



## ATRIBUTOS DE QUALIDADE DOS PRODUTOS ORGÂNICOS: UMA DISCUSSÃO SOB A ÓTICA DA ECONOMIA DOS CUSTOS DE MENSURAÇÃO<sup>1</sup>

Beatriz Negrelli da SILVA, Universidade Estadual de Maringá, beatriznegrelli@hotmail.com  
José Paulo de SOUZA, Universidade Estadual de Maringá, jpsouza@uem.br

*Referência:*

SILVA, Beatriz Negrelli da; SOUZA, José Paulo de. Atributos de qualidade dos produtos orgânicos: uma discussão sob a ótica da economia dos custos de mensuração. In: SIMPPA - SIMPÓSIO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO. 4., 2024, Maringá. **Anais eletrônico...** Maringá: PPA, 2024. p. 16-32. Disponível em: <https://ppa.uem.br/iv-simppa-2024x/anais>. Acesso em: 25 nov. 2024..

### RESUMO

Este estudo tem como objetivo compreender a influência da mensuração dos atributos de qualidade e dos mecanismos de garantia na transação de produtos orgânicos. Para tanto, foi realizada uma revisão bibliográfica. Os principais resultados indicam a necessidade de maior disseminação de informações acerca dos produtos orgânicos e formas de acesso a esses produtos. Conclui-se que embora as características dos produtos orgânicos indiquem uma maior garantia de apropriação de valor por meio da integração vertical, a relação de longo prazo pode ser uma alternativa ao se considerar a importância da reputação na transação desses produtos.

**Palavras chaves:** Desenvolvimento sustentável. Nova Economia Institucional. Atributos.

## QUALITY ATTRIBUTES OF ORGANIC PRODUCTS: A DISCUSSION FROM THE PERSPECTIVE OF MEASUREMENT COST ECONOMICS

### ABSTRACT

This study aims to understand the influence of measuring quality attributes and guarantee mechanisms on the transaction of organic products. To this end, a literature review was conducted. The main results indicate the need for greater dissemination of information and access to organic products. It is concluded that although the characteristics of organic products indicate greater guarantee through vertical integration, the long-term relationship may be an alternative when considering the importance of reputation in the transaction of these products.

**Keywords:** Sustainable development. New Institutional Economics. Attributes.

---

<sup>1</sup> Este artigo é beneficiário de auxílio financeiro da CAPES.

## 1 INTRODUÇÃO

Mesmo com uma crescente tendência e preferência do mercado nacional de produtos orgânicos (Braga Junior *et al.*, 2014; Lima *et al.*, 2020), constata-se que ainda são necessárias mais informações para diferenciá-los (Ferreira; Mota; Garcia, 2019). Diante disso, levanta-se a discussão de problemas que surgem com o uso de proxies na mensuração da qualidade de produtos, como discorre Barzel (1982), sobre a associação pelo consumidor, da cor da maçã ao seu característico de sabor, com influência sobre o valor do produto.

Depreende-se que o consumidor faz uma escolha baseada em atributos intrínsecos e extrínsecos. Na ausência de informações sobre o bem, seu valor é como se fossem “caixas pretas” (Barzel, 2005, p. 358), o que abre espaço, segundo esse autor para apropriação de valor nessas transações. Esses aspectos remetem para a Teoria da Economia dos Custos de Transação (ECM).

O conjunto de atributos que compõem o ativo transacionado pode demandar diferentes mecanismos de garantia, tais como a integração vertical, relações contratuais, de risco e mesmo relações de longo prazo, a depender da informação disponível (Barzel, 2005; Zylbersztajn, 2018). Torna-se importante o conhecimento dos atributos almejados pelo consumidor de orgânicos para efetivar as transações (Cunha; Saes; Mainville, 2013).

Ante o exposto, este estudo objetiva compreender a influência da mensuração dos atributos de qualidade e dos mecanismos de garantia na transação de produtos orgânicos. Este estudo se justifica pela contribuição da ECM na padronização de atributos, com implicações na “redução de incentivo para captura de quase renda” (Caleman *et al.*, 2006), e nas discussões de desenvolvimento sustentável rural (Schwab; Moraes; Corrent, 2022).

## 2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo utilizou de uma estratégia de revisão bibliográfica, a partir da base de dados do portal de Periódicos da Capes. As pesquisas foram filtradas utilizando as seguintes palavras-chaves: “atributos produtos orgânicos” e “mensuração produtos orgânicos”. Como critérios de inclusão foram selecionados os estudos nacionais que tivessem os termos no título, no resumo ou nas palavras-chaves. A busca foi realizada no período entre 20/12/2023 e 10/01/2024. Não foi realizado recorte temporal. Foram localizadas 114 pesquisas, das quais 8 tratavam as transações comerciais. Para análise, utilizou-se o método de análise de conteúdo.

## 3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O Quadro 1 apresenta os atributos de qualidade desejados para transação de produtos orgânicos.

**Quadro 1: Atributos dos produtos orgânicos**

Tipo de produto transacionados	Tipo de atributo	
	Intrínseco	Extrínseco
Hortifrutí, processados, refeições, higiene, carnes, frios, laticínios, têxtil, café, cereais, ovos.	Ausência de insumos químicos, frescor, sabor, cheiro e aparência.	Certificação do produto, marca, rotulagem, rastreabilidade, benefícios à saúde, preço (elevado) e credibilidade do estabelecimento de venda.

Fonte: dados da pesquisa (2024).

Embora tenham estudos que argumentem negativamente sobre o preço e a aparência, Braga Junior *et al.* (2014) constataram que, no varejo especializado, o atributo diferencial de qualidade, valorizado, é o sabor. Isso remete aos erros de proxies (Barzel, 1982), que podem influenciar na transação (Cunha; Saes; Mainville, 2013), dado a dificuldade de mensuração do atributo e sua associação à aparência. As informações da diferenciação, caso não identificadas, pode colocar seu valor em domínio público, e não reverter ao produtor.

Sendo assim, quanto aos mecanismos de garantia, verifica-se que os produtos orgânicos não se enquadrariam em uma relação de riscos (Barzel, 2005), em que o consumidor assumiria o risco de não levar aquilo que comprou. A certificadora pode ser considerada uma terceira parte na garantia do produto orgânico, mas não é responsável por fazer cumprir toda a troca. Essa dificuldade de mensuração dos atributos dos produtos orgânicos, sugerem a Integração vertical (Barzel, 2005), como mecanismo mais eficiente. No entanto, esta pode exigir mais investimento do produtor.

A Relação de longo prazo seria, então, um mecanismo viável para garantia da troca de direito de propriedade em alternativa da Integração vertical, mas implica em capital reputacional. Nesse caso, o vendedor deve garantir que os atributos almejados estão disponíveis, como destaca Perosa *et al.* (2009), os consumidores levam em conta a reputação do vendedor no momento da troca.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo compreender a influência da mensuração dos atributos de qualidade e dos mecanismos de garantia na transação de produtos orgânicos. Os resultados sugerem que ainda há uma assimetria de informação acerca da produção e mercado de produtos orgânicos. Pode-se concluir que, embora as características dos produtos orgânicos indiquem que a transação pode ter maiores garantias pela integração vertical, percebe-se o fator reputação como algo valorizado na troca desses produtos, indicando a relação de longo como um mecanismo de garantia viável. O uso de uma única base de dados, podem se configurar em limitação do estudo, sugerindo-se que trabalhos futuros explorem outras bases.

#### REFERÊNCIAS

BARZEL, Y. Measurement cost and the organization of markets. **The Journal of Law and Economics**, v. 25, n. 1, p. 27-48, 1982.

BARZEL, Y. Organizational forms and measurement costs. **Journal of Institutional and Theoretical Economics (JITE)**, v. 161, n. 3, p. 357-373, 2005.

BRAGA JUNIOR, S. S.; VEIGA NETO, A. R.; MORAES, N. R. Atributos de estilo de vida do consumidor relacionados ao consumo de produtos orgânicos no varejo especializado. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 5, p. 36-46, 2014.

CALEMAN, S. M. D. Q.; SPROESSER, R. L.; LIMA FILHO, D. D. O.; TRDEZINI, C. A. D. O. Teoria dos Custos de Mensuração: algumas validações empíricas. In: Congresso da SOBER, XLIV, 2006, Fortaleza. **Anais [...]**. Fortaleza: Congresso da SOBER, 2006.

CUNHA, C. F. D.; SAES, M. S. M.; MAINVILLE, D. Y. Análise da complexidade nas estruturas de governança entre supermercados e produtores agrícolas convencionais e orgânicos no Brasil e nos Estados Unidos: a influência do custo de transação e de mensuração. **Revista de Administração**, v. 48, n. 2, p. 341-358, 2013.

FERREIRA, B. J.; MOTA, E.S.; GARCIA, S. F. A. Percepção dos consumidores brasileiros frente aos alimentos orgânicos: um estudo exploratório acerca dos atributos, benefícios e barreiras. **Brazilian Journal of Development**, v. 5, n.10, p. 19739-19769, 2019.

LIMA, S. K.; GALIZA, M.; VALADARES, A. A.; ALVES, F. **Produção e consumo de produtos orgânicos no mundo e no Brasil**. Texto para Discussão, n. 2538, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Brasília, 2020.

PEROSA, J. M. Y.; MOORI, R. G.; LOMBARDI, M. F. S.; PEROSA, B. B. O estímulo local e o consumo de produtos orgânicos em Botucatu, SP. **Revista de Estudos Sociais**, v. 11, n. 22, p. 59-77, 2009.

SCHWAB, P. I.; MORAES, J. L. A.; CORRENT, A. R. Sistemas agroalimentares sustentáveis: a produção familiar e a comercialização local de alimentos orgânicos em Rolante-RS. **Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 19, especial, p. 143-166, 2022.

ZYLBERSZTAJN, D. Measurement costs and governance: bridging perspectives of transaction cost economics. **Caderno de Administração**, v. 26, n. 1, p. 1-19, 2018.