

ANÁLISE DA ACEITABILIDADE DE PRODUTOS CONFECCIONADOS COM PAPEL ARTESANAL NA CIDADE DE MANAUS, AMAZONAS

Álefe Lopes Viana¹, Francisco Tarcísio Moraes Mady², Roberta Monique da Silva Santos³, Edson Valente Chaves⁴, Francisco Antônio Siebra Lacerda⁵, Jaime Cavalcante Alves⁶, Hélivia Nancy Fuzer Lira⁷, Cíntia Régia dos Santos Freitas⁸

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas – IFAM
(alefe.viana@ifam.edu.br)

²Universidade Federal do Amazonas
(fctr@mandic.com.br)

³Faculdade Salesiana Dom Bosco - FSDB
(robertamonicke@gmail.com)

⁴Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas – IFAM
(edson_valente@yahoo.com.br)

⁵Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas – IFAM
(francisco.siebra@ifam.edu.br)

⁶Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas – IFAM/CMC
(jaime@ifam.edu.br)

⁷Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas – IFAM/CMC
(helvianancy@gmail.com)

⁸Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas – IFAM/CMC
(cinthia.freitas98@gmail.com)

RESUMO

O desenvolvimento mundial trouxe inúmeros benefícios e vantagens à população e junto a estes, também apareceram alguns problemas. O principal fator destes problemas está relacionado à produção de resíduos, sendo o papel uma das matérias-primas encontradas nesta categoria. Neste trabalho é abordada a produção de produtos de papel artesanal, atividade que utiliza processo de transformação em pequena escala. A metodologia consistiu em uma pesquisa bibliográfica e quantitativa, que partiu da avaliação de três produtos confeccionados a partir de papel artesanal, pelo público frequentador de uma Feira de Artesanato localizada

1 Docente, Mestre em Ciências Florestais e Ambientais (UFAM), IFAM (Campus Manaus Centro).

2 Docente, Mestre em Agronomia Tropical (UFAM), UFAM.

3 Docente, Mestre em Ciências Florestais e Ambientais (UFAM), FSDB.

4 Docente, Doutor em Biotecnologia (UFAM), IFAM (Campus Manaus Centro).

5 Docente, Mestre em Agricultura e Sustentabilidade na Amazônia (UFAM), IFAM (Campus Manaus Centro).

6 Docente, Mestre em Educação Agrícola (UFRRJ), IFAM (Campus Manaus Centro)

7 Docente, Doutoranda em Tecnologias Química e Biológica (UnB), IFAM (Campus Manaus Centro)

8 Docente, Mestre em Química e Biotecnologia (UFAL), IFAM (Campus Manaus Centro)

no centro da cidade de Manaus. Foram aplicados 80 questionários contendo perguntas abertas e fechadas, visando identificar o grau de aceitação destes produtos. A pesquisa demonstrou que há uma demanda pelo uso dos produtos, porém a importância econômica no processo de escolha do produto é uma questão decisiva, e que não há quem forneça um material de qualidade, mostrando que a questão estética deve ser levada em consideração na elaboração do produto.

Palavras-chave: Reciclagem de papel; papel artesanal; produtos sustentáveis; Manaus.

ABSTRACT

The global development has brought numerous benefits and advantages to the population and consequently some problems appeared. The production of waste is the main factor, with paper being one of the raw materials found in this category. This paper deals with the production of artisanal paper products, an activity that uses a small-scale transformation process. The methodology consisted of a bibliographical and quantitative research, starting from the evaluation of three products made from handmade paper by the public attending a Craft Fair, located in downtown Manaus. In order to identify the degree of acceptance of these products were applied eighty questionnaires containing open and closed questions. The research showed that there is a demand for these products, but the economic importance in the process of choosing the product is a decisive question, and that no one supplies a quality material, thus it is important to consider the aesthetic question of the product preparation.

Keywords: Paper recycling; handmade paper; sustainable products; Manaus.

INTRODUÇÃO

O mundo vem mudando numa velocidade nunca vista. O desenvolvimento e o progresso acabam por trazer muitas vantagens que refletem no contexto sócio-político-cultural. Contrapondo-se a isto, inevitavelmente aparecem alguns problemas, como a ocupação desordenada dos espaços naturais, a devastação, o desequilíbrio ecológico, a produção maior do que o consumo, entre tantos outros (VIANA, 2010).

A partir da década de 1980, a produção de embalagens e produtos descartáveis aumentou significativamente, assim como a produção de resíduo, principalmente nos países desenvolvidos (MORENO, 2007). A quantidade de lixo produzida diariamente por um ser humano é de aproximadamente 1 kg. Quando se soma

toda produção mundial, os números são exorbitantes.

Dentre o crescimento da produção de resíduos, o papel representa um significativo percentual. Atualmente, são poucas as civilizações que fazem o uso do papel em pequena quantidade. O papel embala e protege produtos, veicula e armazena informações, ajuda na limpeza e em nossa higiene pessoal e de nossos lares, além de inúmeras outras utilizações que sequer percebemos (MAFRA, 1999).

Segundo Moreno (2007), cerca de 35% dos resíduos que vão para os aterros é composto por materiais que poderiam ser reciclados ou reutilizados. Os problemas causados pela disposição inadequada e pela grande quantidade gerada vieram a ser solucionados com a reciclagem. Além disso, esta é uma ótima oportunidade de novos empregos e de outras fontes de renda. Podemos citar neste contexto a reciclagem do papel, que é uma atividade economicamente rentável e adquire um status positivo em relação à conservação ambiental, transformando o resíduo, uma matéria que até então só tem custo, em um produto de valor agregado.

A reciclagem artesanal é um processo que difere da reciclagem industrial, no método adotado, no volume processado e no que tange ao resultado final. Quando são utilizados processos de transformação em pequena escala em instalações, muitas vezes, residenciais, sem maquinário e insumos químicos, designa-se reciclagem artesanal. Na reciclagem de papel artesanal os resíduos passam por poucas modificações, a maioria de efeito mecânico. Podem ser agregadas em sua lâmina: fibras vegetais, como as do pseudocaulo de bananeira, folhas de sisal, roseta do abacaxi, auxiliando-se da criatividade para gerar diversidade estética nas folhas formadas (VIANA, 2010).

Em 2010 foi instituída a Política Nacional dos Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305/2010) trabalhando na gestão integrada e no gerenciamento de resíduos sólidos, onde estabelece regras para o recolhimento de embalagens usadas. Para a Cidade de Manaus, o desenvolvimento do mercado de papel artesanal seria de grande relevância, uma vez que o Pólo Industrial abriga muitas empresas, gerando grande quantidade de resíduos oriundos de fibras celulósicas, que se aproveitados de forma correta, geraria emprego e renda.

No comércio de Manaus há uma escassez deste tipo de produto de papel artesanal. Existem duas empresas que comercializam este tipo de produto voltado à papelaria, e, além disso, o preço cobrado ao consumidor ainda é elevado, considerando-se que estes produtos são comprados de outros estados. Baseado nesta premissa, o objetivo deste trabalho foi analisar a aceitabilidade de três produtos confeccionados com papel artesanal pelos consumidores da Cidade de Manaus (AM) – visto como um produto ecologicamente correto - compreendendo se o consumidor potencial estaria disposto a pagar mais por um produto reciclado artesanalmente explorando as evidências perceptivas sobre os produtos.

MÉTODO OU FORMALISMO

A presente pesquisa foi desenvolvida para conhecer a aceitação de produtos confeccionados com papel artesanal, na Cidade de Manaus. Para seu desenvolvimento, foi realizada primeiramente uma pesquisa bibliográfica na qual buscou-se subsídios para sustentar teoricamente o trabalho, utilizando-se de livros especializados, artigos temáticos, dissertações e teses que abordavam os temas de celulose e papel, papel reciclado, comportamento e percepção do consumidor.

A coleta dos dados foi feita por meio de entrevista e questionários, por se tratar de formas mais adequadas às pesquisas de opinião pública e de mercado, bem como, por serem constituídos por uma série de questões sobre determinado tema, segundo Barros e Samara (2002). Para aplicação dos questionários, optou-se por escolher a Feira de Artesanato de Manaus, no centro da cidade, pois o público que frequenta esta feira consome produtos especificamente artesanais. A feira só ocorre aos domingos, sendo a pesquisa aplicada durante os dois primeiros domingos consecutivos no mês de fevereiro de 2011, mantendo-se o anonimato dos entrevistados.

O questionário conteve 19 perguntas fechadas além de espaço para apontar sugestões. Foram abordadas perguntas relacionadas ao perfil do consumidor, conhecimento sobre produtos de papel artesanal, reciclagem e características dos produtos da pesquisa e foi aplicado para 80 pessoas.

A pesquisa é caracterizada como teórico-empírica, por utilizar-se de dados secundários bem como a coleta de dados primários em pesquisa de campo. Quanto à abordagem, a pesquisa caracteriza-se como quantitativa, pois visou verificar o grau de satisfação dos entrevistados em relação ao produto desenvolvido (Gerhardt e Silveira, 2009). Quanto aos objetivos, a pesquisa caracteriza-se como exploratória, pois trata-se de um estudo de caso (Gil, 2007).

Foram utilizados três diferentes produtos confeccionados com papel artesanal, como sendo o objeto de pesquisa. Estes produtos foram a agenda de bolso, caderno grande e caderno pequeno, conforme mostrado na Figura 01.

Os cadernos de dimensões 18x25cm e 21x15cm apresentam encadernação em wire-o, na cor branca, possuindo elástico para fechamento preso com ilhós, possuindo 80 folhas de papel do tipo reciclado industrial (75 g/m²), pautas para escrita, folha inicial para dados pessoais, seguido de calendário, agenda mensal, 10 folhas quadriculadas, lista para contato e bolso frente e verso. As capas foram confeccionadas em papel artesanal, ambas revestidas com forro de papelão laminado com gramatura 450 g/m² e revestimento em papel reciclado 240 g/m². A personalização da capa foi feita em impressora a laser.



Figura 1: Produtos confeccionados: à esquerda caderno grande e pequeno e à direita a agenda.

A agenda, com dimensões 14,5x7cm, possui encadernação em wire-o, 72 folhas de papel do tipo reciclado industrial (75 g/m²), pautadas para anotações semanais, possuindo página de dados do usuário, minicalendário, relação de feriados e datas comemorativas, além de lista de contatos em ordem alfabética. As capas foram confeccionadas em papel artesanal, ambas revestidas com forro de papelão laminado com gramatura 450 g/m² e revestimento em papel reciclado 240 g/m². A personalização da capa foi feita em impressora a laser. Ambos foram produzidos no Laboratório de Física da Madeira, na Universidade Federal do Amazonas.

Para cada entrevistado foi mostrado cada produto, sempre padronizados com o mesmo layout.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram entrevistadas 80 pessoas ao longo de dois domingos consecutivos, onde, cerca de 52,5% dos entrevistados foram do sexo masculino. Quanto à escolaridade dos entrevistados, ocuparam os primeiros lugares os que possuem o ensino médio completo (46,25%) e superior incompleto, com 23,75%.

A predominância de idade entre os participantes foi de 26 a 35 anos, perfazendo cerca 36% dos entrevistados, seguido de um público mais jovem (de 16 a 25 anos). Tais dados são relevantes pois, segundo Carvalhais (2008), o público mais jovem possui maior flexibilidade na decisão de compra e busca por produtos ecologicamente corretos que os de maior idade. A renda média dos entrevistados ficou entre de 2 e 5 salários mínimos, perfazendo 31,25% do total, embora 37,5% declararam não possuir renda fixa, pois a maioria se enquadra como autônomo.

Quanto à reciclagem de papel, os entrevistados estipularam uma nota de 0 a 10, onde 10 consiste na grande importância da reciclagem de papéis, de acordo com o conhecimento sobre o tema, mostrados na Figura 02:

Cerca de 82% dos entrevistados disseram que, de maneira geral, a recicla-

gem de papéis é muito importante e por isso vale dez. Contudo, o conhecimento em sua totalidade ainda não alcança todas as pessoas, tanto que pouco mais de 17% dos entrevistados atribuíram menor nota à reciclagem, fazendo comentários do tipo “tanto faz, pois produtos oriundos de reciclagem são bastantes inacessíveis ao consumidor de modo geral”.

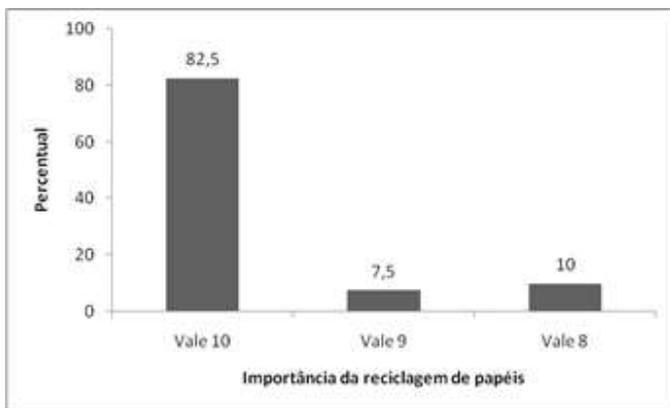


Figura 2: A importância da reciclagem de papéis.

Mesmo achando que a reciclagem vale nota dez, cerca de 80% dos entrevistados não sabem a diferença entre papel artesanal e papel reciclado. Houve até mesmo alguns relatos do tipo “se é algo que ajuda ao meio ambiente é o que importa”, concluindo-se, desta forma, que eles não possuem um conceito claro sobre o que é reciclagem de papel (Figura 3).

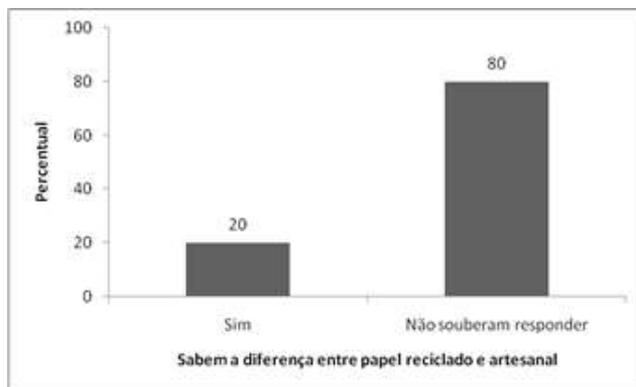


Figura 3: Conhecimento sobre a diferença entre papel reciclado e papel artesanal.

Quando solicitados para formularem um conceito sobre as características de um produto de papel artesanal, sugerindo-lhes as alternativas, observa-se que

pouco mais de 57% dos entrevistados caracterizaram-no como sendo ecológicos; muitos afirmaram isso porque acompanham a divulgação que a mídia veicula em relação a alguns produtos, como mostrado na Figura 4.

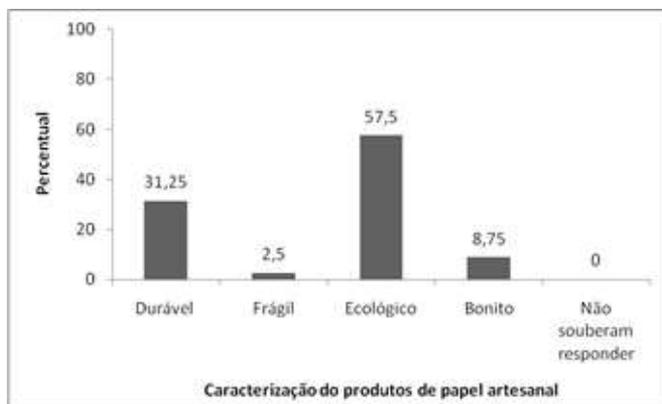


Figura 4: Caracterização dos produtos.

Outra parcela dos entrevistados, observando algumas características dos produtos, consideraram-no como duráveis, pois afirmaram que os produtos são bastante resistentes mesmo sendo artesanal. Produtos artesanais, de maneira geral, são caracterizados como frágeis, ou seja, as pessoas compram apenas para usar como “decoração doméstica”, mas, neste caso, especificamente atribuíram resistência de uso aos produtos. Há também aqueles que enquadraram os produtos apenas como bonitos, pois visualizaram inicialmente somente a estética da capa de rosto dos materiais.

Outro dado interessante é que a maior parte dos entrevistados (56,25%) sabem que em Manaus é comercializado este tipo de produto. Este dado na maioria das vezes pode ser interpretado como não sendo tão real assim, pois na maioria dos casos, o entrevistado não quer dizer que “não sabia” sobre a comercialização, pois acha que passaria constrangimento diante do pesquisador. Mas a outra parcela também não pode ser deixada de lado, afinal quase metade não tinha conhecimento da comercialização destes produtos na cidade. Pode-se inferir, portanto, que falta divulgação na comercialização destes produtos. Investir em estratégias de marketing pode ser uma solução para tal problema, conforme afirma Kotler e Kotler (2013).

Outro indicativo de que as pessoas estão propensas a adquirirem este tipo de produto é que 56,25% procuram ou compram produtos em papel reciclado artesanal ou industrial; vale ressaltar que o consumo de produtos de papel reciclado industrial é maior que os dos produtos artesanais, segundo Moreno (2007). Os que não compram ou não procuram alegam que não se agradam da estética e do preço

destes produtos.

Quanto aos produtos:

Pouco mais de 88% dos entrevistados acharam que a quantidade de folhas que compõem o “miolo” do caderno está na proporção ótima, mas 11,25% se mostraram insatisfeitos, pois, ainda tendem a comparar modelos usados em escolas, no ensino médio (modelo universitário).

Quanto às dimensões, mais de 80% dos entrevistados aprovaram, concordando quase que em unanimidade, com as dimensões dos produtos mostrados, como mostra a Figura 5.

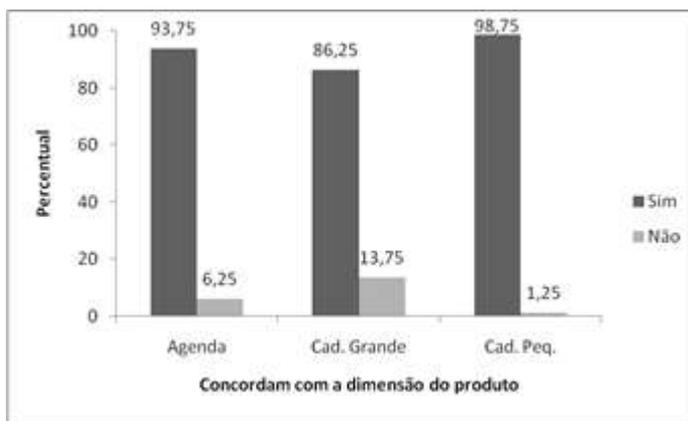


Figura 5: Proporção de folhas internas dos produtos.

Considerando os preços: caderno 25x18cm – R\$ 20,00, caderno 21x15cm – R\$ 15,00 reais e agenda R\$ 10,00, mais de 70% dos entrevistados estariam dispostos a comprar os produtos, conforme apresentado na Figura 6.

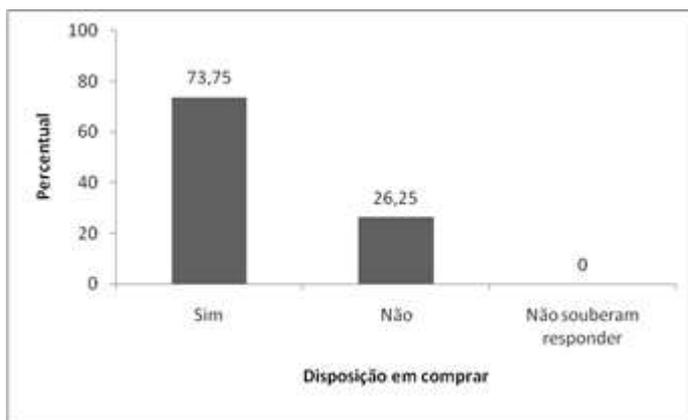


Figura 6: Disposição em comprar os produtos confeccionados de papel artesanal.

Os demais entrevistados (26,25%) não comprariam, pois acharam o preço elevado e afirmaram que no mercado existem outros produtos similares e que proporcionam a mesma serventia, tanto que quando indagados sobre o que eles achavam do preço dos produtos, grande parte afirmou que o valor poderia ser um pouco menor. Porém o maior percentual dos entrevistados afirmou que o produto valia mesmo o valor informado, (57,5%). Geralmente eles afirmavam que por ser um produto que poderia virar “lixo” tinha a obrigação de ser mais barato do que o de fibra virgem.

Quanto a esta questão, Solomon (2008) afirma que os consumidores tendem a comparar valores com a concorrência em geral, mesmo não sendo sustentável, para avaliar se o benefício do produto verde, vale a diferença de custo para o consumo. Mesmo a literatura indicando que o preço é uma medida de qualidade, na qual altos valores indicam produtos com alta qualidade o consumidor verde precisa de outros valores para se beneficiar de um produto verde.

Quando perguntados sobre o principal diferencial do produto, a maioria respondeu que o ‘apelo ambiental’ conferido aos produtos os diferenciam dos demais da mesma categoria, conforme mostrado na Figura 7. O apelo ambiental, segundo Barboza & Arruda Filho (2012), pode ser entendido como um produto que foi projetado e produzido por meio de atitudes ambientais, como por exemplo, reuso e aproveitamento de materiais, diminuindo a intensidade de uso de matéria-prima virgem.

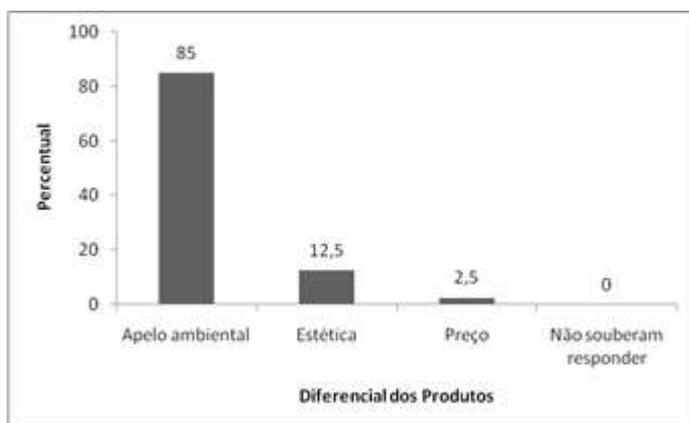


Figura 7: Características diferenciais dos produtos.

Segundo Ottman (2011), identifica-se, nesta tipologia de usuário, a construção pessoal de uma cultura com ideologia verde, para prezar pelos valores pró-ecologia, categorizando suas necessidades para um grupo com senso comum diferenciado, onde estes, buscam práticas que normalmente não são entendidas por outros usuários, dado o contexto comum inexistente e também a falta de informação com práticas diárias, que são desconhecidas pela maioria da população.

Quanto aos aspectos insatisfatórios, mais de 58% dos entrevistados afirmaram que 'não existem', mas 36,25% apontam o preço como um aspecto que deve ser reconsiderado, uma vez que, segundo Kotler (2000), é uma das ferramentas que pode definir o sucesso ou não de um produto (Figura 8).

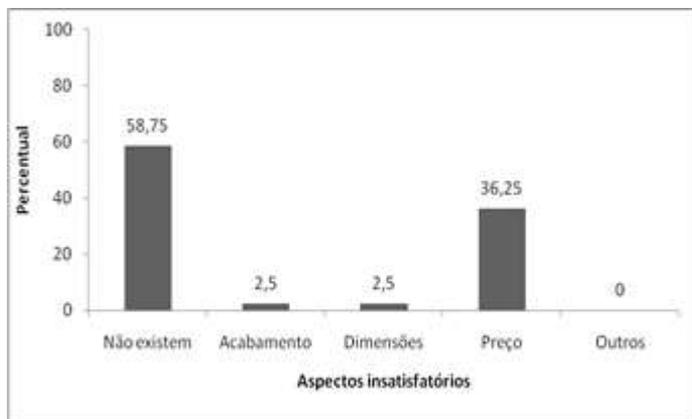


Figura 8: Aspectos insatisfatórios dos produtos.

Em se tratando de atratividade dos produtos, pouco mais de 43% dos entrevistados consideraram os produtos como 'muito atraentes', corroborando com os resultados obtidos por Vilas Boas (2005), afirmando que a estética e a aparência influenciam na decisão de escolha e de compra pelo consumidor.

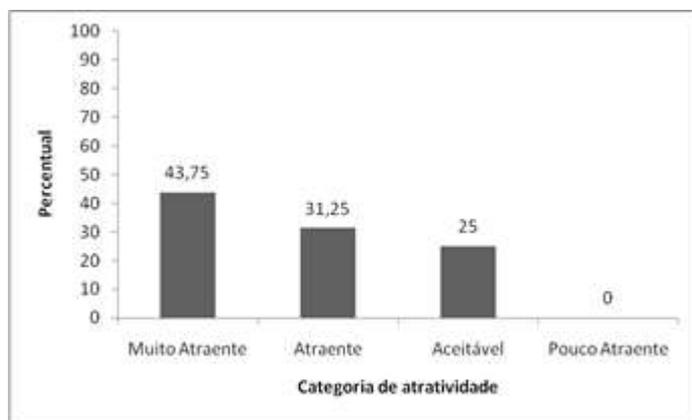


Figura 9: Categorias de atração dos produtos.

Com o intuito de inserir estes produtos no mercado, foi elaborada uma pergunta sobre quais fatores o consumidor leva em consideração na hora da compra. Mais de 50% dos entrevistados consideram o 'preço' como principal fator a considerar, seguido de 'marca' (com 33,75%). Vale ressaltar que nem sempre o produto com

preço menor é melhor do que o produto mais caro.

Este é um dado bastante importante, pois se o consumidor tiver que decidir entre o produto confeccionado com papel artesanal e o produto sem apelo ambiental, ele vai optar pelo que estiver mais barato, por isso o valor dos produtos deve ser repensado para que possa alcançar todas as categorias sociais.

Quando perguntados se indicariam para alguém, mais de 98% dos entrevistados afirmaram que indicariam sim estes produtos para seus amigos, conhecidos e familiares. Apenas 1,25% não soube responder. De modo geral, 55% dos entrevistados avaliaram os produtos e afirmaram que “gostaram muito”, seguido por 45% que “gostaram” e não conferiram avaliação negativa a estes.

Dentre as sugestões aferidas, destacam-se adicionar uma página dentro de cada produto relatando o processo de reciclagem de papéis, bem como o tempo de decomposição dos materiais potencialmente recicláveis; baixar o preço dos produtos; clarear mais a folha da capa do caderno, pois segundo Moreno (2007) papéis brancos estão intimamente ligados à limpeza, pureza e à credibilidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa demonstrou entre os entrevistados, não só a importância da variável econômica no processo de escolha do produto, mas também a percepção que eles têm em relação aos produtos de origem artesanal.

O fato de grande parte da amostra não estar disposta a pagar mais, evidencia o fator preço como a primeira variável a ser analisada pelo consumidor durante o processo de escolha desse produto, ou seja, a aquisição do produto dependerá do poder aquisitivo do consumidor. Por outro lado, o fato deste produto ser vendido no mercado a um preço superior aos similares fabricados a partir de fibras virgens, demonstra que este produto está realmente posicionado a atender um segmento de mercado, o de consumidores não só conscientes, mas que estejam realmente dispostos a pagar e que tenham condições financeiras para isso. Desta forma, caberia a criação de uma linha de produtos com preços menores, onde alcançaria um maior número de consumidores.

A pesquisa também revelou que grande parte dos entrevistados, mesmo tendo interesse em consumir os produtos, estes ainda não são encontrados facilmente no mercado. A elaboração de um plano de marketing seria bastante eficaz para atender todo esse público que não sabe onde encontrar e até mesmo o porquê do consumidor preferir este tipo de produto. Os consumidores conscientes estão dispostos a adquirir os produtos, mas não há quem forneça um material de qualidade, com padrão estético e de durabilidade aceitáveis.

É necessário, portanto, investir de forma correta em negócios relacionados à reciclagem de materiais. É importante sensibilizar os consumidores a constituírem

o conceito adequado de reciclagem, pois grande parte da população tem a ideia de que produtos reciclados e/ou artesanais são produtos originados do lixo. É necessária uma conscientização para sensibilizá-los de que quando eles compram estes produtos, na verdade, eles estão adquirindo um produto que deixou de ser lançado inadequadamente ao meio ambiente.

REFERÊNCIAS

BARBOZA, M. N. L. & ARRUDA FILHO, E. M. O comportamento do consumidor tecnológico diante dos valores ecologicamente corretos: ideologia verde versus responsabilidade social. **Intercom – RBCC**, São Paulo, v.35, n.1, p. 157-182, 2012.

BARROS, J. C.; SAMARA, B. S. **Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia**. 2. ed. São Paulo: Makron, 2002.

CARVALHAIS, R.S. Atitudes e comportamento dos consumidores diante de produtos com apelo ecológico. Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Administração das Faculdades Integradas Pedro Leopoldo. Pedro Leopoldo, MG, 91p, 2008.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. Métodos de Pesquisa. Editora da UFRGS, Porto Alegre, RS, 2009. 120p.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

KOTLER, P. & KOTLER, M. **Marketing de Crescimento: 8 Estratégias para conquistar mercados**. Editora Campus, 2013.

KOTLER, P. Administração de Marketing. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall. 2000

MAFRA, N. **Como montar e operar uma oficina de papel artesanal**. CPT, Viçosa, Minas Gerais, 1999.

MORENO, P. C. R. **A aceitação pelo consumidor por um produto de papel reciclado**. 2007. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente) – Centro Universitário de Araraquara – UNIARA, São Paulo. 2007.

OTTOMAN, J. **The new rules of green marketing: strategies, tools, and inspiration for sustainable branding**. São Francisco: Berrett Koehler – BK. 2011.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo.** 7.ed. Porto Alegre: Bookman. 2008.

VIANA, A. L. **Estudo da aceitabilidade de produtos confeccionados com papel artesanal.** 2010. Monografia (Engenharia Florestal) – Universidade Federal do Amazonas, Manaus. 2010.

VILAS BOAS, L. H. B. **Comportamento do consumidor de produtos orgânicos: uma análise na perspectiva da teoria da cadeia de meios e fins.** 2005. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Lavras, Minas Gerais. 2005.