

## **Brasileiro se preocupa com meio ambiente**

*Sheila Horvath*

Pesquisa realizada pelo Grupo Havas Digital em nove países revela que oito em cada dez consumidores preferem adquirir produtos de empresas que tentam diminuir seu impacto ambiental. O estudo foi feito nos EUA, Inglaterra, Espanha, Brasil, Alemanha, China, Índia, França e México.

"Dos nove países pesquisados, o povo brasileiro se declarou o mais preocupado com as mudanças ambientais e o mais engajado", afirma o diretor-geral da Media Contacts agência digital do Havas, André Zimmermann.

O executivo conta que os brasileiros, mais do que a população dos outros países pesquisados, estão dispostos a comprar produtos de empresas que possuem ações responsáveis e até mesmo a pagar mais por isso. "Os brasileiros gostariam de ser informados sobre as mudanças climáticas. Também desejam que as empresas que têm essa preocupação deixem isso o mais claro possível, usando esse fato como um diferencial no mercado", comenta Zimmermann.

No resultado total, 90% dos entrevistados afirmaram estar dispostos a comprar itens ecologicamente corretos nos próximos 12 meses e 38% afirmar estar dispostos, inclusive, a pagar mais por esses produtos.

A intenção do estudo é obter informações para que as agências do grupo possam orientar, de forma mais precisa, seus clientes no relacionamento com o consumidor.

Outro objetivo é entender o comportamento do consumidor diante de fatores como o aquecimento global e as mudanças climáticas e o impacto dessa conjuntura no mundo dos negócios.

A pesquisa explora a percepção do consumidor em três níveis: o fenômeno por si só, sua influência em setores-chave e em empresas dominantes desses setores. Para tal, foram realizados 18 grupos de discussão dirigida e mais de 11 mil entrevistas individuais on-line nos nove mercados, sobre 200 marcas distintas. Os consumidores participantes representam cerca de 53% dos usuários mundiais de internet.

Um ponto importante é o fato de os consumidores considerarem que está nas mãos das companhias a solução para os problemas relacionados ao meio ambiente. "Como indivíduos, eles se sentem incapazes de fazer algo. Para eles, as empresas precisam liderar esse movimento", afirma o executivo.

Ele comenta o fato de os consumidores dos países em desenvolvimento culparem as indústrias dos mercados já desenvolvidos pela situação atual do meio ambiente. Além disso, eles creditam ao governo a culpa por permitir esses abusos contra o meio ambiente. "Para os pesquisados, os governos falharam em não controlar com rigor as empresas que causam problemas ambientais", diz Zimmermann.

### **Brasil**

Quanto aos resultados específicos do Brasil, 97% dos participantes acreditam que as mudanças climáticas vão afetar diretamente suas famílias e que, para resolver a questão, devem modificar a forma como vivem. Quatro em cada dez brasileiros crêem que o governo está empenhado em combater as mudanças climáticas.

"Para os brasileiros, os setores da economia mais poluentes são o de óleo, combustível, aviação e indústria automobilística", afirma o executivo. Já os menos poluentes são os setores mídia e telecomunicação. Ainda em relação aos brasileiros, Zimmermann comenta que as mulheres, os consumidores com salários mais baixos e os com menor escolaridade são os mais preocupados com o ambiente, enquanto os entrevistados com idade entre 18 e 24 anos são os menos preocupados.

O estudo dividiu os consumidores em três categorias, de acordo com seus diferentes comportamentos frente ao assunto: os "Eco-Indiferentes", os "Eco-Atentos" e os "Eco-Engajados". Os Indiferentes marginalizam o tema e não assumem responsabilidades; os Atentos têm um sólido entendimento do assunto e estão mais preocupados com as conseqüências num nível pessoal; e os Engajados são muito focados no assunto e traduzem as conseqüências para um nível local. Aproximadamente 80% das pessoas entrevistadas estão no grupo do Atentos ou Engajados. Com 58%, o Brasil é a nação que possui a maior proporção mundial de Eco-Engajados, estando na frente do México (56%) e da Índia (50%) e à frente de países como a Alemanha (15%) e a Inglaterra (17%). O País possui a menor proporção mundial de Eco-Indiferentes, com 6%.



Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 7, 8 e 9 nov. 2008, Empresas & Negócios, p. C8.