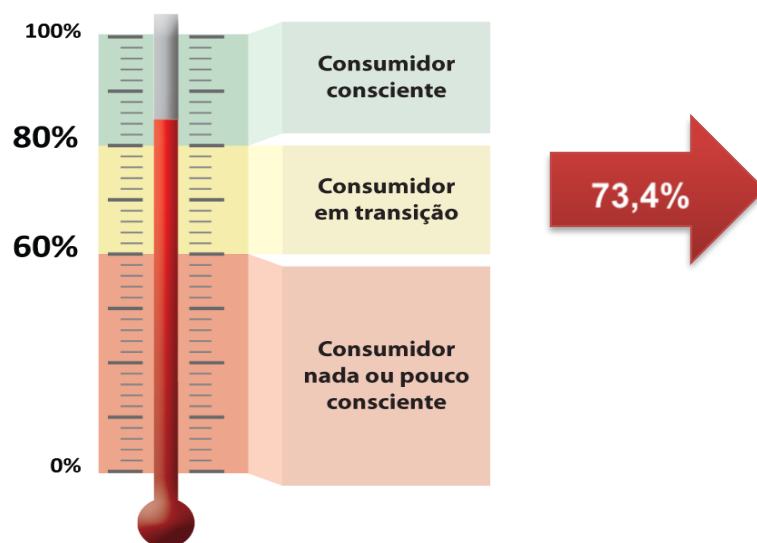


Apenas 31% dos brasileiros são consumidores conscientes, revela pesquisa do SPC Brasil e da CNDL

Embora 98% dos cidadãos considerem importante adotar melhores hábitos de consumo, a minoria tem atitudes responsáveis no dia a dia. Indicador atinge 73% e abrange práticas financeiras, ambientais e sociais

Apesar de a maioria dos brasileiros reconhecer a importância de atitudes sustentáveis de consumo, poucos vêm adotando práticas mais responsáveis no dia a dia. Foi o que constatou uma pesquisa do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) realizada em todas as capitais do país. De acordo com o levantamento, **a maioria dos brasileiros (55%) se encaixa no grupo de 'consumidores em transição'**, ou seja, com hábitos de consumo consciente ainda aquém do desejado. Os pouco ou nada conscientes somam 14% de entrevistados, ao passo que apenas **31% podem ser considerados 'consumidores conscientes'**.

Os dados fazem parte do **Indicador de Consumo Consciente (ICC)**, que em **2018 atingiu 73%**, mantendo-se estável em relação ao ano passado (72%). O ICC pode variar de 0% a 100%: quanto mais próximo de 100% for o índice, maior é o nível de consumo consciente. Para chegar-se ao resultado são aplicadas perguntas relativas aos hábitos, atitudes e comportamentos da rotina dos brasileiros, considerando os aspectos financeiros, ambientais e sociais.



O estudo indica que as pessoas enxergam o consumo consciente como fator que pode fazer diferença na qualidade de vida, mas essa preocupação nem sempre se traduz em ações concretas. Prova desse contrassenso é que se por um lado os entrevistados demonstram não praticar com muita frequência atitudes sustentáveis, por outro **quase a totalidade (98%) considera importante ou muito importante ter uma vida com hábitos de consumo mais consciente**, seja pela economia de recursos de água e energia, reduzindo as compras ou pelo reaproveitamento das coisas.

Para a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, esse tipo de comportamento acontece porque as pessoas demoram a promover mudanças em sua forma de consumir e só tomam alguma atitude principalmente para evitar o desperdício de dinheiro. “Muita gente entende a importância de transformar boas intenções em bons hábitos, mas essa é uma tarefa árdua. Por isso, vale destacar que há todo um contexto – mental, social, físico e situacional – relacionado ao consumo consciente. Não basta simplesmente querer que se economize água ou energia em momentos de crise. O esforço de conscientização para a prática diária deve ser contínuo, além de estar claro que a escassez de recursos é uma realidade bem próxima”, ressalta a economista.

Para economizar, nove em cada dez consumidores fazem algum tipo de serviço em casa que poderia ser contratado fora

Sair comprando de forma inconsequente tem diversas implicações negativas. A mais percebida pelo consumidor é aquela que impacta sua vida de forma imediata. Por essa razão, **o aspecto financeiro é o que mais influencia as práticas de consumo consciente** entre as pessoas — ou seja, quando pesa no bolso. O levantamento aponta que dentre as várias práticas que já fazem parte da rotina dos brasileiros, destacam-se: sempre pesquisar preço, que resulta na compra dos itens mais baratos (92%), avaliar previamente o orçamento para saber se é possível levar ou não um determinado produto (91%) e optar por não adquirir algo novo quando o bem ainda pode ser usado ou até mesmo consertado (90%).

Além disso, **88% dos entrevistados disseram ter o costume de fazer na própria** casa alguns serviços que poderiam ser contratados fora para economizar, como manicure, *pet shop*, cinema e lanches. Outros 87% garantem

que sempre planejam as compras do dia a dia, como supermercados, feiras e pequenas aquisições.

A pesquisa também indica que há um esforço por parte dos consumidores em controlar o orçamento e economizar ao máximo. Enquanto **78% sempre pedem descontos em suas compras**, 77% não recorrem ao cheque especial ou ao limite do cartão de crédito para conseguir fechar as contas do mês. Para 75%, uma forma de economizar é consumir somente frutas e verduras da época, por serem mais baratas. Outros 72% evitam fazer compras parceladas para não comprometer o seu rendimento mensal.

“A crise, ainda que à força, vem ensinando os brasileiros muitas lições valiosas sobre economizar e pesquisar antes de sair comprando. Não se trata de simplesmente frear o consumo, mas sim de entender que é preciso comprar com inteligência. Em vez de procurar sempre um produto novo, é possível buscar a reutilização, a troca, o aluguel, o conserto ou meios que não envolvam, exclusivamente, a decisão de jogar fora e comprar outro”, avalia o educador financeiro do portal [‘Meu Bolso Feliz’](#), José Vignoli.

Mais da metade dos entrevistados acredita que o consumo consciente só será importante daqui a alguns anos

Uma boa notícia refere-se à adoção de hábitos sustentáveis do ponto de vista ambiental, que já estão incorporados à rotina dos brasileiros, segundo revela a pesquisa. Ao considerar o consumo racional de água, **a atitude mais adotada pelos entrevistados (92%) é fechar a torneira enquanto se escova os dentes**. Em seguida, aparecem os que afirmam controlar todo mês o valor da conta de água (86%), ensaboar a louça com a torneira da pia fechada (85%), não considerar um exagero a crença de que um dia a água irá acabar (85%) e não lavar a casa ou a calçada com mangueira (83%).

Quanto ao uso racional de energia elétrica, que tem grande impacto social e ambiental, há também uma conscientização crescente dos brasileiros. **Apagar as luzes de ambientes que não estão sendo utilizados é a principal prática (95%)** mencionada. O segundo hábito mais comum de economia está ligado ao controle do valor da conta de luz (90%) e o terceiro é passar roupas apenas quando existe um volume grande de peças (82%). Há ainda 76% de consumidores que têm a preocupação em verificar a quantidade de energia que

determinado eletrodoméstico gasta antes de comprá-lo e 73% que dão preferência à utilização de lâmpadas de LED na residência.

Entre as ações de preservação do meio ambiente, as mais comuns citadas na pesquisa **são doar ou trocar um produto antes de jogá-lo fora (86%)** e evitar imprimir papéis para reduzir gastos e prejuízos ao planeta (79%). Em contrapartida, há um sinal de alerta: **mais da metade só acha importante praticar o consumo consciente daqui a alguns anos**, quando problemas mais graves atingirem o meio ambiente (55%).

Maus hábitos no dia a dia e resultados pouco perceptíveis diante de mudanças de atitude são principais obstáculos ao consumo responsável

A pesquisa também revela quais são os aspectos que motivam o consumo consciente. Para 35% dos entrevistados, o uso racional de água e energia elétrica está ligado a ações que evitam o desperdício de um bem que pode acabar, ao passo que 22% afirmam dar o exemplo aos filhos, família, amigos e vizinhos, influenciando suas atitudes.

Além disso, a maioria das pessoas ouvidas desaprova atitudes de consumo nocivas quando veem outros desperdiçando água, energia ou comprando produtos sem se preocupar com o meio ambiente. De cada dez entrevistados, seis (60%) se sentem prejudicados por acreditarem que nada irá mudar se apenas eles próprios e não o todo fizerem sua parte.

Entre os principais obstáculos apontados quanto à adoção de atitudes de consumo consciente, o mais citado tem a ver com maus hábitos que vão se tornando rotineiros sem que a pessoa perceba. Quando o assunto é economizar água, luz e telefone, **33% reconhecem que a principal barreira é a distração ou esquecimento**. Já 22% afirmam ficar desmotivados por não verem resultados diante das mudanças de atitude, enquanto 20% mencionam falta de tempo.

87% dos brasileiros evitam marcas que usam trabalho escravo; enquanto 58% compram com alguma frequência produtos falsificados, atraídos pelo preço

Para entender o quanto as pessoas enxergam seu papel e lugar como indivíduos que agem em favor da coletividade, o levantamento quis saber quais ações estão

sendo feitas. As práticas mais citadas são: incentivar as pessoas de casa a economizarem água e luz (93%), priorizar o tempo livre com família ou amigos, em vez de ir a shoppings ou fazer compras (89%), **evitar compras de produtos de marca ou empresas que utilizam trabalho escravo (87%)** e aconselhar outras pessoas a pensar se elas realmente precisam daquilo que vão comprar ou se é apenas um desejo passageiro (82%). Um dado que chama a atenção no levantamento mostra que **58% acabam comprando algumas vezes mercadorias não originais pelo preço atrativo.**

Metodologia

Foram entrevistados 824 consumidores, nos meses de maio e junho, nas 27 capitais brasileiras, acima de 18 anos, de ambos os gêneros e de todas as classes sociais. A margem de erro é de 3,4 pontos percentuais para uma confiança de 95%. Baixe a íntegra da pesquisa em <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas>

Informações à Imprensa

Andrea Giardino
(11) 3254 8810 | (11) 9 7215 6303
andrea.giardino@spcbrasil.org.br

Vinícius Bruno
(11) 3251 2035 | (11) 9 7142 0742
vinicius.bruno@spcbrasil.org.br

Renata Dias
(61) 3213-2017 | (61) 9 8167-7682
renata.dias@inpressoficina.com.br