

RETRATOS DA
**SOCIEDADE
BRASILEIRA**

57

HÁBITOS SUSTENTÁVEIS E **CONSUMO CONSCIENTE**



Confederação Nacional da Indústria
PELO FUTURO DA INDÚSTRIA



Confederação Nacional da Indústria
PELO FUTURO DA INDÚSTRIA

RETRATOS DA
**SOCIEDADE
BRASILEIRA**

57

HÁBITOS
SUSTENTÁVEIS E
**CONSUMO
CONSCIENTE**

Edição revisada Janeiro/2023

BRASÍLIA-DF
2023

© 2023. CNI – Confederação Nacional da Indústria.

Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

CNI

Diretoria de Desenvolvimento Industrial e Economia - DDIE

Gerência Executiva de Economia - ECON

FICHA CATALOGRÁFICA

C748r

Confederação Nacional da Indústria.

Retratos da Sociedade Brasileira – Ano 10, n. 57 (janeiro 2023) – Brasília : CNI, 2022.
v. : il.

ISSN 2317 7012

1. Hábito sustentável 2. Consumo consciente 3. Pesquisa de opinião I. Título.

CDU: 316.3(81)

CNI

Confederação Nacional da Indústria

Setor Bancário Norte

Quadra 1 – Bloco C

Edifício Roberto Simonsen

70040-903 – Brasília – DF

Tel.: (61) 3317- 9001

Fax: (61) 3317- 9994

<http://www.cni.com.br>

Serviço de Atendimento ao Cliente – SAC

Tels.: (61) 3317-9989 / 3317-9992

E-mail: sac@cni.com.br

www.portaldaindustria.com.br

SUMÁRIO

Resumo Executivo	7
1 Hábitos ambientalmente sustentáveis.....	8
2 Geração, tratamento e separação do lixo	11
3 Consumo ambientalmente sustentável	15



3. Sirve
produ

5. Paga solo

RESUMO EXECUTIVO

74% DOS BRASILEIROS AFIRMAM ADOPTAR HÁBITOS AMBIENTALMENTE SUSTENTÁVEIS

A preocupação com o meio ambiente tem se refletido nos hábitos de consumo e no comportamento dos brasileiros: 74% dos ouvidos adotam hábitos sustentáveis, sendo que 30% dizem que sempre adotam esse hábito e 44% afirmam que às vezes o fazem.

Praticamente sete em cada dez brasileiros (69%) costumam separar materiais para reciclagem e apenas 9% misturam o lixo eletrônico com o restante dos resíduos.

Além disso, 90% dos entrevistados afirmaram que evitam desperdiçar água, sempre ou na maioria das vezes, 89% evitam o desperdício de comida, sempre ou na maioria das vezes e 86%, o desperdício de energia, sempre ou na maioria das vezes.

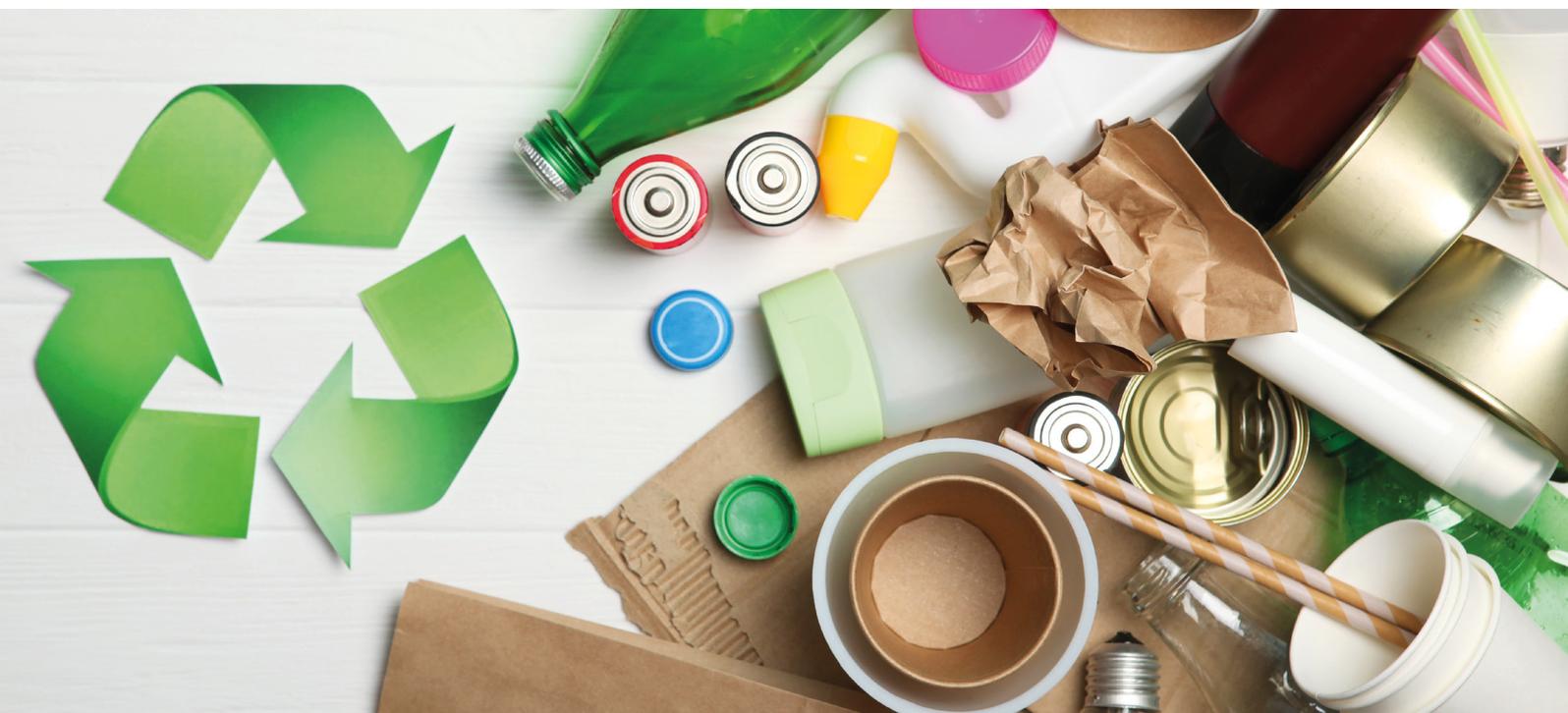
A crescente preocupação das pessoas com o meio ambiente também se mostra quando vão às compras. A forma em que são produzidos os bens

que consomem tem influenciado a escolha por marcas que adotam práticas mais sustentáveis. Metade dos consumidores verifica se o produto foi produzido de forma ambientalmente sustentável, enquanto em 2019 esse percentual ficava em 38%.

Ressalte-se, contudo, que para 66% dos consumidores é difícil encontrar produtos ambientalmente sustentáveis nas lojas.

Os brasileiros também afirmaram ter boicotado empresas que apresentam comportamentos dos quais eles discordam. Pelo menos um dos seguintes motivos já levou 59% da população a boicotar marcas ou empresas:

- violações a direitos trabalhistas;
- testes ou maus-tratos a animais;
- crimes ambientais;
- discriminação de qualquer tipo; ou
- posicionamento político.



1 HÁBITOS AMBIENTALMENTE SUSTENTÁVEIS

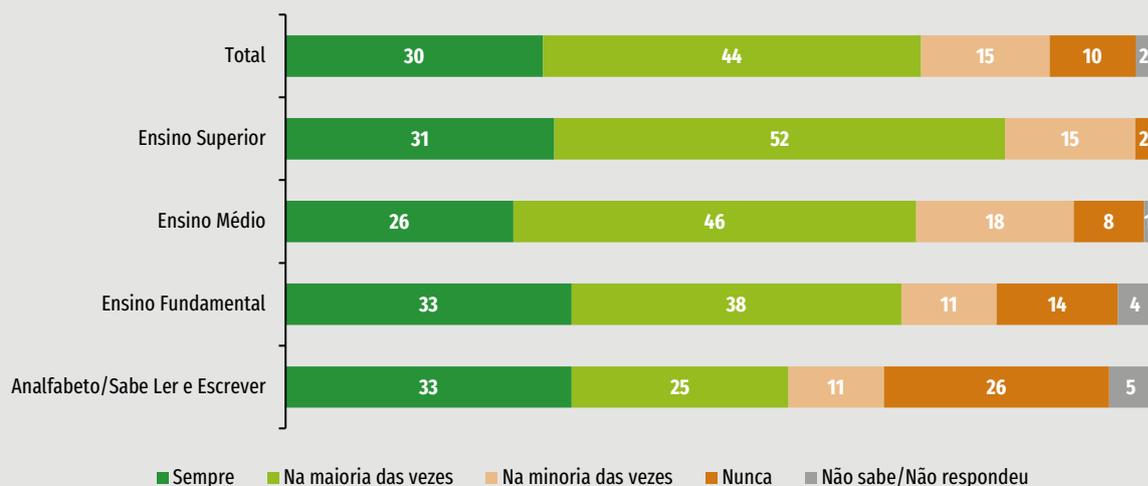
Maioria dos consumidores afirma adotar hábitos sustentáveis, apesar de não acreditar que os outros façam o mesmo

Em sua maioria, o brasileiro adota hábitos ambientalmente sustentáveis, isto é, relacionados à conservação do meio ambiente. Entre os entrevistados, 30% responderam que sempre adotam hábitos ambientalmente sustentáveis e 44% responderam que adotam esse hábito na maioria das vezes.

Com relação ao nível de escolaridade, nota-se que quanto maior a escolaridade, maior é a frequência no hábito. Para os entrevistados com ensino superior, 83% dos entrevistados adotam hábitos ambientalmente sustentáveis sempre ou na maioria das vezes.

Gráfico 1 - Adoção de hábitos ambientalmente sustentáveis, por nível de escolaridade

Percentual do total de entrevistados (%)

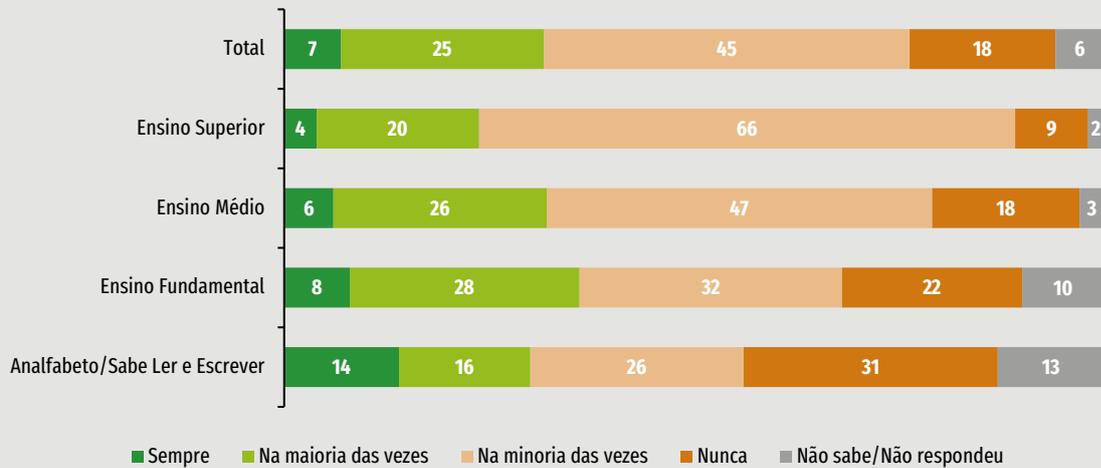


Nota: A soma dos percentuais pode ser diferente de 100% devido ao arredondamento.

Com relação à percepção que o brasileiro tem da população que reside em seu estado, apenas 7% acham que essas pessoas sempre adotam hábitos ambientalmente sustentáveis, enquanto 25% acham que hábitos sustentáveis são adotados na maioria das vezes. Ou seja, apesar de 74% dos entrevistados afirmarem ter hábitos sustentáveis, apenas 32% acreditam que o outro segue as mesmas práticas.

Quando se analisa pelo nível de escolaridade, nota-se que, à medida que a escolaridade aumenta, a percepção de que outros consumidores adotam hábitos mais sustentáveis de consumo diminui. Enquanto 54% dos entrevistados que possuem ensino fundamental acreditam que os outros moradores do estado nunca ou na minoria das vezes adotam hábitos ambientalmente sustentáveis, o percentual entre os que possuem ensino superior sobe para 75%.

Gráfico 2 - Adoção de hábitos ambientalmente sustentáveis pelos outros moradores do estado, por nível de escolaridade
 Percentual do total de entrevistados (%)

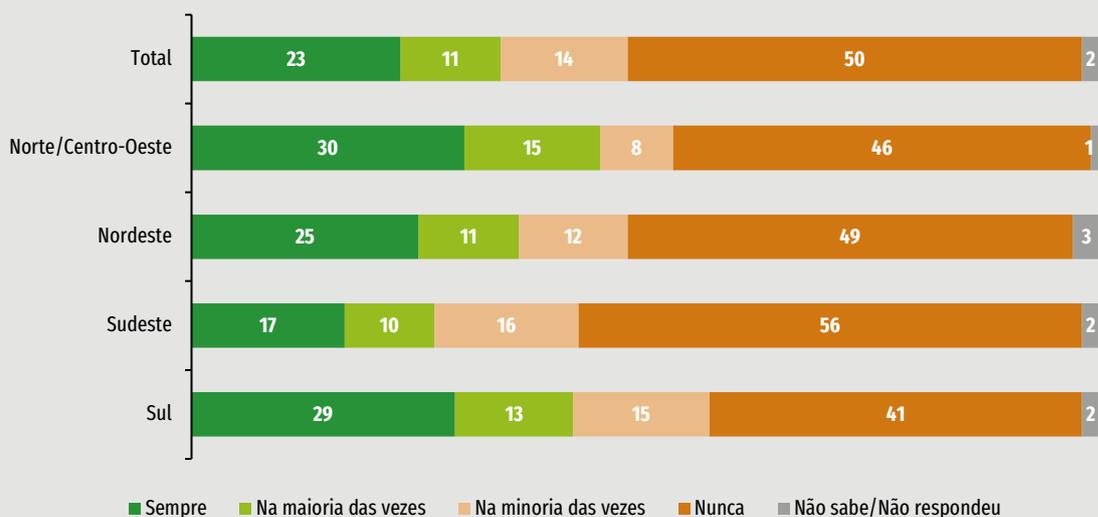


Nota: A soma dos percentuais pode ser diferente de 100% devido ao arredondamento.

Questionados sobre se já plantaram árvores, 50% informaram que nunca o fizeram e 23% afirmaram que sempre adotam esse hábito. A região Norte/Centro-Oeste foi a que

apresentou o maior percentual de pessoas que informaram que plantam árvores com frequência (30%), enquanto a região com menor percentual foi o Sudeste, com 17%.

Gráfico 3 - Hábito de plantar árvores, por região geográfica
 Percentual do total de entrevistados (%)

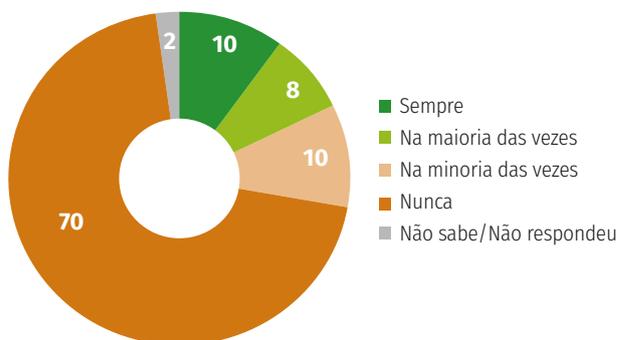


Nota: A soma dos percentuais pode ser diferente de 100% devido ao arredondamento.

Perguntados sobre se já atuaram como voluntário em alguma ação de proteção ao meio ambiente, 70% dos entrevistados informaram que nunca atuaram.

Gráfico 4 - Atuação como voluntário em alguma ação de proteção ao meio ambiente

Percentual do total de entrevistados (%)



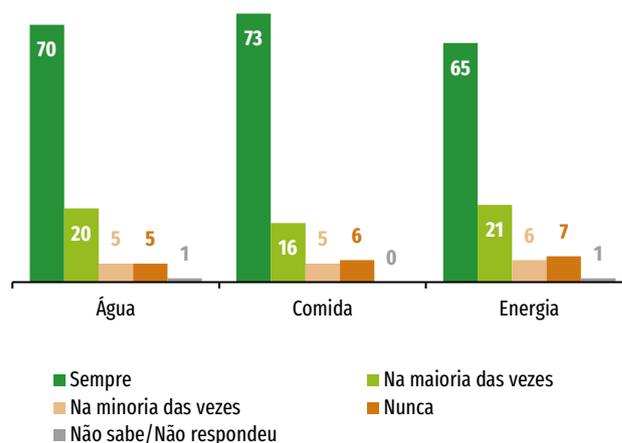
Evitar o desperdício, reutilizar e reaproveitar são práticas difundidas entre os brasileiros

Pesquisou-se sobre hábitos que evitem desperdício de água, de comida e de energia:

- Sobre o desperdício de água, 70% dos entrevistados afirmaram que evitam desperdiçar água sempre e 20% evitam na maioria das vezes;
- Com relação ao desperdício de comida, 73% responderam que sempre evitam o desperdício e 16% informaram evitar na maioria das vezes; e
- A respeito do desperdício de energia, 65% das pessoas indicaram que sempre evitam e 21% indicaram que evitam o desperdício de energia na maioria das vezes.

Gráfico 5 - Hábitos com relação ao desperdício de água, de comida e de energia

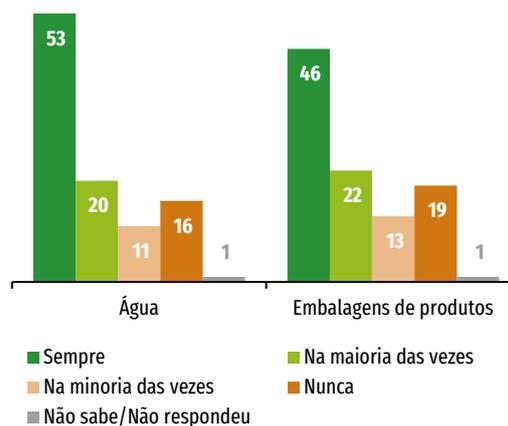
Percentual do total de entrevistados (%)



Também se indagou os entrevistados sobre hábitos de reutilização ou reaproveitamento. A reutilização ou reaproveitamento de água é um hábito permanente para 53% dos entrevistados, sendo realizado na maioria das vezes por 20% do total. A reutilização ou reaproveitamento de embalagens de produtos também é uma prática comum. Para 46% das pessoas, embalagens de produtos sempre são reutilizadas ou reaproveitadas. Para 22%, o são na maioria das vezes.

Gráfico 6 - Hábitos com relação à reutilização ou ao reaproveitamento de água e embalagens de produtos

Percentual do total de entrevistados (%)



2 GERAÇÃO, TRATAMENTO E SEPARAÇÃO DO LIXO

Quase 70% dos brasileiros separam o lixo para reciclagem

Quando perguntados sobre se o entrevistado, ou algum outro morador costuma separar materiais para reciclagem, 69% dos respondentes informaram que sim e 31% informaram que não. Estratificando pela renda dos entrevistados, o maior percentual foi registrado entre as pessoas que recebem mais de cinco salários mínimos (77%).

Em comparação com pesquisas anteriores, nota-se uma maior conscientização das pessoas quanto à prática de separação do lixo para reciclagem. Em 2013, 47% dos entrevistados afirmaram que o lixo era separado para reciclagem em suas casas. Este percentual subiu para 55%, em 2019, atingindo os 69% em 2022.

Entre os materiais que mais são separados para reciclagem estão: o plástico em geral, incluindo garrafas PET (76% dos entrevistados); alumínio (56%); e papel, papelão ou jornal (53%). Já a madeira (14%), borracha (14%) e pneus (13%) estão entre os materiais menos separados para a reciclagem.

Gráfico 7 - Entrevistado ou algum morador de seu domicílio costuma separar o lixo para reciclagem

Percentual do total de respondentes (%)

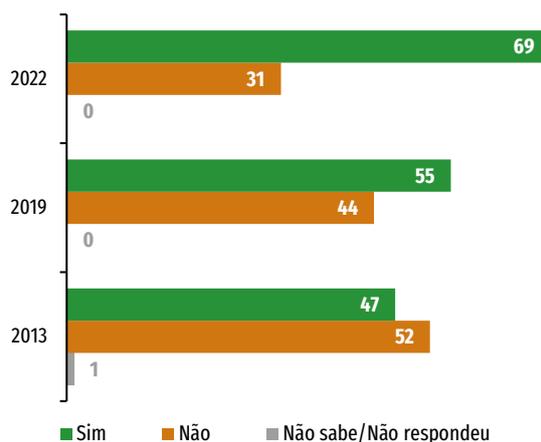
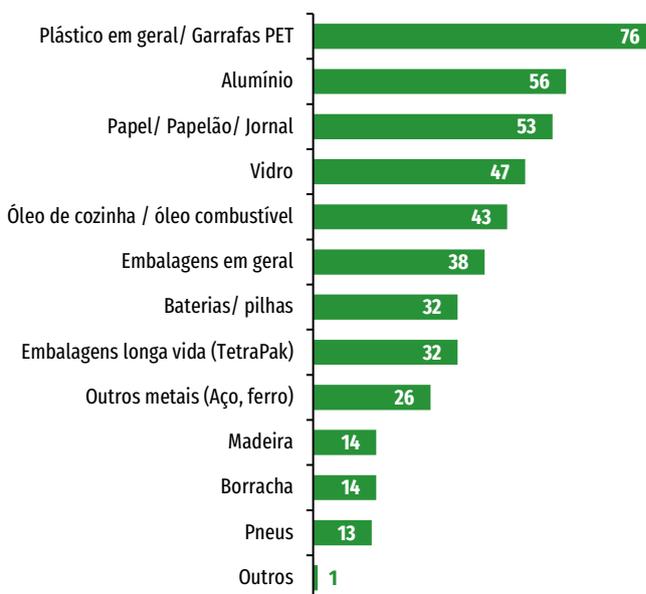


Gráfico 8 - Tipos de materiais que separam para reciclagem

Percentual sobre os entrevistados que separam ou que moram com alguém que separe materiais para reciclagem (%)



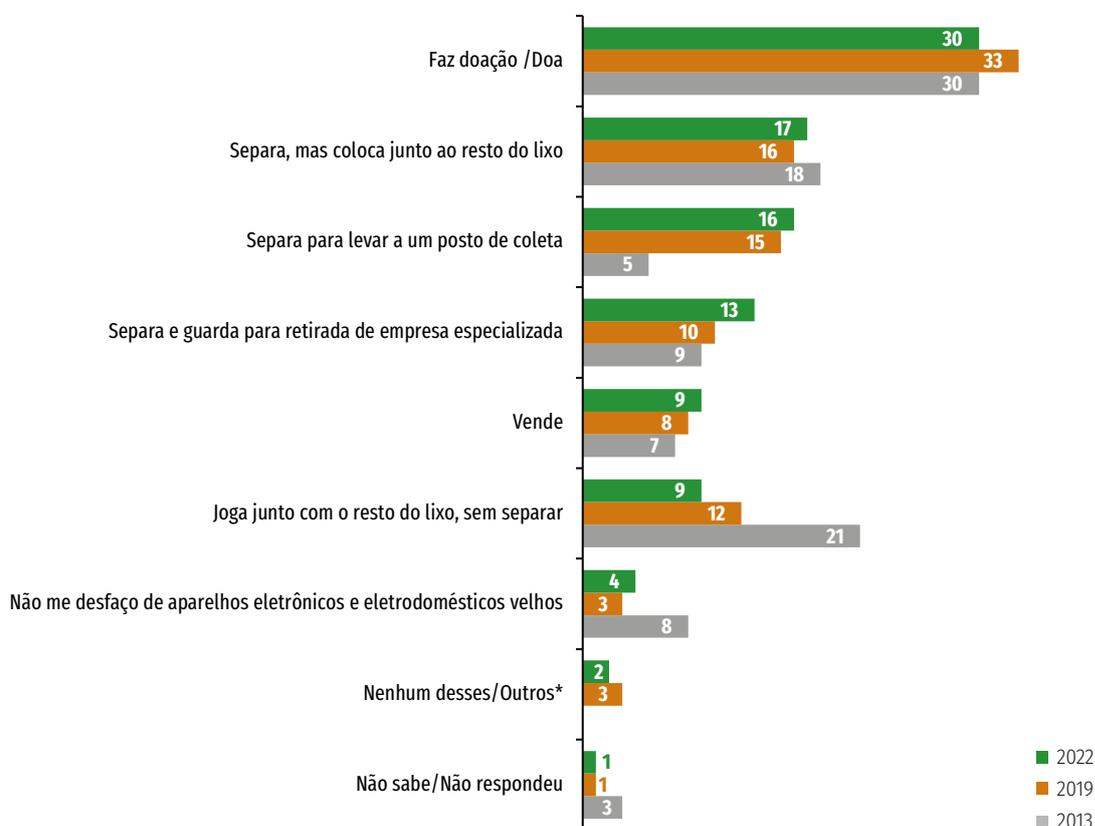
Nota: A soma dos percentuais é superior a 100% pois cada respondente podia escolher mais de um material que costuma ser separado em sua residência.

Quando perguntados sobre como se desfazem de aparelhos eletrônicos e eletrodomésticos velhos, a doação foi o meio informado mais frequente entre os entrevistados (30% do total de respondentes). Em seguida, a separação, mas colocando junto com o resto do lixo foi o mais citado (17%), um resultado próximo dos que informaram que separam para levar a um posto de coleta (16%). Outros 13% informaram que separam e guardam o material para retirada de empresa especializada.

Um destaque importante quando se compara com pesquisas anteriores é a diminuição do número de pessoas que destina o lixo eletrônico junto com o lixo restante. Em 2013, 21% dos entrevistados misturavam o lixo eletrônico com o restante do lixo, caindo para 12%, em 2019 e reduzindo para 9%, em 2022.

Gráfico 9 – Destinação de aparelhos eletrônicos e eletrodomésticos velhos

Percentual sobre o total de entrevistados (%)



*Essa opção de resposta não estava disponível na pergunta realizada em 2013.

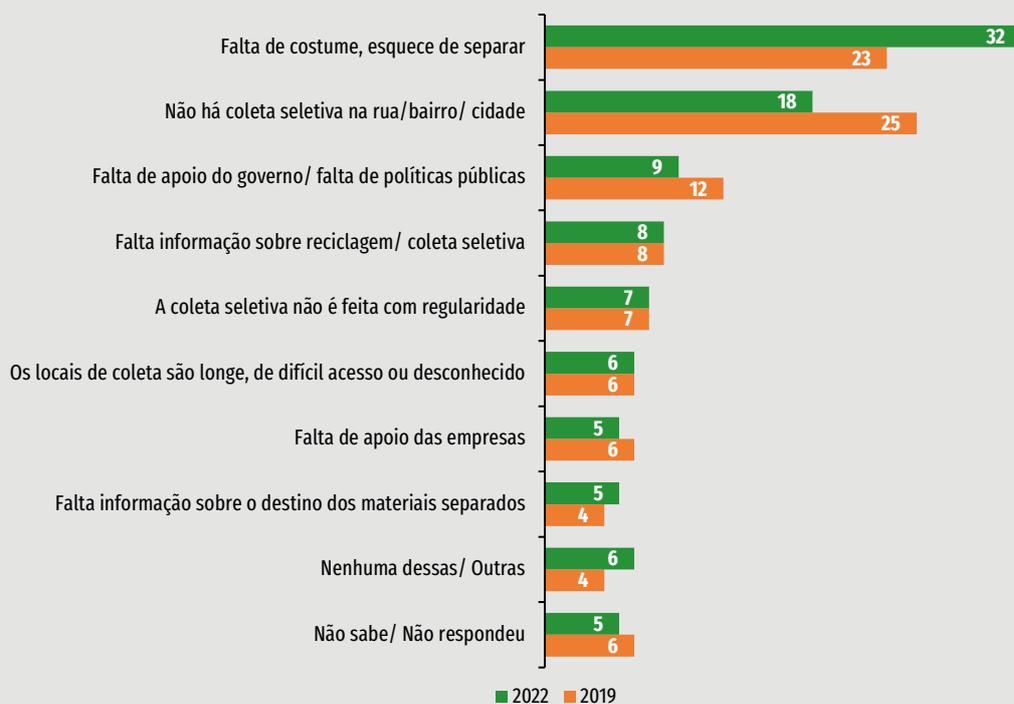
Nota: A soma dos percentuais pode ser diferente de 100% devido ao arredondamento

A pesquisa também questionou sobre o que mais dificulta a reciclagem de lixo e revelou que, para 32% dos entrevistados, a falta de costume ou o esquecimento de separar o lixo é o principal motivo. Já o segundo motivo mais frequente, a falta de coleta seletiva na rua, bairro ou cidade (18%), revela um problema estrutural das cidades brasileiras. Reconhece-se, entretanto, um sinal de melhora, uma vez que este percentual era de 25% na pesquisa anterior, de 2019.

Para os respondentes, a falta de apoio do governo e de políticas públicas seria o terceiro maior obstáculo à reciclagem de produtos, sendo mencionado por 9% dos respondentes. Já a falta de apoio das empresas foi indicada por 5% dos entrevistados.

Gráfico 10 - Principal dificuldade para reciclar produtos de uma forma geral

Percentual sobre o total de entrevistados (%)

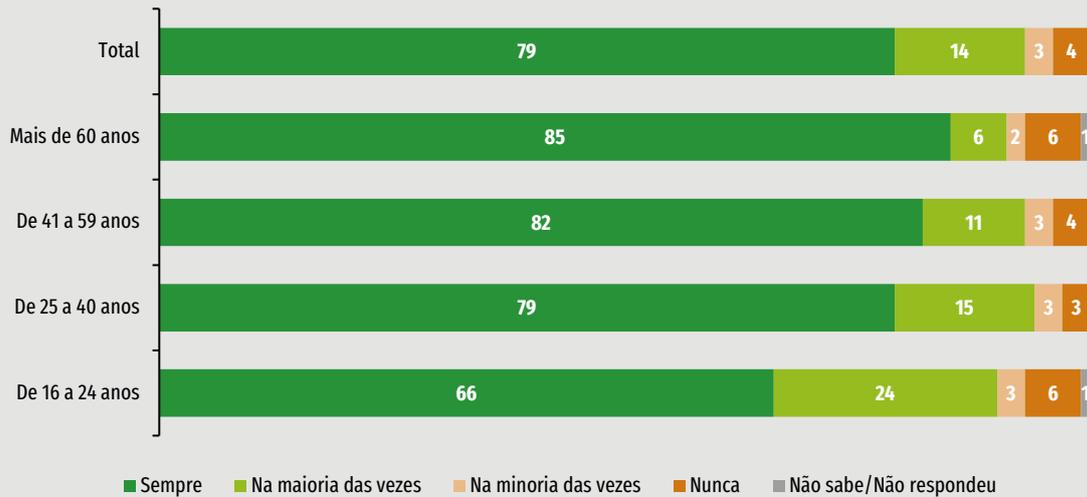


O tratamento dado ao lixo também foi pesquisado nesta edição. Sobre jogar lixo nas ruas, 79% dos entrevistados afirmaram que sempre evitam fazê-lo. Discriminando pela idade, nota-se que este comportamento é mais

frequente entre os mais velhos. Enquanto 66% das pessoas de 16 a 24 anos informaram que sempre evitam jogar lixo nas ruas, o percentual é acima dos 80% para pessoas com 41 anos ou mais.

Gráfico 11 - Frequência com que se evita jogar lixo nas ruas, por faixa etária

Percentual do total de entrevistados (%)



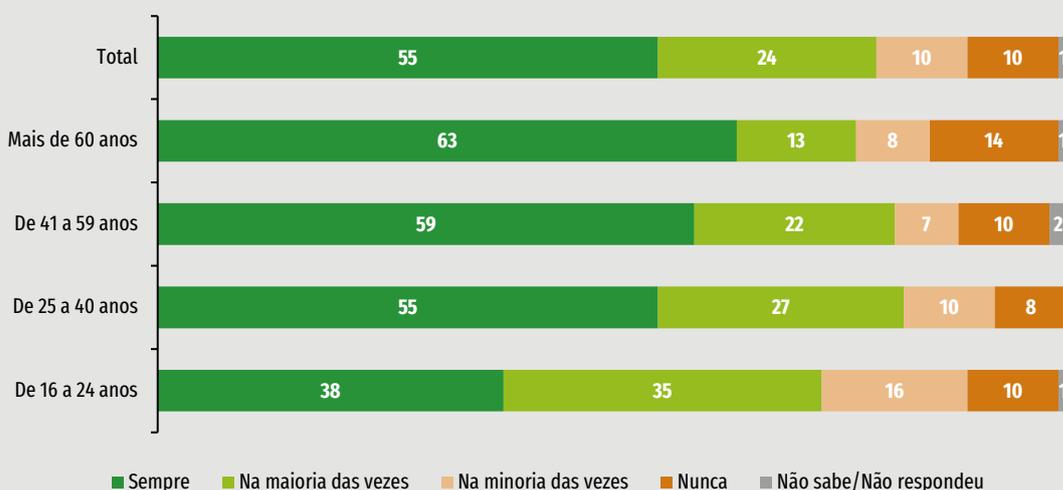
Nota: A soma dos percentuais pode ser diferente de 100% devido ao arredondamento.

O desperdício e a geração de lixo também foi uma questão abordada pela pesquisa. Assim como a consciência sobre evitar jogar lixo nas ruas foi menor entre as pessoas mais jovens, evitar o desperdício e a geração de lixo

também foi um comportamento pouco frequente neste grupo. Do total dos entrevistados, 55% afirmaram que sempre evitam o desperdício e a geração de lixo, enquanto, entre os entrevistados de 16 a 24 anos o percentual foi de 38%.

Gráfico 12 - Frequência com que se evita desperdiçar e gerar lixo, por faixa etária

Percentual do total de entrevistados (%)



Nota: A soma dos percentuais pode ser diferente de 100% devido ao arredondamento.

3 CONSUMO AMBIENTALMENTE SUSTENTÁVEL

Produtos ambientalmente sustentáveis e orgânicos e processos produtivos que respeitam o bem-estar animal ganham a preferência dos consumidores

Aspectos sobre a sustentabilidade ambiental dos produtos consumidos influenciam o consumidor durante as suas compras. Parcela significativa dos brasileiros está preocupada com os efeitos da produção sobre o meio ambiente. São consumidores que procuram saber se as empresas adotam procedimentos para prejudicar o menos possível o meio ambiente, como reduzir a emissão de poluentes e a geração de resíduos.

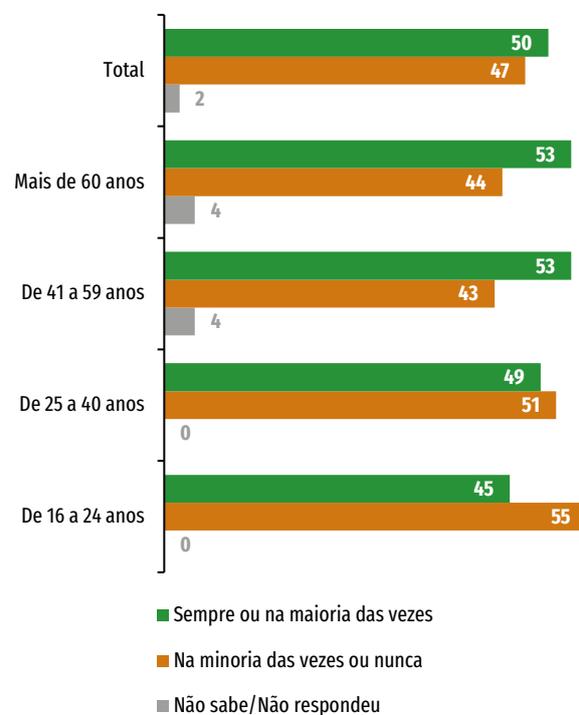
Metade dos entrevistados verificam sempre (24% do total) ou na maioria das vezes (26% do total) se o produto que vai adquirir foi produzido de forma ambientalmente sustentável.

A preocupação dos consumidores com o fato de o produto ter sido produzido de forma sustentável aumentou. Na pesquisa anterior, realizada em 2019¹, 19% afirmaram que sempre verificam se os produtos que vão adquirir foram produzidos de forma ambientalmente correta, enquanto outros 19% afirmaram que verificam às vezes. Assim, 38% estavam preocupados com os efeitos da produção no meio ambiente em 2019, ante os 50% da pesquisa atual.

Voltando a 2022, entre as pessoas de maior faixa etária este hábito é maior: para 53% dos entrevistados de 41 a 59 anos e para 53% dos entrevistados com mais de 60 anos, o hábito de se verificar se o produto que vai adquirir foi produzido de forma ambientalmente sustentável é feito sempre ou na maioria das vezes, enquanto que entre as pessoas de 16 a 24 anos o percentual é de 45%.

Gráfico 13 - Frequência que verifica, antes da aquisição, se produção foi ambientalmente correta

Percentual sobre o total de entrevistados (%)



28% dos entrevistados não compram o produto ambientalmente sustentável, independentemente do preço.

Um terço (33%) dos entrevistados compra o produto ambientalmente sustentável apenas se o preço for igual. Já 31% o compram mesmo sendo mais caro, sendo que 19% compram o produto ambientalmente sustentável apenas se for um pouco mais caro e 12%, mesmo que seja muito mais caro.

¹ Naquela pesquisa, o termo utilizado foi produção ambientalmente correta, mas a definição apresentada ao entrevistado foi a mesma: produção que adota procedimentos para prejudicar o menos possível o meio ambiente (produzidos com baixas emissões de poluentes e geração de resíduos etc.)

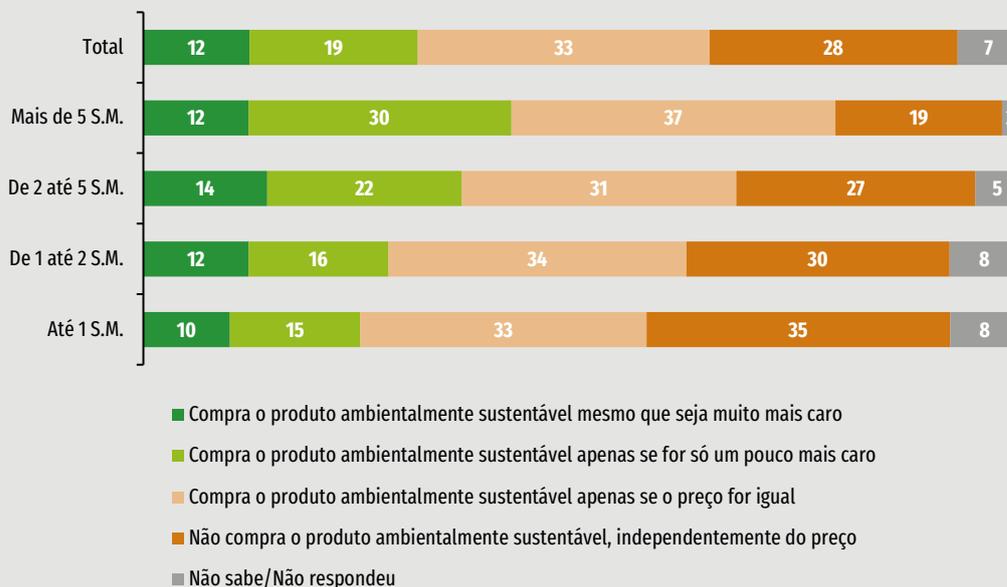
Em 2019, o percentual de pessoas dispostas a pagar mais pelo produto cuja produção fosse ambientalmente correta também era de 31%.

Estratificando por faixas de renda, os entrevistados de 2022 com mais de cinco salários mínimos são os que mostram maior

disposição em comprar produtos ambientalmente sustentáveis, mesmo que sejam muito mais caros ou um pouco mais caros. Este resultado mostra como o crescimento da renda tem relação com o consumo de produtos ambientalmente sustentáveis.

Gráfico 14 - Disposição a pagar mais por produtos ambientalmente corretos, por faixas de renda*

Percentual sobre o total de entrevistados (%)



Nota: A soma dos percentuais pode ser diferente de 100% devido ao arredondamento.

*Considerando dois produtos iguais, sendo um produto ambientalmente correto e o outro não.

Uma outra razão analisada pela pesquisa que influencia a escolha do consumidor por produtos ambientalmente sustentáveis é o nível de facilidade de se encontrar esses produtos nas lojas. Para 26% dos respondentes, esses produtos são facilmente encontrados em estabelecimentos comerciais, enquanto 66% dos consumidores indicaram que os produtos sustentáveis são dificilmente encontrados nas lojas.

Gráfico 15 - Facilidade de encontrar produtos ambientalmente sustentáveis nas lojas

Percentual sobre o total de entrevistados (%)



Com relação à compra de alimentos orgânicos, ou seja, produzidos sem agrotóxicos, também se verifica uma relação entre o crescimento da renda e a preferência por estes produtos. Do total de entrevistados, 29% optam pelo orgânico apenas se o preço for igual ao do não orgânico, enquanto 38% compram o alimento orgânico mesmo se este for um pouco mais caro.

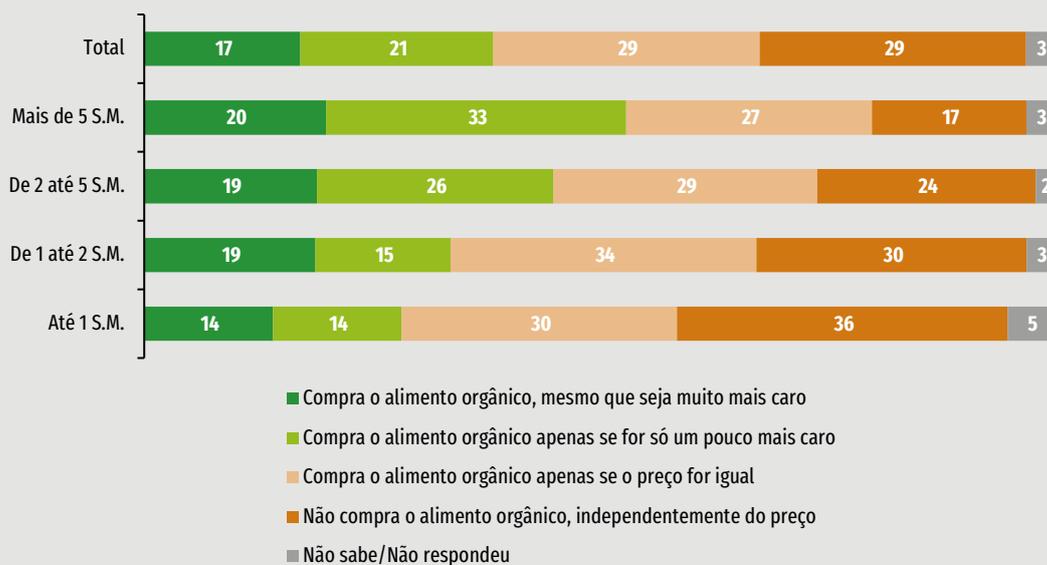
O percentual é muito próximo ao levantado em 2019. Naquela pesquisa, considerando dois alimentos iguais, com a diferença de que um é

orgânico, 36% dos brasileiros aceitariam pagar mais caro por esse tipo de alimento.

Voltando à pesquisa de 2022, quando se recorta pelas faixas de renda, entre as pessoas que ganham mais de cinco salários mínimos, 53% dos respondentes compram o alimento orgânico mesmo se esse for um pouco mais caro, percentual que se reduz para 28% entre aqueles que recebem até um salário mínimo.

Gráfico 16 - Disposição a pagar mais por produtos orgânicos, por faixas de renda*

Percentual sobre o total de entrevistados (%)



Nota: A soma dos percentuais pode ser diferente de 100% devido ao arredondamento.

*Considerando dois produtos iguais, sendo um produto orgânico e o outro não.

Quando indagados sobre a escolha entre produtos de origem animal cujos processos produtivos adotam procedimentos que preservem o bem-estar animal, 38% dos respondentes preferem esses produtos mesmo quando os preços são mais caros comparados àqueles que não tenham esse cuidado.

O percentual também é muito próximo ao da pesquisa anterior, de 2019, quando 37% dos brasileiros comprariam o produto cuja produção

preserva o bem-estar animal mesmo que tivessem que pagar mais caro.

Voltando a 2022, assim como ocorreu nos casos anteriores, quanto maior a faixa de renda, maior é a preferência pelos produtos produzidos com respeito ao bem-estar animal. Enquanto 32% dos brasileiros com renda de até um salário mínimo estão dispostos a pagar mais caro por estes produtos, o percentual sobe para 44% entre os que possuem renda acima de cinco salários mínimos.

Gráfico 17 - Disposição a pagar mais por produtos que preservam o bem-estar animal, por faixas de renda*

Percentual sobre o total de entrevistados (%)



Nota: A soma dos percentuais pode ser diferente de 100% devido ao arredondamento.

*Considerando dois produtos iguais, sendo que um produto preserva o bem-estar animal e o outro não.



Seis em cada dez brasileiros já boicotaram marcas ou empresas

A pesquisa também avaliou algumas das razões pelas quais os consumidores entrevistados deixaram de consumir um produto ou usar o serviço de uma empresa. Do total de respondentes, 59% já deixaram de adquirir algum produto ou serviço devido a: testes ou maus-tratos a animais; violações a direitos trabalhistas; crimes ambientais; discriminação de qualquer tipo (econômica, racial, religiosa, orientação sexual, de gênero etc.); ou posicionamento político.

Analisando os motivos separadamente, testes ou maus-tratos em animais já levou 42% dos consumidores entrevistados a deixar de consumir algum produto ou serviço – em 2019, foram 40% dos entrevistados. Violação de direitos trabalhistas foi indicado como um motivo para 40% dos entrevistados, uma queda de três pontos percentuais em relação a 2019.

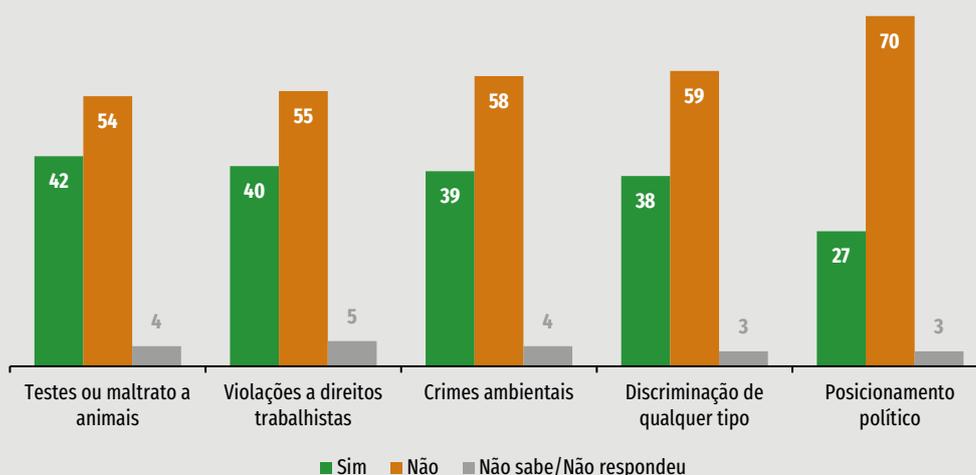
Do total de respondentes, 39% informaram já ter deixado de consumir produtos de empresas que cometem crimes ambientais, sinalizando uma estabilidade com o resultado de 2019, quando 38% afirmaram boicotar produtos de empresas que cometem esse tipo de crime.

A discriminação de qualquer tipo já desestimulou o consumo de alguns produtos para 38% dos entrevistados, um crescimento de três pontos percentuais em relação a 2019.

Por fim, o posicionamento político foi uma razão indicada por 27% dos consumidores, o mesmo percentual de 2019.

Gráfico 18 - Razões para deixar de consumir alguns produtos ou serviços

Percentual sobre o total de entrevistados (%)





ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

A pesquisa foi realizada com 2.019 pessoas com idade a partir de 16 anos nas 27 unidades da Federação. As entrevistas foram realizadas entre 8 e 12 de outubro de 2022. A margem de erro é de 2 pontos percentuais, com intervalo de confiança de 95%.



VEJA MAIS

Mais informações como série histórica, edições anteriores e metodologia da pesquisa em: www.cni.com.br/rsb



Documento concluído em 12 de janeiro de 2023 (Edição revisada).

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA - CNI

Robson Braga de Andrade
Presidente

DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL E ECONOMIA - DDIE

Lytha Battiston Spindola
Diretora

Gerência Executiva de Economia

Mario Sérgio Carraro Telles
Gerente-executivo

Carla Regina P. Gadêlha
Produção editorial e diagramação

Gerência de Análise Econômica

Marcelo Souza Azevedo
Gerente

Marcelo Souza Azevedo
Rafael Sales Rios
Elaboração

Gerência de Estatística

Edson Velloso
Gerente

Edson Velloso
Brenda Ribeiro
Produção de estatísticas

DIRETORIA DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS - DRI

Mônica Messemberg
Diretora

Gerência Executiva de Meio Ambiente e Sustentabilidade

Davi Bomtempo
Gerente-executivo

Tatiani Leal
Coordenadora de Projetos de Meio Ambiente e Sustentabilidade

Gerência de Recursos Naturais

Mario Augusto de Campos Cardoso
Gerente

Priscila Maria Wanderley Pereira
Marcello Lira Doudement
Equipe técnica

DIRETORIA DE SERVIÇOS CORPORATIVOS – DSC

Fernando Augusto Trivellato
Diretor

Superintendência de Administração - SUPAD

Maurício Vasconcelos de Carvalho
Superintendente

Jakeline Martins de Mendonça
Normalização

Realização das entrevistas

Instituto FSB Pesquisa



Confederação Nacional da Indústria

PELO FUTURO DA INDÚSTRIA