



Pesquisa Comportamental Hábitos de Consumo e Meio Ambiente

1- INTRODUÇÃO/OBJETIVO

Diante da consciência de que os recursos naturais são bens inestimáveis e finitos, vivemos o desafio de compatibilizar a garantia de qualidade de vida para todos, com a promoção do crescimento econômico e a necessidade de preservação ambiental.

Enfrentar esse desafio pressupõe um esforço para alterar padrões de produção e consumo, onde estão envolvidos o governo, o setor produtivo e a sociedade como um todo.

A Fundação Procon-SP não poderia deixar de abordar novamente esse tema e elaborar um levantamento, visando identificar o comportamento do consumidor diante de situações corriqueiras do dia-a-dia, que, de certa forma, reflita seu nível de percepção do consumo consciente.

2- METODOLOGIA

As informações foram obtidas pela aplicação de questionário estruturado, via internet (site da Fundação Procon-SP), com dezenove questões fechadas, envolvendo temas como destinação do lixo doméstico, reciclagem, utilização racional da água e energia elétrica e responsabilidade social. Foi levantado também o perfil do entrevistado (sexo, faixa etária e escolaridade).

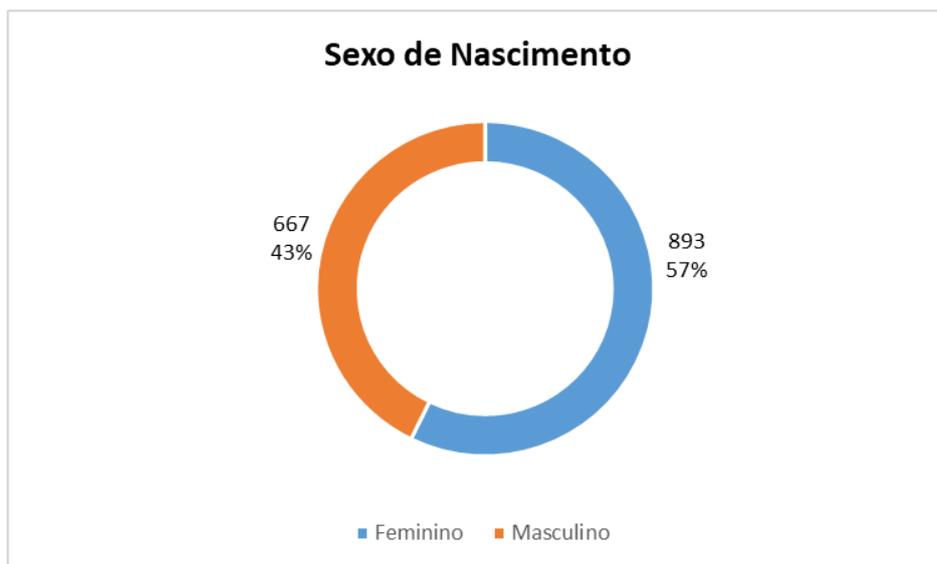
A amostra é de 1560 questionários, respondidos no período de 15/04/24 a 07/05/24.

A seguir os resultados da pesquisa.



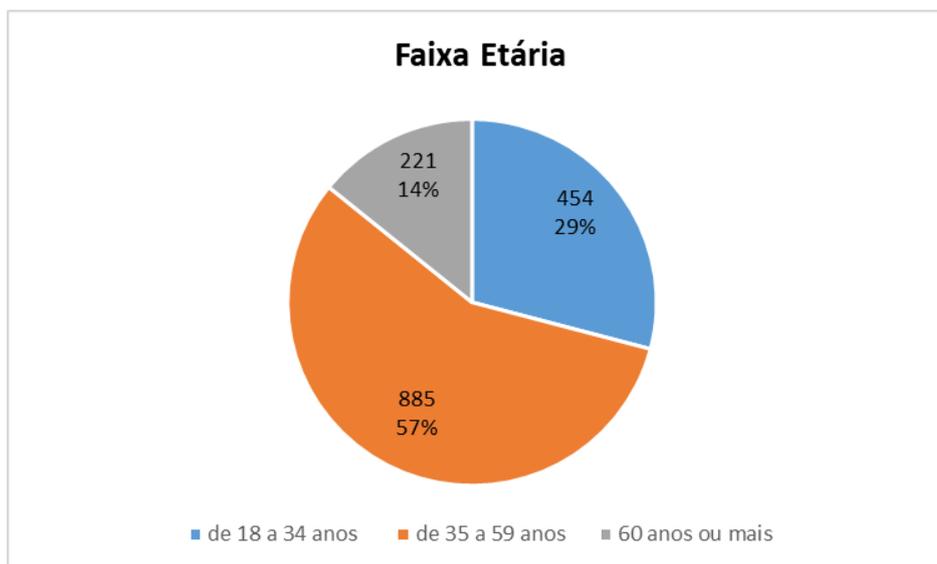
3- RESULTADOS

3.1- PERFIL DO ENTREVISTADO



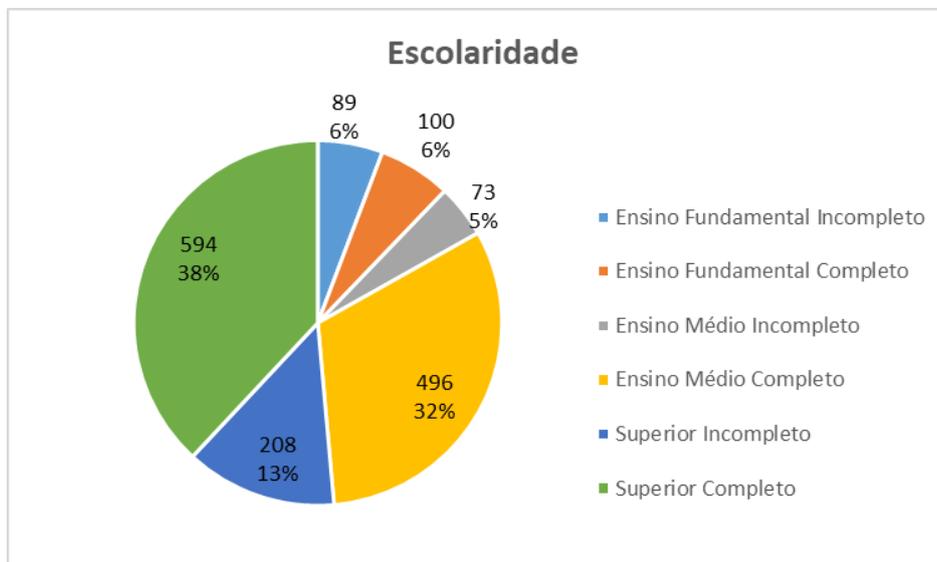
Base: 1560 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - EPDC/DEP - Procon-SP



Base: 1560 entrevistados

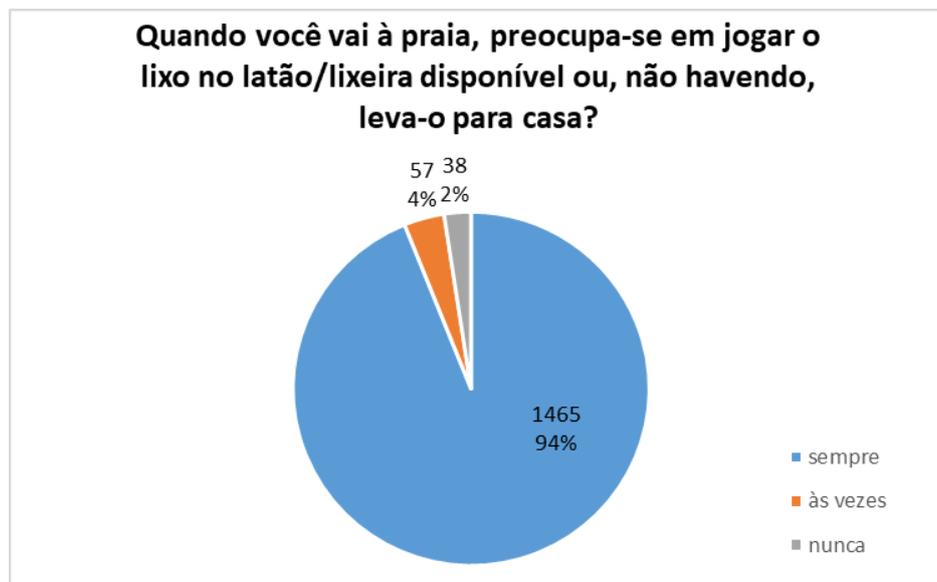
Núcleo de Pesquisas - EPDC/DEP - Procon-SP



Base: 1560 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - EPDC/DEP - Procon-SP

3.2 – DESTINAÇÃO DO LIXO/RECICLAGEM/POLUIÇÃO DO AR

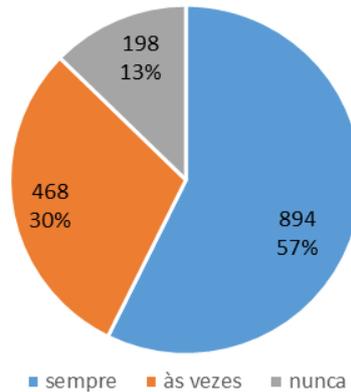


Base: 1560 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - EPDC/DEP - Procon-SP



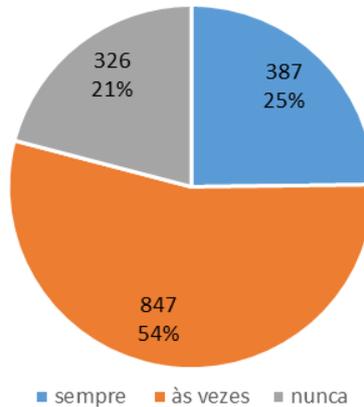
Você separa o seu lixo reciclável (como vidro, lata, papel, plástico, etc.)?



Base: 1560 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - EPDC/DEP - Procon-SP

Quando você compra um produto, procura saber se a embalagem é reciclável?

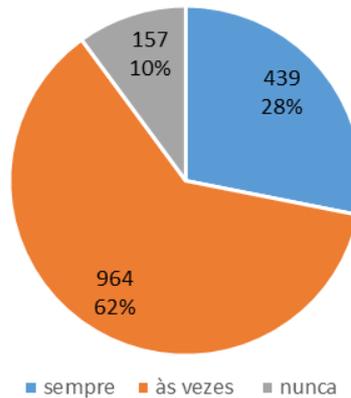


Base: 1560 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - EPDC/DEP - Procon-SP



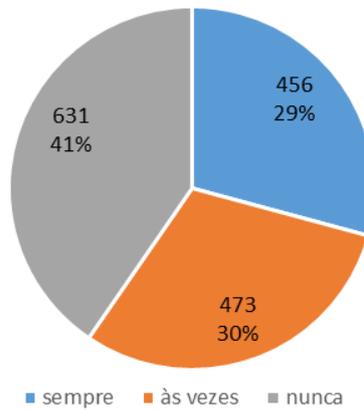
Você reaproveita ou reutiliza as embalagens de produtos?



Base: 1560 entrevistados

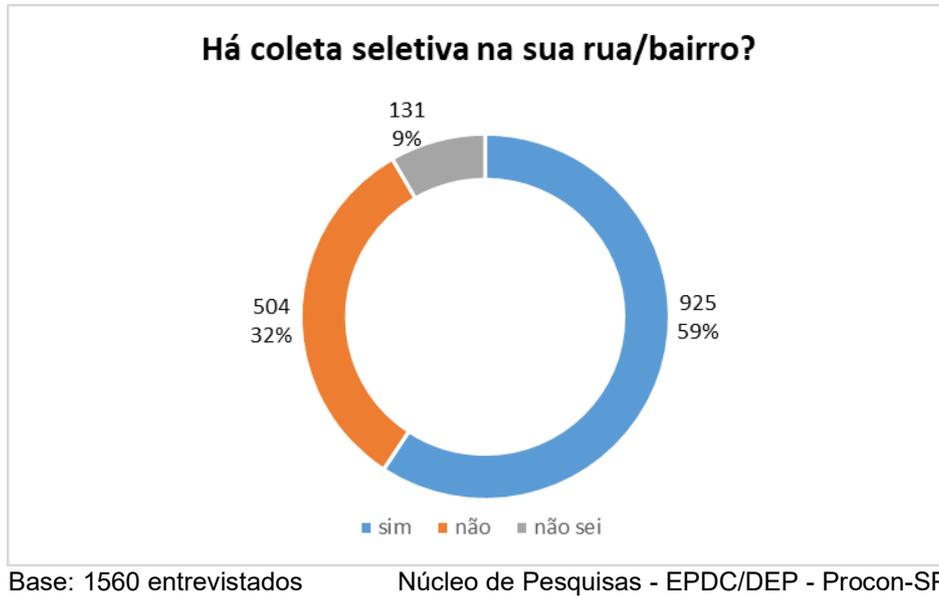
Núcleo de Pesquisas - EPDC/DEP - Procon-SP

Costuma retornar as baterias usadas para o fabricante?

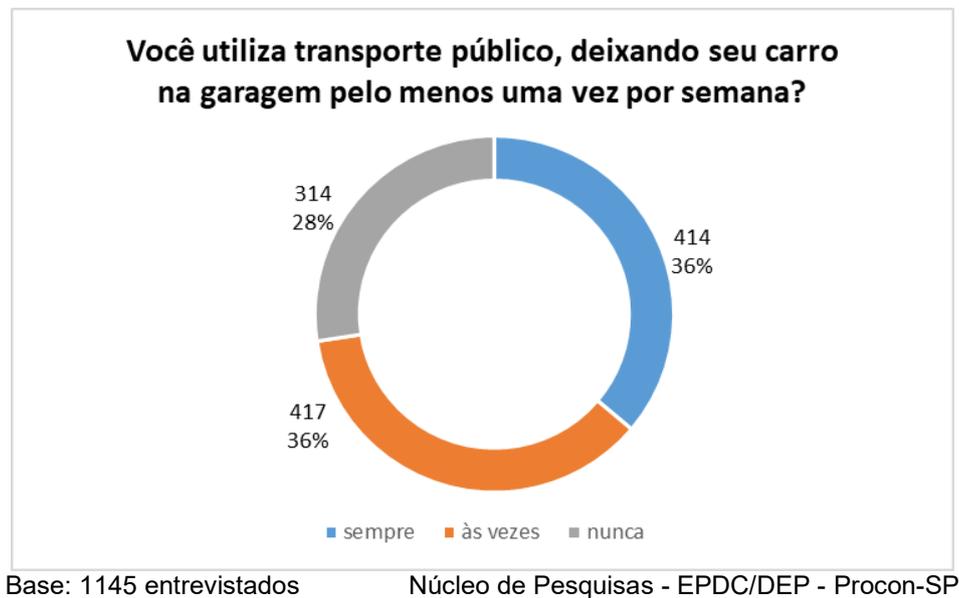


Base: 1560 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - EPDC/DEP - Procon-SP

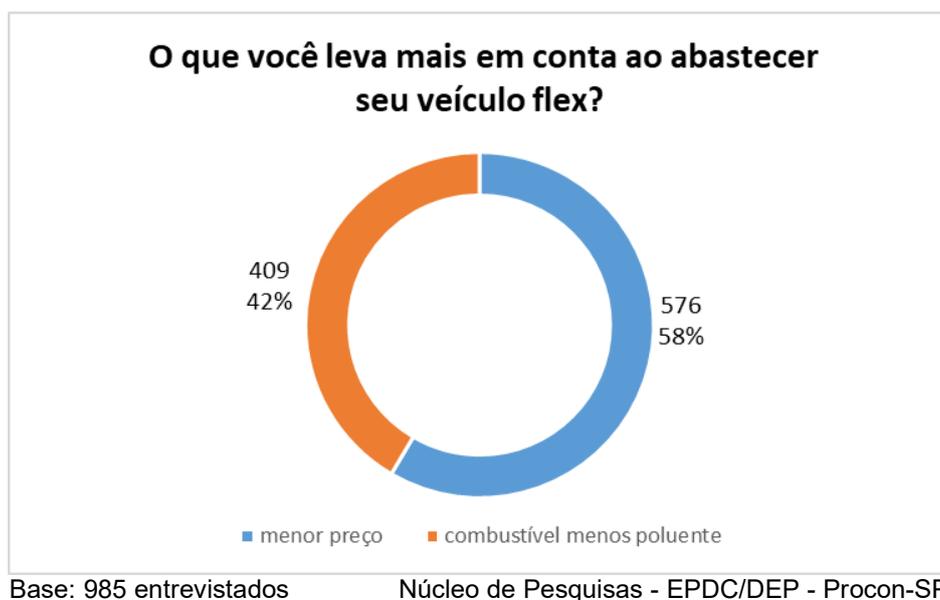


Do total de 1560 entrevistados, 26,6% (415) não possuem automóvel, logo a próxima questão se concentrou nos que possuem veículo (1145).

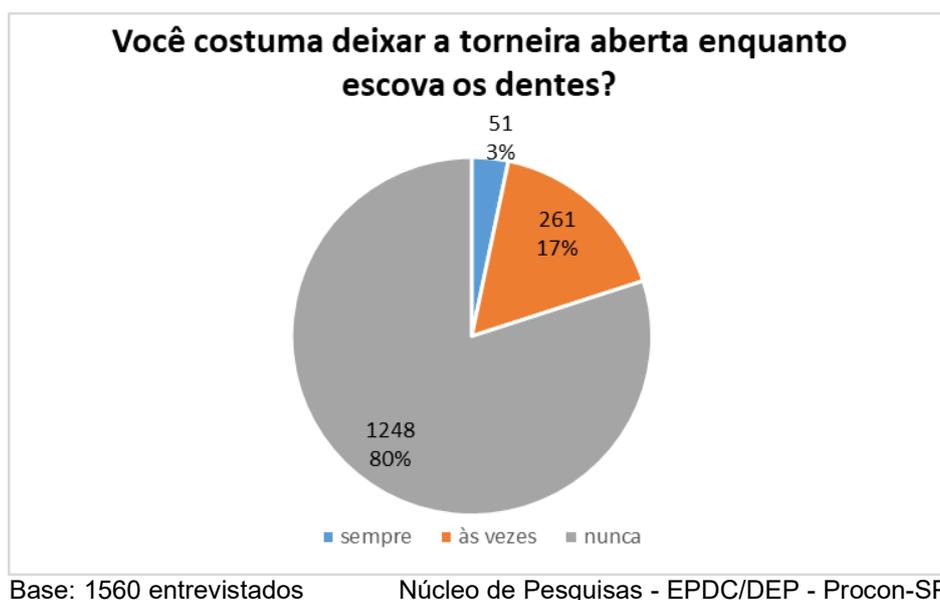




Do total de 1560 entrevistados, 36,9% (575) não possuem automóvel ou o automóvel não é flex, logo a próxima questão se concentrou nos que possuem veículo flex (985).

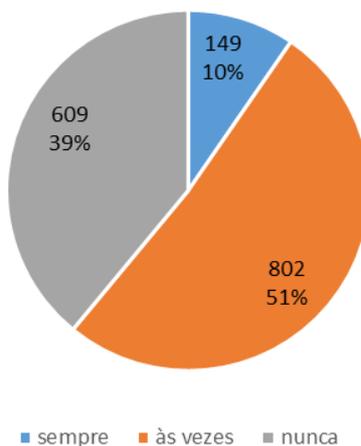


3.3 – UTILIZAÇÃO RACIONAL DA ÁGUA E ENERGIA ELÉTRICA





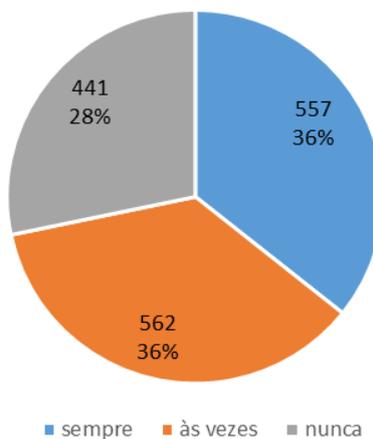
O seu banho passa de dez minutos?



Base: 1560 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - EPDC/DEP - Procon-SP

Você reutiliza água da máquina de lavar roupa?

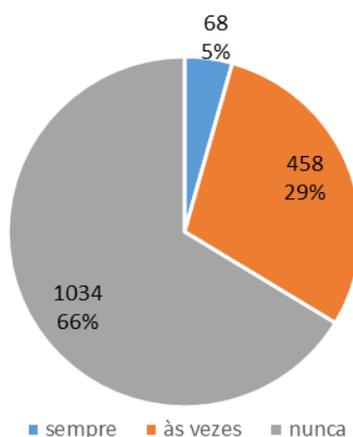


Base: 1560 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - EPDC/DEP - Procon-SP



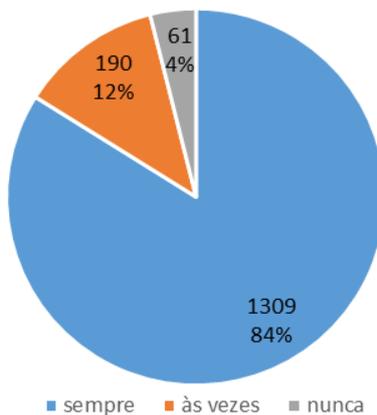
Você deixa a luz acesa quando sai de um ambiente?



Base: 1560 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - EPDC/DEP - Procon-SP

Você usa lâmpadas de LED para economizar energia?

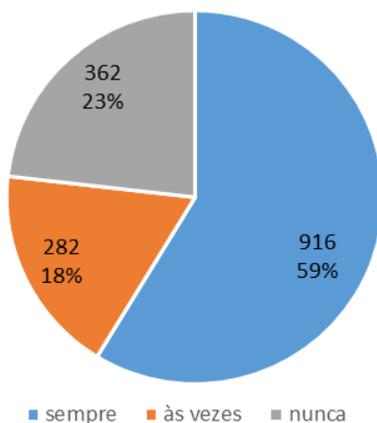


Base: 1560 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - EPDC/DEP - Procon-SP



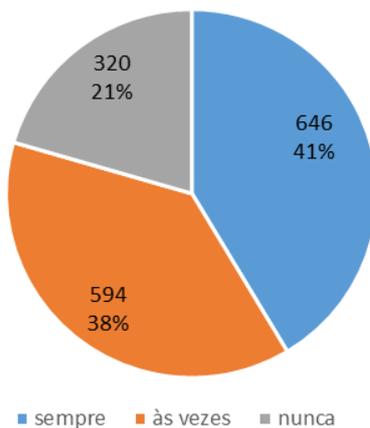
Você junta uma grande quantidade de roupas para passar?



Base: 1560 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - EPDC/DEP - Procon-SP

Você tira da tomada aparelhos eletrônicos para economizar energia?



Base: 1560 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - EPDC/DEP - Procon-SP



3.4 – RESPONSABILIDADE SOCIAL E DECISÃO DE CONSUMO



Base: 1560 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - EPDC/DEP - Procon-SP



4- ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1- PERFIL DO ENTREVISTADO

Quanto ao perfil dos entrevistados, a maioria é do sexo feminino (57%); 57% concentra-se na faixa de 35 a 59 anos; 38% tem curso superior completo e 13% incompleto.

4.2- DESTINAÇÃO DO LIXO/RECICLAGEM/POLUIÇÃO DO AR

A consolidação dos dados apresentou resultados positivos, no que diz respeito ao recolhimento do lixo gerado na praia e a separação do lixo reciclável.

Dentre os consumidores que responderam o questionário, 94% informaram que, quando vão à praia, sempre se preocupam em jogar o lixo no latão disponível ou, não havendo, costumam levá-lo para casa. 57% informaram que sempre separa o seu lixo reciclável.

Apenas 25% declararam que, na compra de um produto, sempre procuram saber se a embalagem é reciclável. 28% sempre reaproveitam ou reutilizam as embalagens de produtos.

Questionados, ainda, sobre se costumam retornar as baterias usadas para o fabricante, 41% informaram que nunca o fazem.

59% dos entrevistados declararam que há coleta seletiva na sua rua/bairro, mas uma parcela grande apontou que não há (32%).

Quando perguntados se utilizam o transporte público, deixando o carro na garagem pelo menos uma vez por semana, 36% dos entrevistados que possuem veículo responderam que fazem isso sempre. E dos que têm veículo flex, a maioria (58%) declarou que leva mais em conta o preço ao abastecer seu veículo ao invés do combustível menos poluente.



4.3- UTILIZAÇÃO RACIONAL DA ÁGUA E ENERGIA ELÉTRICA

As respostas às questões relacionadas ao consumo de água e de energia elétrica apresentaram bons resultados, na medida em que denotam maior percepção do consumidor para a utilização racional desses recursos.

A grande maioria dos consumidores (80%) informou que nunca deixa a torneira aberta enquanto escova os dentes; 66% responderam que nunca deixam a luz acesa quando saem de um ambiente; 84% usam sempre lâmpadas LED com objetivo de economizar energia e 59% sempre juntam uma grande quantidade de roupas para passar de uma vez.

Por outro lado, quando o assunto é tempo gasto debaixo do chuveiro, 51% admitem que às vezes seu banho passa de dez minutos e 10% sempre demoram mais do que dez minutos. 28% informaram que nunca reutiliza água da máquina de lavar roupa.

4.4- RESPONSABILIDADE SOCIAL E DECISÃO DE CONSUMO

O resultado do levantamento revela que a maior parte dos consumidores (48%), quando escolhe seus produtos, nem sempre se preocupa em saber se a empresa tem preocupação ambiental e social; 22% responderam que nunca se interessam e 30% sempre se interessam em saber se a empresa tem preocupação ambiental e social.

5- COMENTÁRIOS

É indiscutível o empenho de algumas organizações do governo e da iniciativa privada nas questões socioambientais, mas muito ainda há por fazer para que se alcancem resultados efetivos.

A análise dos resultados da pesquisa indica que o consumidor já se mostra consciente em relação ao uso racional da água e da energia elétrica.



É necessário lembrar, contudo, que a energia elétrica e a água são itens com peso significativo no orçamento doméstico de grande parte dos consumidores.

Nesse caso, fica difícil estabelecer qual o limite entre a necessidade de racionalização por motivação financeira, motivação ambiental ou ambas.

Da mesma forma, embora seja claro para a maioria das pessoas que a poluição atmosférica é um dos mais sérios problemas ambientais nas grandes metrópoles, o cumprimento às restrições impostas pelo rodízio de veículos na cidade de São Paulo está, em boa parte, atrelado ao receio de ser multado.

De qualquer forma, não se pode ignorar o fato de que as ações promovidas pela sociedade civil, em defesa do meio ambiente, vêm apresentando sensíveis avanços.

Ainda de acordo com a pesquisa, notou-se a preocupação do consumidor em recolher o lixo nos espaços públicos.

A falta de coleta seletiva em vários bairros da cidade, apontada pelo entrevistado, impactada diretamente na destinação e reaproveitamento do lixo doméstico e dos produtos recicláveis.

O Plano Nacional de Resíduos Sólidos (Planares), instituído por meio do Decreto Nº 11.043, de 13 de abril de 2022, é um importante instrumento da Política Nacional de Resíduos Sólidos pois apresenta um caminho para se alcançar os objetivos e materializar a Política Nacional de Resíduos Sólidos por meio de diretrizes, estratégias, ações e metas para melhorar a gestão de resíduos sólidos no País. Além do encerramento de todos os lixões, é previsto o aumento da recuperação de resíduos para cerca de 50% em 20 anos. Assim, metade do lixo gerado deverá deixar de ser aterrado e passará a ser reaproveitado por meio da reciclagem, compostagem, biodigestão e recuperação energética. Atualmente, apenas 2,2% dos resíduos sólidos urbanos são reciclados¹.

¹ fonte: <https://sinir.gov.br/informacoes/plano-nacional-de-residuos-solidos/>



Com base no princípio da co-responsabilidade, é obrigação do produtor, ao conceber o produto, já pensar no seu descarte e no impacto que irá provocar no meio ambiente.

Ao tentar devolver as baterias de telefones celulares ao fabricante, por exemplo, o consumidor ainda encontra resistência por parte dos revendedores e assistências técnicas. É necessário o desenvolvimento de tecnologia para que o reaproveitamento ou reciclagem das baterias seja economicamente viável.

A discussão sobre a responsabilidade ambiental e social das empresas passou a ganhar relevância a partir do momento em que a sociedade começou a questionar os efeitos da globalização. Muitas corporações deixaram em segundo plano a preocupação com o meio ambiente, com as relações de trabalho e até mesmo com a segurança dos consumidores.

A pesquisa apontou pouco interesse do consumidor sobre esse tema, que ainda precisa ser amplamente discutido, de modo a atender às expectativas de todos os envolvidos: empresas, governos, consumidores, comunidades e trabalhadores.

Diante de consumidores mais esclarecidos e exigentes, muitas empresas perceberão que sua imagem e, conseqüentemente, suas vendas podem ser seriamente abaladas.

Informar-se sobre os impactos da produção e do pós-consumo de produtos e serviços é um instrumento fundamental para ajudar os consumidores a cumprir sua responsabilidade. Mas para que isso ocorra, é preciso que essas informações sejam compreensíveis, comparáveis, atestadas e que revelem todos os aspectos impactantes da cadeia produtiva até o descarte final.