanto, achou-se necessário indagar aos consumidores de móveis se eles estariam dispostos a procurar em outras lojas produtos que possuíssem o selo de certificação e dar preferência a estes (OLIVEIRA, 2013).

Quando os consumidores foram questionados se dariam preferência de compra a um produto cuja madeira é oriunda de manejo florestal que se preocupou com a sustentabilidade ambiental, 84% dos entrevistados relataram que dariam preferência a lojas que possuam estes tipos de produtos (Figura 8).



**Figura 8.** Disposição dos entrevistados em procurar produtos certificados (%)

Entretanto, apesar desse resultado mostrar o interesse do consumidor em contribuir com o meio ambiente, Oliveira (2013) afirma que as informações sobre a certificação florestal ainda são escassas, principalmente no que se refere às empresas que possuem os selos.

Quando indagados por que estariam dispostos a procurar por esses produtos, as respostas, em geral, foram para obter uma garantia e qualidade pelo produto que estariam consumindo, além de estarem usando de forma consciente os recursos naturais.



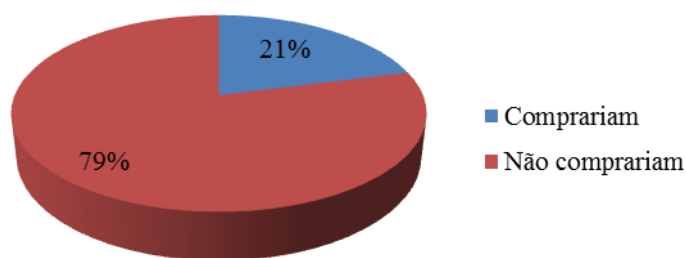
Os produtos certificados podem possuir um preço mais elevado, comparados aos produtos similares, porém não certificados. Essa diferença pode ser explicada pelos altos custos que as empresas investem na obtenção do selo de certificação, como a auditoria de avaliação, auditorias anuais para manter a certificação e as taxas anuais de certificação (meios que garantem a manutenção do sistema de certificação) (IMAFLOTA, 2005)

Desta forma, tornou-se importante saber a opinião dos consumidores sobre como deveria ser o preço dos produtos certificados. Verificou-se que 37% dos consumidores declararam que o preço dos produtos certificados deveria ser igual aos não certificados, seguido de 32% dos que achavam que deveria ter o preço maior e 31% que achavam que o preço dos produtos certificados deveria ser menor. Este é mais um dado que corrobora o relato de Oliveira (2013) sobre a prioridade do consumidor quanto ao menor preço em primeiro lugar, pois a diferença entre os que assumiram a necessidade de os produtos certificados possuírem maior preço foi muito pequena.

Quando indagados sobre o quanto estariam dispostos a pagar a mais por produtos certificados, 33% responderam que não pagaria nada a mais. Do total, 58% dos entrevistados afirmaram que pagariam sobre preço pela certificação florestal, com valores variáveis de 5% a 25% sobre o valor de mercado do produto e 9% não souberam responder.

Segundo uma pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha (2009), 81% da população daria preferência a produtos certificados se fossem adquirir um produto florestal, mesmo que o preço fosse um pouco superior ao produto sem certificação.

Sobre a disposição dos consumidores em comprar produtos oriundos do desmatamento ilegal, 79% declararam que não comprariam produtos dessa natureza caso soubessem a verdadeira procedência do produto e outros 21% declararam abertamente que comprariam mesmo sabendo a procedência ilegal (Figura 9).



**Figura 9.** Disposição dos consumidores em comprar produtos oriundos do desmatamento ilegal (%)

Esse resultado é semelhante ao encontrado pelo Instituto Datafolha (2009) que publicou pesquisas relacionadas à opinião dos brasileiros em relação ao desmatamento e às políticas socioambientais de instituições financeiras. Para a maioria, 94% dos entrevistados, o Brasil deveria parar o desmatamento para evitar os custos de desastres ambientais.

#### 4. CONCLUSÃO

A população mostrou-se favorável à implementação de leis mais rigorosas para proteger as florestas. Grande parte dos entrevistados desconhece o significado de certificação florestal, associando muitas vezes ao conceito de legalização. Sendo assim há necessidade de



mais informações sobre o assunto, por parte das credenciadoras, certificadoras e das empresas que possuem produtos certificados, aumentando assim a conscientização dos consumidores.

De acordo com a pesquisa, os consumidores estão dispostos a comprar produtos certificados e até pagar um sobre preço, no entanto, na região do estudo existe uma dificuldade de encontrar lojas que possuam esses produtos, dificultando ainda mais a aquisição.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, A. R. C. Gestão operacional da qualidade: uma abordagem prática e abrangente no setor florestal. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2000. 128p

ALVES, R.R.; JACOVINE, L. A.; PIRES, V. A. V.; CYRILLO, F. S.; ALBINO, A. A. Certificação Florestal e o consumidor final: um estudo no pólo moveleiro de Ubá – MG. Revista Floresta e Ambiente, Seropédica, RJ, v.16, n.2, p. 40 - 48, 2009.

DATAFOLHA. Disponível em: [www.inteligentesite.com.br/arquivos/pfca/311527datafolha.pdf](http://www.inteligentesite.com.br/arquivos/pfca/311527datafolha.pdf). Acesso em: 15/06/2015.

DATAFOLHA. Disponível em: [www.sbs.org.br/destaques\\_Pesquisa\\_Data\\_Folha.pdf](http://www.sbs.org.br/destaques_Pesquisa_Data_Folha.pdf). Acesso em: 15/06/2015.

FSC BRASIL. Guias de compras de produtos certificados FSC – Páginas verdes. p. 80 Disponível em: [br.fsc.org/download.guia-pginas-verdes.68.htm](http://br.fsc.org/download.guia-pginas-verdes.68.htm). Acesso em: 30 jan. 2013.

GADOTTI, M. Educar para a sustentabilidade. Revista IBICT - SEER, Brasília, v. 3, n. 1, p. 75-78, out. 2007/mar. 2008.

IMAFLOA. Brasil certificado: A história da certificação florestal no Brasil. Piracicaba, SP: Imaflora, 2005. 144p

JACOVINE, L.A.G. Certificação florestal na visão gerencial e estratégica da indústria moveleira nacional. Revista Semina: Ciências Agrárias, Londrina, PR, v. 27, n. 3, p. 367-378, jul./set. 2006.

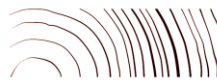
KOTLER, P. KELLER, K. L. Administração de Marketing. 12ªed. SP: Pearson Prentice Hall, 2006, 750p.

LIMA, A. C. B. de. KEPPE, A. L. N. ALVES, M. C. MAULE, R. F. SPAROVEK, G. Impacto da certificação florestal FSC em comunidades agroextrativistas do Acre / Imaflora. Piracicaba, SP: Imaflora, 2008. 129p

OLIVEIRA, M.B. Perfil dos consumidores finais quanto à aquisição de móveis de madeira certificada (FSC) na cidade do Rio de Janeiro – RJ. 2013. 36 p. (Monografia – Engenharia Florestal) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ.

## II CBCTEM

Congresso Brasileiro de Ciência  
e Tecnologia da Madeira  
Belo Horizonte - 2015



II Congresso Brasileiro de Ciência e Tecnologia da Madeira  
Belo Horizonte - 20 a 22 set 2015



PAPP, L. M. Certificação de Manejo Florestal pelos padrões do FSC (Forest Stewardship Council): Contribuição para o Ecodesenvolvimento. 2006. , p.151. (Dissertação - Engenharia Ambiental) – Universidade Regional de Blumenau – Blumenau, SC.

REZENDE, M. T. R. Certificação florestal: Estudo da equivalência dos sistemas. 2006. 19 p (Dissertação - Sistema de Gestão) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ.

SOUZA, C. B. G. PEREIRA, T. C. B. A Urbanização no entorno dos Grandes Projetos da Amazônia: As áreas de Risco em Parauapebas-PA. In: IV ENCONTRO NACIONAL DA ANPPAS. Brasília – DF, 2008. 20p.

SPATHELF, P. MATTOS P. P. BOTOSSO, P. C. Certificação florestal no brasil – uma ferramenta eficaz para a conservação das florestas naturais? Floresta. Set/Dez 2004. p. 373-379, Curitiba, PR. WWF. Disponível em: [www.wwf.org/natureza\\_brasileira/questoes\\_ambientais/desenvolvimento\\_sustentavel](http://www.wwf.org/natureza_brasileira/questoes_ambientais/desenvolvimento_sustentavel). Acesso dia 15/06/2015.

ZERBINI, F. Cenário da Madeira FSC no Brasil 2012-2013. São Paulo, SP. FSC Brasil, 2014.