

LUCIANA FONTANELA

**MARKETING ECOLÓGICO: A PREOCUPAÇÃO AMBIENTAL
DA INDÚSTRIA MOVELEIRA**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Marketing, Curso de Especialização em Marketing, Centro de Pesquisa e Pós-graduação em Administração, Departamento de Administração Geral e Aplicada, da Universidade Federal do Paraná

Orientador: Prof^o Dr. Romeu Rossler Telma

PONTA GROSSA

2004

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA	1
1.2 PROBLEMA	2
1.3 OBJETIVOS	3
1.3.1 Objetivo Geral	3
1.3.2 Objetivos Específicos	3
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	4
2.1 POPULAÇÃO E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	4
2.2 MARKETING ECOLÓGICO	7
2.3 PRODUTOS ECOLÓGICOS E CERTIFICAÇÕES	9
2.3.1 Norma BS 7750	11
2.3.2 Norma Emas	11
2.3.3 Norma ISSO	11
2.3.4 FSC	12
2.4 INDÚSTRIA MOVELEIRA NO BRASIL	16
2.5 PAINÉIS DE MADEIRA RECONSTITUÍDA	19
2.5.1 Aglomerado	19
2.5.2 MDF	20
2.5.3 Chapas de Fibra	21
2.5.4 OSB	21
2.5.5 Compensado	22
2.6 FABRICANTES	22
2.7 MERCADO	24
3 METODOLOGIA	27
4 ANÁLISE DE DADOS	29
5 CONCLUSÕES	33
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	34
ANEXOS	36

1 INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA

A necessidade de garantir a sustentabilidade do planeta, diante das ameaças que vem sofrendo em decorrência do crescimento populacional, do desenvolvimento industrial e todas as suas conseqüências, em um quadro de previsível esgotamento de grande parte dos recursos naturais consumidos para alavancar tais crescimentos, tem afetado profundamente a cultura humana em uma crescente preocupação com a preservação, para as gerações futuras, de um meio ambiente adequado para sua sobrevivência e desenvolvimento. Cada vez mais cresce a preocupação com a ordenação do uso dos recursos naturais do planeta e sua preservação, o que tem afetado significativamente as estratégias de planejamento, desde o planejamento doméstico, até o planejamento de grandes instituições, indústrias, empresas e entidades onde se desenvolve qualquer tipo de atividade humana.

A questão ambiental chega ao século XXI como um paradigma para a preservação do planeta e sobrevivência da humanidade, que toma consciência de que toda atividade humana gera um impacto ambiental negativo, e deve, portanto, passar a ser orientada através de um planejamento voltado para a sustentabilidade.

Dentro desta perspectiva, muitas empresas passaram a adotar um Sistema de Gerenciamento Ambiental, que visa adequar seus sistemas produtivos de forma a causar o menor impacto ambiental possível, através da utilização de tecnologias limpas¹, minimização de desperdícios e gestão sustentável dos recursos naturais, constituindo-se num diferencial para a formação da imagem da empresa.

Além de apresentar-se como uma grande tendência mundial, a questão ambiental constitui-se também num fenômeno de marketing, dando lugar a uma nova categoria de consumidores, chamados consumidores verdes, que valorizam o atributo ecológico na decisão de compra dos produtos. Esse comportamento de compra é mais

¹ Processos tecnológicos sem a emissão de poluentes e sem o uso de insumos agressivos ao meio ambiente.

observado em países desenvolvidos, onde, em muitos casos, são exigidos certificados que comprovem a “sustentabilidade” dos produtos.

No Brasil há, atualmente, apenas dois segmentos que contam com sistemas de certificação. O primeiro é o da agricultura orgânica, e o segundo é o madeireiro.

A cadeia produtiva da madeira divide-se em produção de madeira para a geração de energia (carvão vegetal e lenha), e extração da madeira para fins industriais, como madeira cerrada, celulose (para fabricação de papel), e painel de madeira reconstituída, sendo este o foco deste estudo, que tem como um de seus objetivos, observar se a certificação dos fabricantes de painéis de madeira reconstituída apresenta-se como fator importante para seus clientes (fabricantes de móveis) na decisão de compra do produto.

1.2 PROBLEMA

Para que um produto possa ser classificado como ecológico, todo seu processo de fabricação deve ser “ambientalmente amigável”, desde a aquisição da matéria prima até o seu descarte. Assim também ocorre com o ramo de móveis, cuja principal matéria prima atualmente são os painéis de madeira reconstituída, e que, devido às crescentes restrições de caráter ambiental ao uso de madeiras nativas, vêm aumentando significativamente o consumo desse tipo de produto.

A principal forma de garantir que uma empresa seja “ambientalmente responsável”, produzindo produtos que gerem baixo impacto ambiental, são as certificações, que hoje vêm sendo muito exigidas pelo mercado consumidor, principalmente o externo.

No Brasil existem, atualmente, nove grandes empresas fabricantes de painéis de madeira reconstituída, todas conscientes de seu papel social e ambiental, porém apenas três delas possuem alguma certificação ambiental.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral:

- Analisar o comportamento de compra das empresas fabricantes de móveis, no que se refere à preocupação com as questões de preservação ambiental

1.3.2 Objetivos Específicos:

- Verificar quais são os critérios mais utilizados / valorizados pelos fabricantes de móveis no processo de compra dos painéis de madeira reconstituída.
- Verificar se a certificação ambiental dos fornecedores de painéis de madeira apresenta-se como fator importante e/ou decisivo no processo de compra pelos fabricantes de móveis.
- Analisar se o comportamento das empresas exportadoras de móveis difere das não exportadoras, e quais fatores influenciam este comportamento.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 POPULAÇÃO E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A humanidade constitui, atualmente, uma população de mais de 6 bilhões de indivíduos, e continua crescendo em ritmo acelerado. Segundo estimativas da ONU, a população mundial pode chegar a 9 bilhões de habitantes até o ano 2050. É preciso considerar que toda atividade humana, de alguma forma, causa um impacto negativo sobre o meio ambiente, que pode ir do mais natural e reversível, como produzir fezes e urina, ao absolutamente irreversível, como a extinção de uma espécie. À medida que a população aumenta, aumentam também esses impactos.

A constituição da República Federativa do Brasil, de 1988 dispõe: artigo 225: “Todos tem direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações”.

Mas o que se observa, na realidade, é que o planeta vem sofrendo uma grave crise ecológica, motivada principalmente pelo crescimento populacional desordenado, que deu origem ao aparecimento de um sistema de produção e consumo que exige um nível de consumo de recursos naturais e geração de resíduos que ultrapassa a capacidade da natureza de absorvê-lo e regenerar-se.

Superpopulação, desenvolvimento econômico e degradação ambiental são questões intimamente ligadas. A preocupação com essas questões começou a despontar na metade do século XX, com o aparecimento dos primeiros ecologistas, por volta dos anos 60 e 70, que já sinalizavam para os problemas que estavam ocorrendo no planeta.

Em 1972, nações do mundo reuniram-se na Suécia para um Encontro de Cúpula de Meio Ambiente, denominado “Estocolmo 72”. Neste encontro foram debatidos os problemas causados pela poluição e as maneiras de preservar o meio ambiente, garantindo o bem estar físico, mental e social do homem.

Após essa reunião, muitos investimentos começaram a ser realizados para a despoluição dos efluentes industriais, tratamento de esgotos das cidades e melhor destinação dos resíduos domésticos e industriais, porém, a situação seguiu se agravando, provando a necessidade de medidas mais radicais e eficazes.

Em cumprimento à recomendação 96, da Conferência de Estocolmo, realizou-se em 1977, em Tbilisi (URSS), a primeira Conferência Intergovernamental sobre Educação Ambiental. Nesta conferência foram definidas as finalidades, objetivos, princípios orientadores e estratégias para o desenvolvimento da Educação Ambiental. A “Declaração Mundial sobre Educação para Todos: Satisfação das Necessidades Básicas de Aprendizagem”, aprovada na Conferência Mundial sobre Educação para Todos, realizada em Jomtien, Tailândia, em março de 1990, reitera, entre seus objetivos, que a satisfação das necessidades básicas de aprendizagem confere aos membros de uma sociedade a possibilidade e, ao mesmo tempo, a responsabilidade de respeitar e desenvolver a sua herança cultural, lingüística e espiritual, de promover a educação de outros, de defender a causa da justiça social, de proteger o meio ambiente.

Outro encontro de Cúpula em prol do meio ambiente foi realizado em 1992, no Rio de Janeiro, denominado ECO 92, e reuniu cerca de 150 países para debater os problemas do planeta com a finalidade de chegar a um consenso sobre a exploração do meio ambiente pelo homem. Esse consenso foi chamado de “Agenda 21”, um documento assinado pela maioria dos países, concordando em diminuir gradativamente suas emissões² de poluentes e desmatamentos.

A grande proposta passou a ser o Desenvolvimento Sustentável, como forma de gerir o adequado desenvolvimento econômico, protegendo o meio ambiente.

O conceito de Desenvolvimento Sustentável é, normalmente, definido como o desenvolvimento que procura satisfazer as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades. Significa possibilitar que as pessoas, agora e no futuro, atinjam um nível satisfatório de desenvolvimento social e econômico e de realização humana e cultural,

² As emissões são resíduos da atividade industrial, que são absorvidas, em partes, pelo meio ambiente. Quando a quantidade de emissões for superior à capacidade de absorção e auto-regeneração do meio ambiente, surge a poluição atmosférica.

fazendo, ao mesmo tempo, um uso razoável dos recursos naturais renováveis e não renováveis, e preservando as espécies e os habitats naturais.

O autor Marcelo Luiz Pelizzoli, em seu livro “A Emergência do Paradigma Ecológico”, destaca alguns resultados esperados dentro do desenvolvimento sustentável a partir da ECO-92:

- Estabelecimento de uma nova sociedade global, na qual países industrializados e em desenvolvimento irão cooperar com base em interesses mútuos e necessidades mútuas e irão repartir tanto as responsabilidades quanto os benefícios do Desenvolvimento Sustentável;
- Reversão da destruição das florestas do mundo, com um programa de reflorestamento em larga escala, já avançado;
- Estabelecimento de medidas para a proteção da biodiversidade e recursos biogenéticos;
- Redução, para níveis seguros, da emissão de “gases estufa” e de substâncias que atacam a camada de ozônio;
- Declínio da taxa de crescimento populacional que conduza à estabilidade na primeira metade do século XXI; entre outros.” (PELIZZOLI, 1999, p. 105-106)

Cinco anos após a Eco-92, em 1997, foi realizado outro encontro Internacional, no Rio de Janeiro, denominado RIO+5, objetivando a avaliação de resultados e encaminhamento de renovadas iniciativas de ação para implementar as propostas antes acordadas.

O Desenvolvimento Sustentável deve ser praticado em harmonia com a natureza, de tal forma que não nos leve a um colapso ou à destruição do planeta (MILANEZ, 2003), e para isso deve apoiar-se em três importantes fatores: econômico, social e ambiental, que levam à obtenção de uma vantagem competitiva, reputação social e a própria eco-eficiência.

A vantagem competitiva é, primeiramente, a imagem da organização associada à consciência ecológica. Os produtos e serviços ecologicamente corretos agregam em seus preços mais recursos tecnológicos, menos desperdício e menos poluição. A satisfação dessa postura de empresa agrada ao público e também a seus segmentos, como colaboradores e acionistas.

A reputação social é conquistada a partir da maior integração empresa-comunidade, cumprimento das exigências legais, postura pró-ativa e comunicação ambiental responsável.

A eco-eficiência consiste na utilização pelas empresas de tecnologias limpas e minimização do desperdício. Dominar as leis ambientais vigentes, enquadrar-se a elas e buscar superá-las através de ações inovadoras, somar esforços a fim de adquirir certificações ambientais, como a ISO 14000.

Até pouco tempo, desenvolver-se era desenvolver economicamente ou seja crescer economicamente, ninguém falava de qualidade de vida e sim de quantidade (sic). Por esta razão a qualidade de vida das pessoas foi baixando, cada vez mais. O desenvolvimento sustentável traz a idéia de que, para realmente desenvolver-se, é necessário manter ou aprimorar a qualidade de vida. (MILANEZ, 2003)

2.2 MARKETING ECOLÓGICO

Após tantas discussões a respeito da necessidade de preservação do meio ambiente, do impacto negativo causado ao planeta em função da atividade econômica e industrial, muitas empresas vêm incorporando, estrategicamente, a questão ambiental como parte de seu negócio, adotando programas de Marketing Ecológico, também chamado de Marketing Verde ou Ambiental.

O Marketing Ecológico é um ramo do marketing ainda recente, e pouco explorado no Brasil, que aparece como uma ferramenta para conciliar o desenvolvimento econômico com a preservação do meio ambiente, e o atendimento às expectativas dos consumidores verdes, “um segmento específico do mercado que valoriza produtos e serviços ecologicamente corretos, por conhecer, compreender e não aceitar as conseqüências das atividades extrativistas e não sustentáveis que provocam o esgotamento de recursos naturais para as atuais e próximas gerações”. (LAVORATO, 2004)

“Este tipo de marketing é representado pelos esforços das organizações em satisfazer as expectativas dos consumidores por produtos que determinem menos impactos ambientais ao longo de seu ciclo de vida (produção, embalagem, consumo,

descarte, etc). A divulgação desses esforços deve ser feita de modo a gerar um maior consumo desses produtos e maiores lucros para as empresas”. (TRIGUEIRO, 2004)

Para CHAMORRO (2001, p.37), o Marketing Ecológico pode ser observado a partir de duas perspectivas diferentes: a perspectiva social e a empresarial.

Da perspectiva social, pode-se dizer que o marketing ecológico é uma parte do marketing social, praticado por instituições sem fins lucrativos, que visa estimular e facilitar a aceitação de idéias ou comportamentos sociais considerados benéficos para a sociedade em geral, ou ao contrário, procura desincentivar comportamentos que se apresentam prejudiciais ao meio ambiente.

Assim o define: “Un conjunto de actuaciones llevadas a cabo por instituciones sin fines de lucro (administraciones, grupos ecologistas, asociaciones de consumidores, etc) para difundir ideas y comportamientos medioambientales deseables entre los ciudadanos y los distintos agentes sociales e económicos”. (CHAMORRO, 2001, p. 37)

Do ponto de vista empresarial, o marketing ecológico apresenta-se como o marketing aplicado pelas empresas que adotam um enfoque de marketing social para comercializar produtos ecológicos, que buscam a satisfação das necessidades sociais e as necessidades presentes dos consumidores.

A adoção de um programa de Marketing Ambiental na empresa é uma atitude séria, e não apenas um modismo, ou uma simples “declaração de amor à natureza”. O marketing ecológico não se limita a apenas promover produtos com alguns atributos ecológicos, como embalagem reciclável, ou que não destrua a camada de ozônio. Mais que isso, é o gerenciamento de um conjunto de ações ambientalmente e socialmente responsáveis, aplicadas a todos os processos da empresa.

“Para uma empresa se posicionar como ambientalmente responsável, ela deve, antes de mais nada, organizar-se para ser uma empresa ambientalmente responsável em todas as suas atividades. Para que isso aconteça, todos os funcionários da empresa devem estar conscientes de que a empresa não pode ter nenhuma falha no seu comportamento ambiental. No caso de falha do comportamento, o processo de

reconstrução da imagem é muito demorado e difícil, sendo retratada pelos meios de comunicação como empresa ambientalmente irresponsável". (TRIGUEIRO, 2004).

As razões para se adotar um Programa de marketing Ambiental são variadas. Em primeiro lugar, a satisfação dos acionistas e funcionários, é positivo estar associado a uma empresa ambientalmente responsável, o que pode levar até a um aumento de produtividade da empresa. Uma outra razão será a redução de custos, visto que a maior parte da poluição resulta de processos ineficientes e que não aproveitam completamente os materiais utilizados. Além disso, uma simples auditoria ambiental pode identificar custos desnecessários que a empresa pode eliminar. (TRIGUEIRO, 2004)

Além desses, podemos citar outros motivos importantes, segundo o IBEAM (Instituto Brasileiro de Educação Ambiental):

- Questões financeiras (bancos e outras instituições financeiras evitam investimentos em negócios com situação ambiental arriscada);
- Seguros (as seguradoras só aceitam apólices contra danos ao meio ambiente, se a organização comprovar que possui um sistema de gestão);
- Legislação (crescente aumento das restrições às emissões de resíduos);
- Conhecimento exato da situação;
- Pressão dos consumidores e da sociedade;
- Imagem de prestígio frente aos clientes, empregados, administradores e investidores.

2.3 PRODUTOS ECOLÓGICOS E CERTIFICAÇÕES

A expressão “produto ecológico” ou “ecologicamente correto” vem sendo largamente utilizada, sem muitos critérios e causando grande confusão entre os consumidores. Buscamos algumas definições para esclarecer o que é um produto ecológico:

Antônio CHAMORRO (2000, p. 49) define produto ecológico como “Aquel producto que cumpliendo las mismas funciones que los productos equivalentes, su daño al medio ambiente es inferior durante la totalidad de su ciclo de vida. Es decir que la suma de los impactos generados durante la fase de extracción de la materia prima, de producción, de distribución, de uso/consumo y de eliminación es de menor cuantía del resto de los productos que satisfacen la misma necesidad”.

Para CALOMARDE (2000, p. 23), “No existe un producto ecológico por si mismo, sino en función de su comportamiento medioambiental durante todo su ciclo de vida, desde el análisis de las materias primas que lo componem, sus procesos productivos en conjunto, su uso, los residuos generados por su distribución y transporte, y finalmente, su reutilización o eliminación”.

Observamos que, para um produto ser classificado como ecológico, ele o deve ser em todas as etapas de seu ciclo de vida, desde a extração da matéria prima (fornecedor) até o descarte.

A forma mais segura de identificação de um produto ecologicamente correto é a partir do Selo Verde, que não é apenas uma logomarca ou um rótulo com a palavra “ecológico” na embalagem de um produto, mas os resultados de uma avaliação técnica criteriosa, na qual serão levados em conta aspectos pertinentes ao seu ciclo de vida, como matérias-primas (natureza e obtenção), insumos, processo produtivo (gastos de energia, emissão de poluentes, uso da água), usos e descarte. (ARAÚJO, 2003).

No Brasil, há apenas dois segmentos que contam com certificação, ambos para produtos de origem floresta. Um (o primeiro cronologicamente do país) é o da agricultura orgânica, cuja instituição mais renomada é o IBD (Instituto Biodinâmico), que certifica produtos orgânicos nas áreas agrícola e pecuária; o outro é o madeireiro, através do Conselho de Manejo Florestal (FSC – Forest Stewardship Council), que certifica florestas plantadas com plano de manejo sustentável. (ARAÚJO, 2003)

No início da década de 90, diferentes organizações internacionais, sobretudo as de normalização, começaram a buscar a definição do que se constitui excelência na incorporação de um sistema de gestão ambiental.

Procuravam resposta a uma demanda por parte do setor produtivo, pressionado pela realidade econômica da globalização, que vem levando a uma crescente pressão contra os efeitos nocivos do desenvolvimento sobre o meio ambiente. Foi assim que surgiram pelo menos três conjuntos de normas para empresas, de uso voluntário, relacionadas à gestão ambiental: a BS 7750, a EMAS e ISO 14.001. Um dos pontos comuns é que as três devem ser introduzidas por meio de um processo formal de certificação. (ECOM, 2004)

2.3.1 Norma BS 7750

Em 1992, ano em que ocorreu a Rio 92 - Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, a British Standard Institution, entidade inglesa de normalização, desenvolveu a BS 7750, um sistema de normas de gestão ambiental para empresas do Reino Unido.

2.3.2 Norma EMAS

Em 1994, a União Européia publicou uma regulamentação para todos os seus países-membros, criando uma norma para sistemas de gestão ambiental, como parte do seu EMAS - "*Esquematização da Gestão e Auditoria Ambiental*".

2.3.3 Norma ISO

Muitas pessoas acreditam que ISO é a abreviação do órgão elaborador das Normas ISO, o International Standard Organization (*Organização Internacional de Normalização*). Este órgão foi criado em 1946 por 25 países, inclusive o Brasil, tem sede em Genebra, na Suíça, e possui como membros mais de 100 países. Na verdade,

ISO vem do grego “isos” que significa igualdade, padronização. (fonte: Instituto Brasileiro de Educação Ambiental – Sistema de Gerenciamento Ambiental – Apostila elaborada por Mário Paulo Luitz).

A certificação não é concedida pela ISO, que é uma entidade normalizadora internacional, mas sim por uma entidade de terceira parte devidamente credenciada. No Brasil, foi estabelecido pelo CONMETRO (Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial) o Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade, tendo sido o Inmetro designado por aquele Conselho como organismo credenciador oficial do Estado brasileiro.

A ISO 14001 é a referência normativa baseada na qual são feitas as certificações de sistemas de gestão ambiental das organizações, e é a única norma considerada como de âmbito intercontinental, tendo em vista o número de países que participam da instituição. O país com maior número de empresas certificadas pela ISO 14.000 é o Japão, com cerca de 700 companhias que já receberam esta certificação, seguido pelos Estados Unidos, com aproximadamente 300. Segundo informações da ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas, em janeiro de 2000, o Brasil contava com 126 empresas certificadas, ficando à frente de países como o Canadá. **(ECOM, 2004)**

A norma ISO 14001 tem caráter voluntário, e atesta o uso de processos de gerenciamento internacionalmente adotados para questões ambientais, a fim de minimizar os danos ao meio ambiente em toda a linha de produção, desde o uso da matéria prima até a destinação dos resíduos.

2.3.4 FSC

Sigla em inglês para Forest Stewardship Council, que significa Conselho de Manejo Florestal, é o resultado de uma iniciativa para a conservação ambiental e desenvolvimento sustentável das florestas mais significativas em termos mundiais surgida na década de 1990 e envolvendo ambientalistas, pesquisadores, engenheiros

florestais, empresários da indústria e comércio de produtos de origem florestal, trabalhadores, comunidades indígenas e outros povos da floresta, e instituições certificadoras de 34 países.

Organização não-governamental, foi oficialmente criada em 1993 e está sediada no México, tendo hoje 516 membros afiliados (pessoas físicas e jurídicas) em 49 países. Em setembro de 2001 foi fundado em Brasília o Conselho Brasileiro de Manejo Florestal – FSC Brasil, que tem o aval do FSC Internacional.

O objetivo do FSC é difundir o bom manejo florestal conforme Princípios e Critérios que conciliam as salvaguardas ecológicas com os benefícios sociais e a viabilidade econômica, e são os mesmos para o mundo inteiro.

Talvez por isso a marca FSC seja o selo verde mais reconhecido hoje em todo o mundo, com presença em todos os continentes. Há 25 milhões de hectares de florestas certificadas no planeta e mais de 20 mil produtos com selo do FSC. Já foram emitidos mais de 300 certificados de manejo florestal e mais de 1500 certificados de cadeia de custódia. (Fonte: www.fsc.org.br)

O FSC Internacional desenvolve os princípios e critérios (universais) para certificação, bem como credencia e monitora organizações certificadoras especializadas e independentes. Outra função do FSC é apoiar o desenvolvimento de padrões nacionais e regionais de manejo florestal, que servem para detalhar a aplicação dos princípios e critérios, adaptando-os à realidade de um determinado tipo de floresta. Tanto os padrões nacionais e regionais como as organizações nacionais precisam do reconhecimento do FSC Internacional para sua efetivação.

O selo FSC é uma garantia da origem. Ele atesta que a madeira (ou outro insumo florestal) utilizada num produto é oriunda de uma floresta manejada de forma ecologicamente adequada, socialmente justa e economicamente viável, e no cumprimento de todas as leis vigentes. O selo serve para orientar o consumidor consciente a optar por um produto que não degrada o meio ambiente e contribui para o desenvolvimento social e econômico. Assegura a manutenção da floresta, bem como o emprego e a atividade lucrativa que a mesma proporciona. O selo também orienta o comprador atacadista ou varejista a escolher um produto diferenciado e com valor

agregado, capaz de conquistar um público mais exigente e, assim, abrir novos mercados.

A certificação é voluntária e depende de iniciativa da empresa ou organização interessada. Os proprietários de florestas nativas ou plantações, ou aqueles que têm o direito de posse da área, devem solicitar a uma certificadora credenciada que as audite para a obtenção do selo FSC. O certificado não se refere à empresa e sim à floresta, que é uma área específica e delimitada. Somente a madeira extraída da área certificada pode exibir o selo FSC.

Existe também a certificação de produtos intermediários (insumos) ou finais, o que é feito através da "cadeia de custódia". Nesse caso, quem solicita a certificação é a indústria manufatureira. A certificação da cadeia de custódia é uma **garantia da origem**, um testemunho de que o produto que ostenta o selo FSC foi efetivamente confeccionado com madeira proveniente de florestas certificadas. A avaliação da floresta ou da cadeia de custódia não cessa com a concessão do certificado: a unidade continua a ser monitorada a cada 10 meses pelo menos e a certificação tem que ser renovada a cada 5 anos. (CONSELHO BRASILEIRO DE MANEJO FLORESTAL, 2003)

“Mais do que um instrumento para abrir e consolidar mercados, a certificação florestal desempenha outras funções importantes”:

- Oferece uma alternativa para o consumidor consciente, distinguindo os produtos confeccionados com insumos de florestas exploradas de forma racional ou sustentável;
- Garante melhores condições para os trabalhadores: contratos legais, contribuições em dia, segurança no trabalho, transparência e diálogo com entidades que os representam;
- Demonstra que a exploração racional das florestas é viável e economicamente benéfica para a sociedade como um todo. Além da certificação da floresta, existe a certificação do produto final, através da “cadeia de custódia”, de forma a garantir que o insumo utilizado é, realmente, oriundo de uma floresta bem manejada. (VASQUEZ, 2004)

Ambos os selos, do FSC e ISO, são considerados por muitos especialistas como complementares, já que o selo FSC atesta o uso de procedimentos do manejo florestal, além do setor social, e o ISO, certifica sistemas específicos de gerenciamento ambiental.

Além de uma ferramenta para garantir a procedência do produto, atestando sua eco-eficiência, os certificados ambientais apresentam-se também como uma vantagem para as empresas na hora de exportar seus produtos. Os selos verdes tornaram-se uma espécie de “barreira não tarifária”, em que só se permite a entrada de produtos certificados, como é o caso do mercado para móveis.

“A certificação avança tanto entre países desenvolvidos da Europa e América do Norte, como em países do Terceiro Mundo, na América do Sul e Ásia”. (VASQUEZ, 2004)

“Em diversos países já existem grupos de varejistas organizados para comprar unicamente produtos com o selo do FSC, estimulando os fornecedores a adotar um bom manejo nas florestas que exploram. No Brasil, um grupo de compradores está em formação. Estudos comprovam o crescimento da demanda pelo produto certificado”. (VASQUEZ, 2004)

O sucesso do selo verde como mecanismo voluntário para valorizar o conteúdo ambiental dos produtos comercializados é evidente na experiência brasileira com a certificação florestal tanto em nível empresarial, quanto comunitário. O movimento com o propósito da certificação florestal é um fenômeno impulsionado pelo consumidor visando maior competitividade no contexto da sustentabilidade global. A disposição do consumidor em pagar por produtos florestais de origem sustentável representa um incentivo nessa direção, uma vez que essas normas atingiram o status de uma convenção de mercado.

2.4 INDÚSTRIA MOVELEIRA NO BRASIL

Embora os dados sejam antigos, visto que datam do último Censo Industrial do IBGE, realizado há 16 anos, ainda se afirma que a indústria brasileira de móveis é constituída por aproximadamente 13.500 empresas. Dessas, cerca de 10.000 são microempresas (até 15 empregados), 3.000 são pequenas empresas (de 16 a 150 empregados) e apenas 500 empresas são de porte médio (acima de 150 empregados). A Abimóvel (Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário) estima, no entanto, que, entre empresas formais e informais, existam atualmente no país mais de 50 mil unidades produtoras de móveis. São empresas familiares tradicionais e, na grande maioria, de capital inteiramente nacional. Recentemente, em alguns segmentos específicos, como o de móveis para escritório, ocorreu a entrada de empresas estrangeiras, em geral por meio da aquisição de fabricantes locais. (COUTINHO, 2003)

Apesar dos fabricantes de móveis estarem dispersos em diversas regiões do Brasil, estes localizam-se principalmente na região centro-sul do país, respondendo por 90% da produção industrial e 70% da contratação de mão-de-obra, e organizam-se em oito principais pólos regionais: Bento Gonçalves (RS), São Bento do Sul (SC), Araçatuba (PR), Ubá (MG), Linhares (ES), Votuporanga (SP), Mirassol (SP).

O pólo moveleiro de Bento Gonçalves, localizado na região serrana do estado, é considerado um dos mais importantes do país, com as maiores e mais modernas empresas, incluindo, ainda, o município de Flores da Cunha. Está formado por 130 empresas de Bento Gonçalves e aproximadamente 96 de Flores da Cunha, e emprega mais de 7 mil funcionários. Além da região serrana, o município de Lagoa Vermelha apresenta-se como pólo secundário do estado, com aproximadamente 73 empresas, incluído micro e médias. Atualmente as empresas do pólo de Bento Gonçalves concentram sua produção em móveis retilíneos de madeira, seguidos dos móveis de pinus e dos móveis tubulares. Apesar de a produção estar voltada para o mercado interno, o pólo moveleiro do Rio Grande do Sul responde por, aproximadamente, $\frac{1}{4}$ das exportações brasileiras, sendo o segundo pólo exportador do país.

A indústria moveleira do Oeste de Santa Catarina está concentrada no vale do Rio Negro, especificamente nas cidades de São Bento do Sul, Rio Negrinho e Campo Alegre, e congrega mais 80 cidades próximas. É constituído por, aproximadamente, 210 empresas, com elevada participação de médias e grandes empresas, que fabricam quase exclusivamente (96% da produção), móveis residenciais de madeira. É considerado o principal pólo exportador do país, destinando cerca de 80% de sua produção ao mercado externo.

O pólo movelero de Arapongas, conta com 140 empresas voltadas à produção de móveis residenciais populares, e emprega cerca de 5 mil trabalhadores. Possui algumas médias e grandes empresas de alta tecnologia que exportam parte de sua produção.

O pólo moveleiro de Ubá, localizado na Zona da Mata, no Estado de Minas Gerais, reúne um conjunto de aproximadamente 153 empresas, na sua maioria de pequeno e médio porte, voltadas quase exclusivamente à produção de móveis residenciais de madeira, destinados em sua totalidade ao mercado interno.

O pólo moveleiro de Linhares, localizado ao norte no Estado do Espírito Santo, incluindo a cidade de Colatina, conta com aproximadamente 130 empresas, com produção direcionada, principalmente para móveis residenciais, divididos em retilíneos seriados e sob encomenda.

No estado de São Paulo, a indústria de móveis apresenta produção geograficamente dispersa, espalhando-se pela capital e pelo interior do estado, mas é possível identificar a existência de duas aglomerações regionais bem definidas: a da Grande São Paulo, e a do Noroeste Paulista. Deve-se ressaltar que Itatiba apresenta-se como um pólo moveleiro secundário e, no interior do Estado, os municípios de Araçatuba, Fernandópolis, Osvaldo Cruz, Piracicaba e Porto Ferreira possuem grandes e médias empresas produtoras de móveis, sem entretanto constituírem-se num pólo moveleiro.

O pólo de Mirassol é constituído por 80 empresas, e emprega cerca de 3 mil pessoas. Apresenta uma estrutura heterogênea no que se refere ao porte e à origem das empresas. Possui 3 grandes empresas, as maiores e mais avançadas tecnologicamente

do Noroeste Paulista, e ao lado delas, existe um conjunto de pequenas e médias empresas, cerca de 10 empresas de médio porte e mais de 60 de pequeno porte. Concentram-se na produção de móveis residenciais de madeira.

O pólo da região de Votuporanga abriga aproximadamente 350 empresas moveleiras, das quais 170 apenas no município de Votuporanga, e empregam mais de 6 mil trabalhadores. A maioria das empresas está voltada para a produção de móveis residenciais de madeira, e divide-se em dois grupos: duas grandes/médias empresas que produzem móveis retilíneos com painéis de madeira, e um grupo expressivo de pequenas e médias empresas, que produzem móveis torneados de madeira maciça.

O setor de móveis fechou o ano de 2003 com 437 empresas exportando seus produtos para vários países, e os estados brasileiros que mais exportaram foram: Santa Catarina (50%), Rio Grande do Sul (27,3%) e Paraná (9,1%). (Fonte: Abimóvel, 2003)

Os móveis de madeira detém expressiva parcela do valor total da produção do setor e são segmentados em dois tipos: retilíneos, que são lisos, com desenhos simples de linhas retas e cuja matéria-prima principal constitui-se de aglomerados e painéis de compensados; e torneados, que reúnem detalhes mais sofisticados de acabamento, misturando formas retas e curvilíneas, e que cuja matéria-prima é a madeira maciça – de lei ou de reflorestamento – podendo também incluir painéis de MDF, passíveis de serem usinados. (CÂMARA et al., 2001, p. 942)

A crescente utilização de madeira compensada, MDF, na indústria moveleira possibilitou a adoção de novas tecnologias na produção de móveis. A massificação do consumo ocorreu em muitos segmentos da indústria moveleira, particularmente no de móveis lineares (retilíneos) confeccionados a partir de painéis de madeira reconstituída. . (CÂMARA et al., 2001, p. 943)

O mercado de painéis, contudo, tende a se consolidar e a indústria fabricante deverá fortalecer seu relacionamento com os consumidores em razão de: escasseamento da madeira maciça, tornando os painéis de madeira reconstituída a matéria-prima mais importante da indústria moveleira; gradual conquista de mercado externo, através de exportações de MDF e de móveis de painéis; avanço da utilização

de painéis de madeira reconstituída em outros setores industriais, como construção civil e embalagem. (BNDES, 2003)

2.5 PAINÉIS DE MADEIRA RECONSTITUÍDA

Durante décadas, móveis feitos com madeiras nobres foram sinônimos de status. Atualmente, diante da crescente onda pela preservação ambiental e da fiscalização cada vez mais rigorosa para controlar a derrubada de matas nativas, consumidores do mundo todo têm optado pelo mobiliário ecologicamente correto.

Devido às crescentes restrições de caráter ambiental ao uso de madeiras de lei, tem aumentado muito a importância, no comércio internacional, das madeiras de reflorestamento como o pínus e o eucalipto. Pode-se mesmo dizer que o futuro da indústria de móvel reside no uso crescente dessas madeiras, ou seja, a antiga vantagem comparativa representada pelas florestas naturais torna-se cada vez mais ineficaz num mundo extremamente preocupado com questões do meio ambiente. (BNDES, 2003)

São denominados painéis de madeira reconstituída os painéis que utilizam madeira sob a forma de cavacos como matéria-prima mais relevante. São fabricados a partir de madeiras (pínus e/ou eucalipto) provenientes de florestas plantadas, e são classificados em quatro categorias: Aglomerado, Chapas de fibra, MDF e OSB.

2.5.1 AGLOMERADO

Os painéis de madeira aglomerada, ou simplesmente aglomerado, são painéis constituídos de partículas de madeira ou outros materiais, aglutinados por meio de uma resina, e em seguida prensados. As principais fontes de matérias-primas são resíduos industriais, resíduos da exploração florestal, madeiras de qualidade inferior não industrializáveis de outra forma, madeira proveniente do trato cultural de florestas plantadas e reciclagem de madeira sem serventia. No Brasil, a madeira de florestas

plantadas, especialmente de eucalipto e pínus, constitui a fonte mais importante de matéria-prima. (BNDES, 2003).

Segundo dados do BNDES, é o painel mais largamente consumido no mundo dentre os diferentes painéis de madeira reconstituída, e ente 80 e 90% da produção local são destinadas aos pólos moveleiros.

2.5.2 MDF

Do inglês *Medium Density Fiberboard*, o MDF é um painel fabricado a partir da aglutinação de fibras de madeira com resinas sintéticas, e ação conjunta de alta temperatura e pressão. Apresenta algumas características físico-mecânicas que o aproximam muito da madeira maciça, como sua capacidade de usinagem, e que o difere dos painéis aglomerados.

O MDF pode ser fornecido ao mercado basicamente com três acabamentos: chapas cruas, chapas com revestimento laminado de baixa pressão e chapas com revestimento finish foil³:

- As chapas cruas são fornecidas ao usuário *in natura*, de forma que possa ser realizado o acabamento das peças através de pintura, revestimento com PVC, verniz, etc;
- As chapas com revestimento laminado de baixa pressão são produzidas através da sobreposição de uma folha de papel especial, impregnada com resina melamínica, que é fundida através de pressão e temperatura ao painel de MDF, resultando em uma chapa acabada, pronta para o uso, e pode apresentar diversos padrões de cores e acabamentos, inclusive imitando madeiras naturais. Pode-se, ainda, revestir apenas uma, ou ambas as faces do painel;
- As chapas com revestimento finish foil são produzidas por adição de uma película de papel colada à chapa, resultando num produto acabado.

³ Finish Foil: do inglês, significa Lâmina delgada de acabamento.

O MDF é um painel relativamente novo, já que o início de sua produção ocorreu no início da década de 60, nos Estados Unidos. Em meados da década de 70 chegou à Europa, onde passou a ser produzido na Alemanha, e posteriormente, em 1977, foi introduzido na Europa Ocidental, através da Espanha.

A produção no Brasil teve início em 1997, e desde essa época o consumo desse tipo de painel tem sido crescente, evidenciando a aceitação do painel, e atraindo novos produtores. No Brasil, o principal consumidor de MDF é a indústria moveleira, seguida pela construção civil nos itens de acabamentos, decoração, rodapés, portas, etc.

2.5.3 CHAPAS DE FIBRA

As chapas de fibra, ou chapas duras, são painéis de alta densidade, produzidos por processo úmido utilizando-se calor e pressão sem a adição de resina. Dentre os painéis de madeira reconstituída é o que apresenta menor consumo mundial, e sua tecnologia é considerada obsoleta e poluente, e utiliza como matéria prima principal o eucalipto. Os principais consumidores desses painéis são a indústria moveleira, a construção civil e a indústria automobilística.

2.5.4 OSB

Do inglês Oriented Strand Board, o OSB é um painel estrutural de tiras de madeira orientadas perpendicularmente, e unidas com resina, prensadas a alta temperatura e pressão. O OSB é um painel bastante “jovem”, e sua produção no Brasil teve início em 2001, com a inauguração da planta industrial da Masisa, em Ponta Grossa, PR, com capacidade produtiva de 360 mil m³/ano e que permanece como único fornecedor no Brasil. Esse painel tem sido utilizado principalmente pela construção civil para estrutura de casas, fechamento de paredes, bandejas de proteção

em obras, etc, e também, em menor quantidade, pela indústria moveleira para estrutura de móveis e decoração.

Aparece ainda, como painel utilizado pela indústria moveleira, o Compensado, que entra na classificação de painel de madeira sólida.

2.5.5 COMPENSADO

Os painéis compensados são produzidos com lâminas de madeira intercaladas entre si perpendicularmente, e existem em dois tipos: o multilaminado e o sarrafeado. O multilaminado é uma chapa cuja montagem é feita unicamente por lâminas, em número ímpar de camadas, dispostas perpendicularmente umas às outras. O sarrafeado é uma chapa cujo miolo é constituído por sarrafos estreitos formando um “tapete”, sendo aplicado na sua superfície lâminas de madeira.

Durante muitos anos o compensado foi o painel de madeira mais importante produzido e consumido no Brasil. Um aspecto importante a ressaltar, é que este ramo de indústrias é bastante fragmentado, predominando empresas de pequeno porte com estruturação tipicamente familiar. Estima-se, atualmente, a existência de 320 empresas operando no setor.

Estima-se que 40% do compensado nacional seja produzido com madeira tropical, enquanto que os outros 60% seja produzido com madeira de florestas plantadas nas regiões Sul e Sudeste (particularmente o Pinus).

2.6 FABRICANTES

O Brasil abriga, atualmente, 9 produtores de painéis de madeira reconstituída, grande parte deles localizados, estrategicamente, nas regiões sul e sudeste, próximos aos principais centros de consumo do país. São eles: Satipel, Berneck, Duratex, Eucatex, Placas do Paraná, Tafisa, Bonet e Masisa .

A Satipel, fundada em 1970, possui duas unidades industriais instaladas em Taquari, no Rio Grande do Sul, e em Uberaba, Minas Gerais, com capacidade para produzir anualmente, 650.000 m³ de painel de madeira aglomerada. Possui certificação ISO 9001, mas não tem certificado ambiental.

A Berneck produz aglomerado (cru, revestido com *finish foil* e com lâmina de madeira), entre outros produtos da cadeia produtiva madeireira, em cinco unidades industriais localizadas em Curitiba (2 unidades), Araucária PR, Cotriguaçu MT, e Brasnorte, MT. Não possui nenhuma certificação.

A Duratex foi pioneira na produção de MDF no Brasil, com a inauguração, em 1997, da fábrica de Agudos SP. Atualmente opera com 10 unidades industriais distribuídas entre os municípios de Jundiaí, Agudos, Botucatu e Itapetininga, no estado de São Paulo, e produz Aglomerado, MDF e Chapa de fibra. Possui a certificação ISO 14001 e tem suas florestas certificadas pela FSC.

Eucatex possui fábricas nos municípios de Salto, Botucatu e Buri, no Estado de São Paulo, e produz painéis de aglomerado e chapas de fibra. Possui certificação ISO 14001 e FSC.

Placas do Paraná, com fábrica no município paranaense de Jaguariaíva, produz aglomerado e MDF, e não possui certificação ambiental. Em 1998, recebeu o prêmio Paraná Ambiental, promovido pelo Instituto Ambiental do Paraná, por gerenciamento de resíduos sólidos.

Tafisa, localizada em Pien, no Paraná, produz aglomerado e MDF, e não possui nenhuma certificação ambiental.

Masisa, localizada em Ponta Grossa, no Paraná, produz MDF (Cru e com revestimento melamínico), e OSB, sendo o único fornecedor deste produto no Brasil. Recentemente adquiriu a certificação da série ISO 14001.

A seguir, um quadro demonstrativo dessas indústrias, seus produtos e certificações.

Indústria	Localização	Produtos⁴	Certificados
Satipel	Taquari – RS Uberaba - MG	A	ISO 9001
Berneck	Araucária – PR	A	-
Duratex	Agudos – SP Itapetininga – SP Botucatu – SP Jundiá - SP	A – M – CF	ISO 14001 FSC
Eucatex	Salto - SP Botucatu - SP Buri - SP	A – CF	ISO 14001 FSC
Placas do Paraná	Jaguariaíva – PR	A – M	ISO 9002 Prêmio Paraná Ambiental
Tafisa	Pien – PR	A – M	-
Bonet	Santa Cecília – SC	A	-
Masisa	Ponta Grossa – PR	A - M – O	ISO 14001

2.7 MERCADO

Embora a questão florestal no Brasil ainda seja abordada parcialmente, ora por setores que utilizam a madeira como principal insumo, ora sob a perspectiva ambiental, esta atividade confirma uma importante dimensão econômica. Além de estar entre os 10 maiores produtores florestais do mundo, contando com 6,4 milhões de hectares, o país desenvolveu tecnologia avançada para a exploração de florestas e para a transformação industrial da madeira, tanto que apresenta o maior rendimento na produção de eucalipto e pinus do mundo, com custo inferior ao de importantes concorrentes, como Nova Zelândia, África do Sul, Chile e Estados Unidos.

⁴ Legenda: A = Aglomerado; M = MDF; CF = Chapa de fibra; O = OSB

A previsão de crescimento do setor, nos próximos cinco anos, é de taxas anuais na faixa de 10% a 12%, em razão das possibilidades existentes tanto no mercado externo quanto no mercado interno. A demanda por móveis importados pelo consumidor norte-americano, o principal mercado comprador do Brasil, tem crescido por motivos, entre os quais, a preferência por um design mais moderno e, também, a capacidade de fornecedores estrangeiros em oferecer produtos a preços bastante competitivos. Fatores como este desenharam a vocação madeireira e exportadora do Brasil. (LIMA, 2003)

Pela primeira vez, os empreendimentos madeireiros no Brasil – historicamente percebidos como inimigos da sociedade e da natureza – são impulsionados pelas forças de mercado a admitir os objetivos sociais e ambientais. Os consumidores nos países do Norte têm um papel importante em incentivar essa mudança, como compradores de produtos madeireiros de alto valor, que, cada vez mais, insistem na certificação de origem sustentável como motivo para entrar no mercado. Mas, seus benefícios para o Brasil são, cada vez mais, reconhecidos e trouxeram mudanças que reforçam as leis governamentais, e esforços paralelos para estabelecer normas nacionais de produção. O resultado tem sido elevar o nível da responsabilidade social e ambiental na indústria madeireira brasileira, trazendo benefícios para os produtores e consumidores, bem como para as comunidades locais afetadas pelas operações florestais. (LIMA, 2003)

Os exigentes consumidores dos países do Norte procuram, cada vez mais, produtos diferenciados por características sócio-ambientais de origem sustentável. Um novo mundo de oportunidade existe para promover um maior comércio e cooperação internacional com a indústria madeireira certificada do Brasil.

Entre as exigências do mercado, uma das novidades destas últimas décadas é a certificação. Numa era onde as empresas e os produtos são cada vez mais iguais, este é sempre um diferencial. Acrescenta-se ainda a consciência ecológica que vem sendo despertada nos consumidores mundo afora e pronto: a certificação florestal se torna prioridade. Mais do que um diferencial, este tipo de certificado é muitas vezes condição *sine qua non* para quem quer exportar para a Europa. De forma geral, os países do Velho Mundo dão prioridade (em alguns casos até exigem) a produtos

oriundos de florestas de manejo. Nos Estados Unidos a exigência de um produto ecologicamente correto ainda não é unanimidade, mas é uma tendência que já desponta no mercado. A União Européia possui 60% de todas as florestas certificadas do mundo. Para se ter idéia, o Reino Unido possui todas as suas florestas, cerca de 800 mil hectares, certificadas pelo selo FSC. Outros 5% são procedentes de países europeus que não pertencem à União Européia. Estados Unidos e Canadá juntam 25% do total de florestas certificadas, os outros 10% restantes se dividem entre América Latina, África, Ásia e Oceania. (**Pro-Export**, 2003)

3 METODOLOGIA

Para que um produto possa ser classificado como ecologicamente correto, todo seu processo de fabricação deve ser “ambientalmente amigável”, desde a aquisição da matéria prima até o seu descarte. Assim também ocorre com o ramo de móveis, cuja principal matéria prima atualmente são os painéis de madeira reconstituída, e que, devido às crescentes restrições de caráter ambiental ao uso de madeiras nativas, vêm aumentando significativamente o consumo desse tipo de produto.

A principal forma de garantir que uma empresa seja “ambientalmente responsável”, fabricando produtos que gerem baixo impacto ambiental, são as certificações, que hoje vem sendo muito exigidas pelo mercado consumidor, principalmente o mercado externo.

No Brasil existem, atualmente, nove fabricantes de painéis de madeira reconstituída, todos conscientes de seu papel social e ambiental, porém apenas 03 deles possuem alguma certificação ambiental.

Pretendemos com esse trabalho, especificamente, avaliar se as certificações ambientais dos fornecedores de painéis de madeira são atributos valorizados pelos clientes (fabricantes de móveis), na decisão de compra do produto, e quais fatores influenciam nesta decisão.

Utilizaremos para este estudo a pesquisa exploratória, definida por MATTAR (1996, p. 19) como um tipo de pesquisa que “visa prover o pesquisador de maior conhecimento sobre o tema ou problema de pesquisa em perspectiva. Por isso é apropriada para os primeiros estágios da investigação, quando a familiaridade, o conhecimento e a compreensão do fenômeno por parte do pesquisador são, geralmente, pouco ou inexistentes”.

Segundo RAUSKI (2003), “esse tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado, e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis”.

Os dados necessários à análise foram obtidos através de pesquisa qualitativa, com entrevistas em profundidade realizada entre empresas fabricantes de móveis das

regiões sul e sudeste do Brasil, onde encontram-se os principais pólos moveleiros. Para isso, foram selecionadas, aleatoriamente, 240 empresas em uma população de, aproximadamente, 1200 empresas.

Os questionários, constituídos de 9 perguntas, entre abertas e fechadas, foram enviados às empresas através de endereços eletrônicos, e o retorno foi bastante reduzido, cerca de 5%.

4 ANÁLISE DE DADOS

Dos 240 questionários enviados, obtivemos retorno de apenas 12 empresas, e analisaremos estes casos, classificando as empresas de “A” a “L”, expostas nos quadros comparativos, a seguir:

Questões	Empresa A	Empresa B	Empresa C	Empresa D
Porte	Pequeno	Pequeno	Pequeno	Pequeno
Público (classe)	Média	Popular / Média	Média	Média
Exportador	Sim	Sim	Sim	Não
Regiões para as quais exporta	América do Sul	Europa América do Sul	América do Sul e central América do Norte África e Europa	-
Fornecedores	Masisa © ⁵ Tafisa Duratex © Berneck Satipel	Duratex ©	Masisa © Tafisa	Duratex © Berneck Satipel Placas do Paraná
Crítérios para Fornecedor	Qualidade Entrega Preço	Preço Qualidade	Vários (não especificados)	Padrões Preço
Importância da Certificação	Sim	Não	Não	Sim
Orientação	Sim	Não	Não	Sim
Certificado	Não	Não	ISO 9001	ISO 9001

Questões	Empresa E	Empresa F	Empresa G	Empresa H
Porte	Médio	Médio	Médio	Médio
Público (Classe)	Alta	Alta	Média / Alta	Média
Exportador	Sim	Sim	Sim	Sim
Regiões para as quais exporta	América do Sul e Central	América do Sul	América Central	América do Norte Europa
Fornecedores	Masisa © Tafisa	Duratex ©	Masisa © Tafisa Satipel Placas do Paraná	Masisa © Placas do Paraná Tafisa
Crítérios para Fornecedor	Qualidade Entrega Preço	Qualidade Preço Entrega / Pontualidade Atendimento	Qualidade Preço Entrega	Qualidade Entrega Preço
Importância da Certificação	Sim	Não	Não	Não
Orientação	Sim	Sim	Não	Não
Certificado	Não	Não	ISO 9001	Não

Questões	Empresa I	Empresa J	Empresa K	Empresa L
Porte	Médio	Médio	Médio	Médio
Público (Classe)	Popular / Média	Popular / Média	Média / Alta	Média / Alta
Exportador	Sim	Sim. Condicional	Sim	Sim
Regiões para as quais exporta	América do Sul e Central América do Norte	América do Sul e central Europa África	América do Norte América do Sul e Central	Europa América do Sul
Fornecedores	Tafisa Berneck	Masisa © Duratex © Placas do Paraná	Masisa © Duratex © Satipel Eucatex ©	Tafisa Duratex © Berneck Placas do Paraná Eucatex © Satipel
Critérios para Fornecedores	Preço Qualidade Entrega	Qualidade Preço Entrega	Qualidade Preço Solidez	Qualidade Preço
Importância da Certificação	Sim, argumento p/ exportação	Sim. Condicional	Sim	Sim, clientes exigem
Orientação	Sim. Preços compatíveis	Não	Sim	Sim
Certificado	Não	Não	ISO 14001 e ISO 9001	ISO 9001 e FSC

A empresa “A”, de pequeno porte, atende as classes média e alta, e exporta seus produtos para a América do Sul. Os fatores que leva em consideração na escolha do fornecedor de painéis de madeira são: qualidade, entrega e preço, mas afirma que a certificação ambiental do fornecedor é importante na decisão de compra do produto, devido a já existirem empresas solicitando ações neste sentido. Estaria disposto a pagar mais pelo produto certificado, por representar maior valor agregado. Está orientada a comprar de fornecedores certificados. Não possui nenhuma certificação.

A empresa “B”, de pequeno porte, atende a classe popular, e exporta seus produtos para a Europa e América do Sul. Os critérios para a escolha do fornecedor de painéis são apenas qualidade do produto e preço, porque seus clientes brasileiros exigem apenas preço, e não se preocupam com os impactos ambientais. Mesmo o mercado europeu não faz nenhuma exigência quanto aos selos ambientais, ao contrário, prefere produtos fabricados com madeira maciça, independente de serem provenientes de reflorestamentos ou não.

A empresa “C”, de pequeno porte, atende a classe média e exporta para América do Sul, América Central, Estados Unidos, África e Europa. A certificação

⁵ © Empresa com certificado ambiental (ISO 14001 e/ou FSC)

Ambiental do fornecedor não é fator relevante na decisão de compra do produto. Possui certificação ISO 9001.

A empresa “D” é de pequeno porte, atende a classe média e apenas mercado interno. O fator relevante na decisão de compra do produto é o preço, mas são orientados a comprar produtos de fornecedores certificados, devido a possuírem certificados de qualidade do produto (ISO 9001) e de responsabilidade Social (SA 8000). Estariam dispostos a pagar mais por um produto certificado, pois a certificação demonstra a preocupação da empresa em controlar seus processos.

A empresa “E” é de médio porte, atende a classe alta com móveis para áreas externas e estofados, no segmento de alta decoração. Seus produtos são exportados para a América do Sul e América Central. Os fatores importantes para a compra dos painéis de madeira são qualidade, prazo de entrega e preço, mas a certificação ambiental também apresenta-se como fator relevante, uma vez que esta empresa reconhece a importância da renovação das florestas. Estaria disposta a pagar mais por um produto certificado, pois atende um público com consciência ecológica, preocupados com a preservação ambiental.

A empresa “F” é de porte médio, atende a classe alta e exporta seus produtos para a América do Sul. A certificação ambiental não aparece como fator relevante na decisão de compra do produto, mas pagaria por um produto certificado, por acreditar que a certificação atesta uma melhor qualidade, e organização da empresa. Os fatores importantes na escolha do fornecedor são qualidade, preço, pontualidade na entrega e atendimento.

A empresa “G” é de médio porte, atende as classes média e alta, e exporta seus produtos para a América Central. Os atributos valorizados na decisão de compra dos painéis de madeira são qualidade, preço e prazo de entrega. A certificação ambiental não é fator relevante e não pagaria por um produto certificado porque seus clientes buscam preço e não estão preocupados com as questões ambientais. Está certificada pela norma ISO 9001.

A empresa “H” é de porte médio, atende a classe média e exporta seus produtos para a Europa e Estados Unidos. A compra dos painéis de madeira é decidida através

de preço, qualidade e prazo de entrega. A certificação ambiental não é fator importante, devido a maioria dos fabricantes não a possuir.

A empresa “I” é de médio porte, atende as classes baixa e média (móveis populares) e exporta seus produtos para a América do Sul e Estados Unidos. Os critérios utilizados na escolha dos fornecedores de painéis são preço, qualidade, pontualidade na entrega e liberação de crédito. A certificação apresenta-se como fator importante na decisão de compra do produto, pois além de garantir a origem da matéria-prima, é um bom argumento de vendas, principalmente nas exportações, porém, os clientes não se dispõem a pagar mais por um produto certificado.

A empresa “J” é de médio porte, atende as classes baixa e média, e exporta seus produtos para a América Central, América do Sul, Europa, África e Oriente Médio. Os critérios utilizados na escolha do fornecedor de painéis são qualidade, preço, prazo de entrega, assistência técnica. Não exige fornecedores com certificação ambiental, mas pagaria mais por um produto certificado, se o preço fosse justo.

A empresa “K” é de médio porte, atende as classes média e alta, alta decoração, e exporta seus produtos para a América central, América do Sul e Estados Unidos. Os critérios para a escolha do fornecedor são preço, qualidade do produto e empresa sólida. A certificação ambiental é um fator importante, porque demonstra o comprometimento da empresa na preservação do meio ambiente. Afirma que estaria disposta a pagar mais por um produto certificado, porém, se contradiz ao afirmar que, em função da concorrência acirrada, o preço é fundamental. Todos os seus fornecedores são certificados, e a empresa está certificada pelas normas ISO 14001 e ISO 9001.

A empresa “L” é de médio porte, atende a classe média e alta, e exporta seus produtos para a Europa e América do Sul. Os critérios utilizados na escolha do fornecedor são qualidade e preço, mas a certificação ambiental constitui-se num fator importante para a compra do produto, uma vez que há exigência por parte de seus clientes. Possui certificação ISO 9001 e FSC.

5 CONCLUSÕES

Apesar da participação das empresas tenha sido pequena, limitando os resultados da pesquisa, podemos perceber que os principais critérios utilizados na escolha do fornecedor de painéis, são, para a maioria das empresas, preço, qualidade e prazo/pontualidade na entrega.

A certificação ambiental aparece como condicional, ou seja, a empresa pode levar em consideração a certificação do fornecedor de painéis, desde que os critérios supra citados sejam cumpridos.

Todas as empresas que responderam positivamente à certificação ambiental, que valorizam este atributo na decisão de compra do produto, ou que tem exigência por parte dos clientes, tem em comum, exportações para a América do Sul, em que a certificação ambiental ainda não é uma exigência. No caso das empresas que atendem o mercado europeu, percebemos que, ao contrário do que dizem os autores, a certificação ambiental não é importante, e conforme comentário da empresa “B”, os clientes não se importam se a madeira é proveniente de reflorestamentos, ou não.

Embora a preservação do meio ambiente seja um assunto muito discutido atualmente, ainda não é uma prática constante.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIMCI - Associação Brasileira da Indústria de Madeira Processada Mecanicamente. **Estudo Setorial 2003: Produtos de Madeira Sólida.** Disponível em <www.abimci.com.br>.

ABIMÓVEL - Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário. **Panorama do Setor Moveleiro.** Disponível em: <www.abimovel.org.br>.

ARAÚJO, M. **Produtos Ecológicos para uma Sociedade Sustentável.** Instituto para o Desenvolvimento da Habitação Ecológica. Disponível em: <www.idhea.com.br> Acesso em: 18/10/2003.

BNDES/ Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. **Relato Setorial.** Disponível em: <www.bndes.org.br> Acesso em: 25/09/2003.

BRASIL. **Constituição da República Federativa Do Brasil.** Brasília, 1988.

CALOMARDE, J. V. **Marketing Ecológico.** Madrid: Ediciones Pirámide y Esic Editorial, 2000.

CÂMARA, Maria Regina Gabardo et al. **Clusters e a Indústria Moveleira de Arapongas.** Anais do II EGEPE - Encontro de Estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. Londrina , 2001, p. 940-945.

CHAMORRO, A. **Marketing Ecológico; si, Marketing ecológico.** Puertas a la Lecturas. Universidad de Extremadura, 2001.

CONSELHO BRASILEIRO DE MANEJO FLORESTAL. **O que é o FSC.** Disponível em: <www.fsc.org.br> Acesso em: 23/10/2003.

COUTINHO, Luciano (Coord.) **Design como Fator de Competitividade na Indústria Moveleira.** Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário. Disponível em: <www.abimovel.com.br> Acesso em: 27/11/2003

ECOM – **Ecologia e Comunicação.** Disponível em: <www.meioambiente.org.br> Acesso em: 14/01/2004.

INMETRO - Instituto Brasileiro de Metrologia. **Relatório: Empresas certificadas ISO 14001.** Disponível em: <www.inmetro.gov.br>.

LAVORATO, M. L. A. **Marketing Verde, a oportunidade para atender demandas da atual e futuras gerações.** Disponível em : <www.ultimaarcadenoe.com.br>
Acesso em: 15/01/2004.

LIMA, L. B. **Madeira reflorestada e exportação:** caminhos para um setor em franco crescimento. Disponível em: <www.aesetorial.com.br> Acesso em: 15/12/2003.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing.** Edição Compacta. São Paulo: Atlas, 1996.

MAY, P. H. **Certificação Florestal: Valorização Comercial e Ambiental.** World Trade Organization. Disponível em: <www.wto.org> Acesso em: 20/01/2004.

MILANEZ, F. **Desenvolvimento Sustentado.** Revista Inter-Fórum. Disponível em: <www.revistainterforum.com> Acesso em: 28/05/2003

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. : **Desenvolvimento Sustentável.** Disponível em: <www.mma.gov.br>.

PELIZZOLI, M. L. **A emergência do Paradigma Ecológico:** reflexões ético-filosóficas para o século XXI. Petrópolis: Vozes, 1999.

PORTAL MOVELEIRO. **Lista de e-mails dos fabricantes de móveis.** Disponível em: <www.portalmoveleiro.com.br>.

PRO-EXPORT. **Madeira Selada:** Certificação é exigência de importadores e garantia de Vendas. Disponível em: www.moveisdevalor.com.br . Acesso em: 17/12/2003)

RAUSKI, E. Apostila da disciplina Seminário de Pesquisa, do Curso de Especialização em Marketing Empresarial da Universidade Federal do Paraná, 2003.

REDE AMBIENTE. **Certificação de produtos florestais.** Disponível em: <www.redeambiente.org.br>.

_____. **Questão Ambiental:** riscos e oportunidades às organizações. Disponível em: <www.redeambiente.org.br>.

TRIGUEIRO, A. **Marketing Ambiental.** Disponível em: <www.marketing.com.br>
Acesso em: 15/01/2004

VASQUEZ, R. **O avanço da Certificação Florestal.** Disponível em: <www.redeambiente.org.br> Acesso em: 28/01/2004.

ANEXOS

EMPRESA "A"

1. Perfil da empresa

Número de Funcionários: 78

Linha de Produtos: Móveis Para Escritório e Home Theater

Público Alvo: () classe baixa (x) Classe Média (x) classe alta

Exporta seus produtos (x) Sim () Não

Países para os quais exporta: Argentina, Uruguai

2. A sua empresa utiliza painéis de madeira processada?

(x) Sim () Não

3. Que tipo de painel é utilizado? (Pode assinalar mais de uma opção)

(x) Aglomerado

(x) MDF

() Chapa de Fibra

() OSB

() Outro. Qual? _____

4. De qual fornecedor os painéis são adquiridos? (pode assinalar mais de uma opção)

(x) Masisa

(x) Tafisa

(x) Duratex

(x) Berneck

(x) Satipel

() Placas do Paraná

() Eucatex

() Bonet

5. Quais são os critérios utilizados na escolha do fornecedor de painéis de madeira?

Qualidade, Entrega, Preço

6. A certificação ambiental (ISO 14001, Selo Verde) do fornecedor é importante na decisão de compra do produto? Porque?

É importante devido a preocupação que todos devem ter com o futuro de nosso planeta

7. Tendo em vista que a certificação ambiental atesta que as empresas que as possuem, praticam um bom manejo florestal, que suas operações industriais causam baixo impacto ao meio ambiente, você pagaria mais por um produto cujo fabricante possua estas certificações? Porque?

Não vejo problemas. Teremos maior valor agregado.

8. Existe alguma orientação da alta administração da empresa em comprar (ou não) produtos certificados? Por que?

Já existe, devido já existirem empresas solicitando ações neste sentido.

9. A sua empresa possui alguma certificação? Qual?

Não

EMPRESA "B"

1. Perfil da empresa

Número de Funcionários: 35

Linha de Produtos: Camas de Madeira Maciça

Público Alvo: (x) classe baixa (x) Classe Média () classe alta

Exporta seus produtos (x) Sim () Não

Países para os quais exporta: Grécia e Uruguai

2. A sua empresa utiliza painéis de madeira processada?

(x) Sim () Não

3. Que tipo de painel é utilizado? (Pode assinalar mais de uma opção)

() Aglomerado

() MDF

() Chapa de Fibra

() OSB

(x) Outro. Qual? Compensado

4. De qual fornecedor os painéis são adquiridos? (pode assinalar mais de uma opção)

() Masisa

() Tafisa

(x) Duratex

() Berneck

() Satipel

() Placas do Paraná

() Eucatex

() Bonet

5. Quais são os critérios utilizados na escolha do fornecedor de painéis de madeira?

Apenas preço e qualidade

6. A certificação ambiental (ISO 14001, Selo Verde) do fornecedor é importante na decisão de compra do produto? Porque?

Não.

7. Tendo em vista que a certificação ambiental atesta que as empresas que as possuem, praticam um bom manejo florestal, que suas operações industriais causam baixo impacto ao meio ambiente, você pagaria mais por um produto cujo fabricante possuía estas certificações? Porque?

Não. Em virtude da acirrada concorrência entre os fabricantes de móveis a margem de lucro não nos permite pagar mais pela matéria prima e além disso, nossos clientes (lojistas) também não se preocupam com qualquer impacto ambiental, exigem unicamente preço. Nem mesmo no mercado europeu, onde diz-se que são extremamente exigentes com relação ao meio ambiente e às certificações, não é verdade, pois exportamos para a Grécia e de lá nossos produtos são distribuídos para a Iugoslávia, Romênia, Bulgária, Croácia e Albânia e nenhum desses países faz qualquer exigência com relação ao assunto, ao contrário disso, compram nossos móveis exatamente por serem confeccionados em madeira natural. Tanto lá, como aqui, querem qualidade aliada ao preço baixo.

8. Existe alguma orientação da alta administração da empresa em comprar (ou não) produtos certificados? Por que?

Não; como já foi dito, compramos pelo preço e qualidade (aspecto físico) do produto.

9. A sua empresa possui alguma certificação? Qual?

Não.

Comentários:

É um prazer poder contribuir de alguma forma em sua pesquisa.

Minha utilização de painéis de madeira processada, resume-se às chapas de Compensado que utilizo como apliques em alguns modelos de cama que fabricamos, portanto é uma utilização muito pequena. Estamos também fazendo estudos quanto a utilização de MDF para confecção das Barras Laterais das camas (peças que ligam a Cabeceira à Peseira e onde é fixado o extrado para suporte do colchão), porém, além do custo maior, os fabricantes de placas se colocaram em um "Pedestal" e exigem uma série de condições (como cotas de utilização, por exemplo) para atender aos pequenos fabricantes de móveis, o que tem inviabilizado muito essa alternativa.

Como um breve comentário, eu, como pessoa física, também sou totalmente favorável à preservação do meio ambiente, porém, não sou hipócrita (como outros fabricantes o são) em afirmar que só utilizo madeira processada ou de reflorestamento. Minha empresa requer lucro, pois é daqui que tiro o sustento meu e de minha família, portanto, não posso me dar ao luxo de reduzir ainda mais a margem de lucro dos meus produtos que já é extremamente pequena, pode acreditar. Também pode ter a certeza que, diferentemente do que se prega nas escolas e nas palestras dos consultores no assunto, o europeu (salvo os de alguns países) gosta de móveis de madeira maciça, independentemente de serem produto de reflorestamento ou não.

Como prova disso, nossa empresa será a fornecedora das camas para as Olimpíadas de Atenas em 2004, exatamente por serem de “Madeira Maciça”.

Creia, não tenho nenhuma intenção de fazer apologia ao desmatamento ou a não preservação do meio ambiente, apenas lhe mostrar a realidade que, na prática teoria é outra.

EMPRESA “C”

1. Perfil da empresa

Número de funcionários: 60

Linha de Produtos: Estantes, Racks, Bancos de Canto, Home Office, Estante Componível

Público Alvo: () classe baixa (x) Classe Média () classe alta

Exporta seus produtos (x) Sim () Não

Países para os quais exporta: América Latina, América Central, México, Estados Unidos, alguns países da África, Espanha, França e Reino Unido.

2. A sua empresa utiliza painéis de madeira processada?

(x) Sim () Não

3. Que tipo de painel é utilizado? (Pode assinalar mais de uma opção)

() Aglomerado

(x) MDF

() Chapa de Fibra

(x) OSB

() Outro. Qual? _____

4. De qual fornecedor os painéis são adquiridos? (pode assinalar mais de uma opção)

(x) Masisa

(x) Tafisa

() Duratex

() Berneck

() Satipel

() Placas do Paraná

() Eucatex

() Bonet

5. Quais são os critérios utilizados na escolha do fornecedor de painéis de madeira?

Vários, especificados conforme norma ISO 9001 Versão 2000

6. A certificação ambiental (ISO 14001, Selo Verde) do fornecedor é importante na decisão de compra do produto? Porque?

Não há especificação quanto a esta matéria, no momento.

7. Tendo em vista que a certificação ambiental atesta que as empresas que as possuem, praticam um bom manejo florestal, que suas operações industriais causam baixo impacto ao meio ambiente, você pagaria mais por um produto cujo fabricante possua estas certificações? Porque?

A questão ambiental, ao nosso ver, deve ser encarada como condição Sine Qua Non, e não deve ser razão para praticar preços maiores ou menores, mesmo porque custos e preços decorrem de condições de mercado, de maior ou menor eficiência, etc.

8. Existe alguma orientação da alta administração da empresa em comprar (ou não) produtos certificados? Por que?

Não. As empresas fornecedores dos materiais consumidos pela empresa são as nominadas acima.

9. A sua empresa possui alguma certificação? Qual?

ISO 9001 VERSÃO 2000

EMPRESA "D".

1. Perfil da empresa

Número de Funcionários: 51

Linha de Produtos: Racks para computadores e móveis funcionais para área de serviço

Público Alvo: () classe baixa (x) Classe Média () classe alta

Exporta seus produtos () Sim (x) Não

Países para os quais exporta: Não exportamos

2. A sua empresa utiliza painéis de madeira processada?

(x) Sim () Não

3. Que tipo de painel é utilizado? (Pode assinalar mais de uma opção)

(x) Aglomerado

() MDF

() Chapa de Fibra

() OSB

() Outro. Qual? _____

4. De qual fornecedor os painéis são adquiridos? (pode assinalar mais de uma opção)

() Masisa

() Tafisa

(x) Duratex

(x) Berneck

(x) Satipel

(x) Placas do Paraná

() Eucatex

() Bonet

5. Quais são os critérios utilizados na escolha do fornecedor de painéis de madeira?

Padrões e preços

6. A certificação ambiental (ISO 14001, Selo Verde) do fornecedor é importante na decisão de compra do produto? Porque?

Sim, pois o habilita a ser nosso fornecedor, somos certificados também pela ISO 9001 e SA 8000

7. Tendo em vista que a certificação ambiental atesta que as empresas que as possuem, praticam um bom manejo florestal, que suas operações industriais causam baixo impacto ao meio ambiente, você pagaria mais por um produto cujo fabricante possua estas certificações? Porque?

Sim , idem acima e demonstra a preocupação na empresa em controlar seus processos.

8. Existe alguma orientação da alta administração da empresa em comprar (ou não) produtos certificados? Por que?

Sim as mesmas acima

9. A sua empresa possui alguma certificação? Qual?

ISO 9001 e AS 8000

EMPRESA “E”

1. Perfil da empresa

Número de Funcionários: 220

Linha de Produtos: madeira, fibras naturais, áreas externas e estofados.

Público Alvo: () classe baixa () Classe Média (x) classe alta

Exporta seus produtos (x) Sim () Não

Países para os quais exporta: México, Bolívia, Argentina, Paraguai e Chile.

2. A sua empresa utiliza painéis de madeira processada?

(x) Sim () Não

3. Que tipo de painel é utilizado? (Pode assinalar mais de uma opção)

(x) Aglomerado

(x) MDF

() Chapa de Fibra

() OSB

(x) Outro. Qual? Compensado

4. De qual fornecedor os painéis são adquiridos? (pode assinalar mais de uma opção)

(x) Masisa

(x) Tafisa

() Duratex

() Berneck

() Satipel

() Placas do ParanÁ

() Eucatex

() Bonet

5. Quais são os critérios utilizados na escolha do fornecedor de painéis de madeira?

Qualidade, prazo de entrega e preço.

6. A certificação ambiental (ISO 14001, Selo Verde) do fornecedor é importante na decisão de compra do produto? Porque?

Sim, pois a empresa sabe a importância que a renovação da floresta representa

7. Tendo em vista que a certificação ambiental atesta que as empresas que as possuem, praticam um bom manejo florestal, que suas operações industriais causam baixo impacto ao meio ambiente, você pagaria mais por um produto cujo fabricante possua estas certificações? Porque?

Sim, como atingimos um público com consciência ecológica, estamos que atender as expectativas dos mesmos.

8. Existe alguma orientação da alta administração da empresa em comprar (ou não) produtos certificados? Por que?

Sim, como atingimos um público com consciência ecológica, estamos que atender as expectativas dos mesmos.

9 A sua empresa possui alguma certificação? Qual?

Ainda não, apenas compramos eucalipto com certificação. Há dificuldade no fornecimento das matérias primas que usamos.

EMPRESA "F"

1. Perfil da empresa

Número de Funcionários: 250

Linha de Produtos: painéis, perfilados, piso elevado, móveis para escritório,

Público Alvo: () classe baixa () Classe Média (x) classe alta

Exporta seus produtos (x) Sim () Não

Países para os quais exporta: Uruguai, Paraguai,

2. A sua empresa utiliza painéis de madeira processada?

(x) Sim () Não

3. Que tipo de painel é utilizado? (Pode assinalar mais de uma opção)

(x) Aglomerado

(x) MDF

() Chapa de Fibra

() OSB

(x) Outro. Qual? FÓRMICA

4. De qual fornecedor os painéis são adquiridos? (pode assinalar mais de uma opção)

() Masisa

() Tafisa

(x) Duratex

() Berneck

() Satipel

() Placas do Paraná

() Eucatex

() Bonet

5. Quais são os critérios utilizados na escolha do fornecedor de painéis de madeira?

qualidade, preços, prazo de entrega , pontualidade, atendimento

6. A certificação ambiental (ISO 14001, Selo Verde) do fornecedor é importante na decisão de compra do produto? Porque?

Não

7. Tendo em vista que a certificação ambiental atesta que as empresas que as possuem, praticam um bom manejo florestal, que suas operações industriais causam baixo impacto ao meio ambiente, você pagaria mais por um produto cujo fabricante possua estas certificações? Porque?

Sim

8. Existe alguma orientação da alta administração da empresa em comprar (ou não) produtos certificados? Por que?

Sim. Porque sendo certificados atesta uma melhor qualidade, organização da empresa, enfim os procedimentos básicos das certificações

9. A sua empresa possui alguma certificação? Qual?

Não

EMPRESA "G"

1. Perfil da empresa

Número de Funcionários: 300

Linha de Produtos: Racks, etantes e estofados

Público Alvo: () classe baixa (x) Classe Média (x) classe alta

Exporta seus produtos (x) Sim () Não

Países para os quais exporta: Mabilia, Panamá e Porto Rico

2. A sua empresa utiliza painéis de madeira processada?

(x) Sim () Não

3. Que tipo de painel é utilizado? (Pode assinalar mais de uma opção)

(x) Aglomerado

(x) MDF

() Chapa de Fibra

(x) OSB

() Outro. Qual? _____

4. De qual fornecedor os painéis são adquiridos? (pode assinalar mais de uma opção)

(x) Masisa

(x) Tafisa

() Duratex

() Berneck

(x) Satipel

(x) Placas do Paraná

() Eucatex

() Bonet

5. Quais são os critérios utilizados na escolha do fornecedor de painéis de madeira?

Qualidade, preço e prazo de entrega

6. A certificação ambiental (ISO 14001, Selo Verde) do fornecedor é importante na decisão de compra do produto? Porque?

Não é importante para nossa decisão de compra

7. Tendo em vista que a certificação ambiental atesta que as empresas que as possuem, praticam um bom manejo florestal, que suas operações industriais causam baixo impacto ao meio ambiente, você pagaria mais por um produto cujo fabricante possua estas certificações? Porque?

Pagaria se o consumidor (lojista) tivesse esta mentalidade, mas se eu subir 5% de meu custo fico fora do mercado

8. Existe alguma orientação da alta administração da empresa em comprar (ou não) produtos certificados? Por que?

A orientação é a que a empresa seja idônea, responsável na entrega e capaz de nos atender nos momentos de pico de vendas

9. A sua empresa possui alguma certificação? Qual?

Sim, ISO 9001 versão 2001

EMPRESA “H”

1. Perfil da empresa

Número de Funcionários: 330

Linha de Produtos: móveis em madeira de pinus

Público Alvo: () classe baixa (x) Classe Média () classe alta

Exporta seus produtos (x) Sim () Não

Países para os quais exporta: USA, Inglaterra e França

2. A sua empresa utiliza painéis de madeira processada?

(x) Sim () Não

3. Que tipo de painel é utilizado? (Pode assinalar mais de uma opção)

() Aglomerado

(x) MDF

() Chapa de Fibra

() OSB

(x) Outro. Qual? Compensado

4. De qual fornecedor os painéis são adquiridos? (pode assinalar mais de uma opção)

(x) Masisa

(x) Tafisa

() Duratex

() Berneck

() Satipel

(x) Placas do Paraná

() Eucatex

() Bonet

5. Quais são os critérios utilizados na escolha do fornecedor de painéis de madeira?

Qualidade, prazo de entrega e preço

6. A certificação ambiental (ISO 14001, Selo Verde) do fornecedor é importante na decisão de compra do produto? Porque?

Não, porque a maioria não têm.

7. Tendo em vista que a certificação ambiental atesta que as empresas que as possuem, praticam um bom manejo florestal, que suas operações industriais causam baixo impacto ao meio ambiente, você pagaria mais por um produto cujo fabricante possua estas certificações? Porque?

Não. Nossos critérios atuais consideram qualidade, preço e prazo

8. Existe alguma orientação da alta administração da empresa em comprar (ou não) produtos certificados? Por que?

Não

9. A sua empresa possui alguma certificação? Qual?

Não.

EMPRESA "P"

1. Perfil da empresa

Número de Funcionários: 180

Linha de Produtos: Móveis para dormitórios (camas, roupeiros, etc.....).

Público Alvo: (x) classe baixa (x) Classe Média () classe alta

Exporta seus produtos (x) Sim () Não

Países para os quais exporta: Argentina, Chile, México, EUA

2. A sua empresa utiliza painéis de madeira processada?

(x) Sim () Não

3. Que tipo de painel é utilizado? (Pode assinalar mais de uma opção)

(x) Aglomerado

(x) MDF

(x) Chapa de Fibra

() OSB

() Outro. Qual? _____

4. De qual fornecedor os painéis são adquiridos? (pode assinalar mais de uma opção)

() Masisa

(x) Tafisa

() Duratex

(x) Berneck

() Satipel

() Placas do Paraná

() Eucatex

() Bonet

5.. Quais são os critérios utilizados na escolha do fornecedor de painéis de madeira?

Preço, qualidade, pontualidade na entrega, liberação de crédito

6. A certificação ambiental (ISO 14001, Selo Verde) do fornecedor é importante na decisão de compra do produto? Porque?

Sim, pois além da garantia da origem da matéria-prima, é um bom argumento de venda, principalmente nas exportações.

7. Tendo em vista que a certificação ambiental atesta que as empresas que as possuem, praticam um bom manejo florestal, que suas operações industriais causam baixo impacto ao meio ambiente, você pagaria mais por um produto cujo fabricante possua estas certificações? Porque?

Provavelmente não, pois os meus clientes não estão dispostos a pagar mais por esta certificação.

8. Existe alguma orientação da alta administração da empresa em comprar (ou não) produtos certificados? Por que?

Sim. Porém os preços devem ser compatíveis.

9. A sua empresa possui alguma certificação? Qual?

Não. Porém trabalhamos seguindo os critérios das normas da série ISO 9001.

EMPRESA “J”

1. Perfil da empresa

Número de Funcionários: 173

Linha de Produtos Estantes, Racks e escrivaninhas

Público Alvo: (x) classe baixa (x) Classe Média () classe alta

Exporta seus produtos (x) Sim () Não

Países para os quais exporta: América central, países do Mercosul, Europa, África, e Oriente Medio

2. A sua empresa utiliza painéis de madeira processada?

(x) Sim () Não

3. Que tipo de painel é utilizado? (Pode assinalar mais de uma opção)

() Aglomerado

(x) MDF

() Chapa de Fibra

() OSB

() Outro. Qual? _____

4. De qual fornecedor os painéis são adquiridos? (pode assinalar mais de uma opção)

(x) Masisa

() Tafisa

(x) Duratex

() Berneck

() Satipel

(x) Placas do Paraná

() Eucatex

() Bonet

5. Quais são os critérios utilizados na escolha do fornecedor de painéis de madeira?

Qualidade, Preço, Prazo de entrega, Assistência técnica

6. A certificação ambiental (ISO 14001, Selo Verde) do fornecedor é importante na decisão de compra do produto? Porque?

Sim, desde que atenda as condições anteriores.

7. Tendo em vista que a certificação ambiental atesta que as empresas que as possuem, praticam um bom manejo florestal, que suas operações industriais causam baixo impacto ao meio ambiente, você pagaria mais por um produto cujo fabricante possua estas certificações? Porque?

Se o preço for justo, não teria problema.

8. Existe alguma orientação da alta administração da empresa em comprar (ou não) produtos certificados? Por que?

Não a principio, observamos outros pontos importantes, hoje não exigimos de fornecedores a certificação.

9. A sua empresa possui alguma certificação? Qual?

Não

EMPRESA "K"

1. Perfil da empresa

Número de Funcionários: 450

Linha de Produtos: Módulos para cozinhas, quartos, banheiros e áreas de serviço.

Público Alvo: () classe baixa () Classe Média () classe alta

Exporta seus produtos () Sim () Não

Países para os quais exporta: América Central, América do Sul e Estados Unidos.

2. A sua empresa utiliza painéis de madeira processada?

() Sim () Não

3. Que tipo de painel é utilizado? (Pode assinalar mais de uma opção)

() Aglomerado

() MDF

() Chapa de Fibra

() OSB

() Outro. Qual? _____

4. De qual fornecedor os painéis são adquiridos? (pode assinalar mais de uma opção)

() Masisa

() Tafisa

() Duratex

() Berneck

() Satipel

() Placas do Paraná

() Eucatex

() Bonet

5. Quais são os critérios utilizados na escolha do fornecedor de painéis de madeira?

Empresa sólida, qualidade do produto e preço.

6. A certificação ambiental (ISO 14001, Selo Verde) do fornecedor é importante na decisão de compra do produto? Porque?

Sim. Mostra o seu comprometimento na preservação do Meio Ambiente.

7. Tendo em vista que a certificação ambiental atesta que as empresas que as possuem, praticam um bom manejo florestal, que suas operações industriais causam baixo impacto ao meio ambiente, você pagaria mais por um produto cujo fabricante possua estas certificações? Porque?

Sim, tenho certeza que o seu destino final possa dispor de forma que não agrida o Meio Ambiente.

8. Existe alguma orientação da alta administração da empresa em comprar (ou não) produtos certificados? Por que?

Sim. Hoje temos muita concorrência e o preço é o decisivo.

9. A sua empresa possui alguma certificação? Qual?

Sim: ISO 14001:1996 e ISO 9001:2000 - Sistema Integrado

EMPRESA "L"

1. Perfil da empresa

Número de Funcionários: 620

Linha de Produtos: Dormitórios, Copas, Cozinhas e Linha Jardim

Público Alvo: () classe baixa () Classe Média () classe alta

Exporta seus produtos (x) Sim () Não

Países para os quais exporta: Inglaterra, EUA, Argentina, Chile.

2. A sua empresa utiliza painéis de madeira processada?

(x) Sim () Não

3. Que tipo de painel é utilizado? (Pode assinalar mais de uma opção)

(x) Aglomerado

(x) MDF

(x) Chapa de Fibra

() OSB

(x) Outro. Qual? Madeira

4. De qual fornecedor os painéis são adquiridos? (pode assinalar mais de uma opção)

() Masisa

(x) Tafisa

(x) Duratex

(x) Berneck

(x) Satipel

(x) Placas do Paraná

(x) Eucatex

() Bonet

5. Quais são os critérios utilizados na escolha do fornecedor de painéis de madeira?

Qualidade e custo.

6. A certificação ambiental (ISO 14001, Selo Verde) do fornecedor é importante na decisão de compra do produto? Porque?

Sim, pois temos exigência por parte dos clientes.

7. Tendo em vista que a certificação ambiental atesta que as empresas que as possuem, praticam um bom manejo florestal, que suas operações industriais causam baixo impacto ao meio ambiente, você pagaria mais por um produto cujo fabricante possua estas certificações? Porque?

Sim, pois temos exigência por parte dos clientes.

8. Existe alguma orientação da alta administração da empresa em comprar (ou não) produtos certificados? Por que?

Sim, pois temos exigência por parte dos clientes.

9. A sua empresa possui alguma certificação? Qual?

ISO 9001:2000, FSC