

Um canal de diálogo com o consumidor

Quando o consumidor é informado com transparência sobre o processo produtivo das mercadorias, ele avalia seu custo/benefício com mais consciência. Os rótulos devem trazer todas as informações pertinentes ao produto. Quando um produto é garantido por um selo de qualidade, a imagem da logomarca do selo é exibida no rótulo.

Os selos de qualidade podem focar diferentes aspectos dos negócios. Entre eles, os mais difundidos nos dias de hoje são os “selos sociais”, uma evolução mais abrangente dos “selos verdes”.

Os selos sociais visam a qualidade do produto e em que contexto o mesmo foi manufaturado. Consideram o impacto no meio ambiente e também, por exemplo, uso ou não de mão-de-obra infantil ou escrava. Os selos sociais também difundem os princípios éticos da empresa, a relação desta com seus funcionários e clientes.

Existem algumas características que podem definir a eficácia dos selos:

- a) **Relevância:** é importante tanto para o consumidor como para o beneficiário.
- b) **Clareza:** é transparente e compreensível para o consumidor.
- c) **Credibilidade:** consumidor, beneficiário e empresa acreditam na efetividade do selo.
- d) **Acessibilidade:** os produtos estão disponíveis para o consumidor. Empresas devem participar da iniciativa.
- e) **Regularidade:** empresas têm certeza da credibilidade do intuito do selo.
- f) **Capacidade financeira:** a certificação é financeiramente viável para a empresa. O preço do produto é acessível ao consumidor.
- g) **Capacidade legal:** a empresa age de acordo com a legislação nacional e internacional.
- h) **Eficiência:** a certificação tem efeito positivo para o beneficiário.

A eficácia do selo depende também do contexto social. O selo é mais bem visto quando possui apoio e credibilidade dos grupos de influência, como mídia, governo e instituições sociais.

Para o consumidor, o custo dos produtos com selos deve estar de acordo com os benefícios propostos. Apesar de o produto com selo não ter que ser necessariamente mais caro, o consumidor consciente geralmente se dispõe a pagar um preço mais elevado por ele, pelo simples fato de estar contribuindo para uma causa. Pesquisa feita pelo Instituto Akatu, e lançada em 2007, mostra que cerca de 37% dos consumidores brasileiros estão dispostos a pagar mais caro por produtos que não agredam o meio ambiente.

Neste sentido, os selos indicativos de qualidade são uma importante ferramenta do consumo consciente.

Fonte: <http://www.akatu.org.br>

Comentário da Equipe “PRODUÇÃO CONSCIENTE = AMANHÃ MAIS FELIZ”

A identificação de produtos que atendem a certos requisitos sócio-ambientais é cada vez mais valorizado pelos consumidores, como demonstra o artigo. Porém, a credibilidade dos “selos” que identificam estes produtos é fundamental para a percepção deste valor. As empresas participantes do nosso programa são auditadas e todos os regulamentos estão disponíveis para a consulta dos consumidores. Então confie e compre esta ideia!