

# Consumidor

## made in Brazil

**T**ive a oportunidade de participar, como consultor e representante do setor empresarial da América Latina, da mais recente pesquisa do *Greendex 2008: Meio Ambiente e Escolha do Consumidor*. O resultado da consulta nos leva a duas constatações positivas. Primeiro, por comprovar o poder do consumidor como agente fundamental para a transição ao mundo sustentável. E, segundo, por colocar o consumidor brasileiro num patamar da consciência muito acima do imaginado, desmontando estereótipos de que reproduzimos hábitos e costumes de europeus e norte-americanos.

Realizado pela National Geographic Society e pelo GlobalScan, o levantamento avaliou o consumo sustentável e o comportamento dos consumidores de 14 países, que representam 55% da população mundial e responderam, no ano passado, por 75% do consumo de energia.

No cômputo geral, Brasil e Índia posicionaram-se no topo do ranking, superando as demais nações listadas na pesquisa: Austrália, Canadá, China, França, Alemanha, Inglaterra, Hungria, Japão, México, Rússia, Espanha e Estados Unidos.

Desenvolvida no início deste ano de 2008, a pesquisa entrevistou mil cidadãos de classe média de cada um dos 14 países, com base num modelo montado por 27 consultores internacionais em sustentabilidade global reunidos num painel para pré-identificar os mais cruciais comportamentos dos consumidores a serem investigados.

Os entrevistados responderam sobre indicadores de comportamento em áreas de habitação, transporte, alimentação e consumo. O levantamento definiu uma cesta de indicadores macroeconômicos, visando a estimar as mudanças dos padrões de consumo ao longo do

tempo, além de considerar que empresas e governos jogam um papel importante no processo.

Compuseram a cesta de indicadores o tamanho e crescimento populacional; PIB per capita baseado em paridade do poder de compra; consumo de energia per capita; número de automóveis licenciados; passageiros em vôos domésticos e internacionais por 1000 habitantes; e gastos com hotéis e restaurantes.



No item habitação, o Brasil teve a mais alta pontuação em função do menor número de quartos por habitação, uso raro de aquecimento residencial e amplo uso de energia renovável. Os brasileiros também ficaram bem colocados em outros itens como transporte e alimentação, estes liderados, respectivamente, por China e Índia. Os Estados Unidos ficaram em último na maioria dos quesitos.

Em relação ao consumo, a pesquisa listou opção na compra do dia a dia, disposição final de resíduos sólidos, adquirir ou não produtos por razões ambientais, evitar excesso em empacotamento,

preferência por produtos reutilizáveis em vez de descartáveis, disposição de pagar mais por produtos ambientalmente responsáveis e número de TVs, computadores, geladeiras, máquinas de lavar roupa e pratos por residência. Consumidores no Brasil, China e Índia posicionaram-se novamente no topo. Os japoneses ficaram em situação privilegiada entre os desenvolvidos por darem preferência a produtos reutilizados. Os americanos foram mais uma vez os últimos.

Entre as conclusões do *Greendex 2008*, devemos destacar algumas: australianos, canadenses e europeus têm um comportamento de assumir práticas de responsabilidade ambiental como reciclagem e uso de bolsas próprias para compras. Brasileiros, mexicanos e chineses são os mais preocupados com aquecimento global, sentem-se culpados pelos impactos e tentam reduzi-los, assim como estão dispostos a investir mais para minimizar os custos e economizar energia. Na França, Hungria, Rússia e Brasil os consumidores concordam que a mídia estimula o consumo além do que seria responsável em termos quantitativos.

Ficou constatado que o consumidor dos países em desenvolvimento causa um impacto ambiental menor do que na média dos países desenvolvidos. Portanto, devemos trabalhar para reverter a possível tendência de que os hábitos de consumo dos países emergentes sigam o caminho das grandes potências econômicas tradicionais. Os recursos naturais do planeta não suportariam.

Os brasileiros estão de parabéns.