



Encontro Internacional sobre Gestão  
Empresarial e Meio Ambiente

## **SUSTENTABILIDADE E COMPORTAMENTO DE CONSUMO: UM ESTUDO COM CONSUMIDORES DE CARUARU – PE**

**MEIRYELEN GOMES DA COSTA**  
meiryelen.gc@gmail.com

**JAQUELINE GUIMARÃES SANTOS**  
Universidade Federal de Pernambuco  
jsantos.adm@gmail.com

## **SUSTENTABILIDADE E COMPORTAMENTO DE CONSUMO: UM ESTUDO COM CONSUMIDORES DE CARUARU – PE**

### **RESUMO**

A forma de comportamento do ser humano pode impactar em diversos fatores, seja de ordem social, econômica, ambiental, tecnológica, sendo o desenvolvimento sustentável um desafio para o próprio futuro da humanidade. Desta forma, o consumo sustentável é parte importante da discussão atual porque tem um impacto direto nas dimensões da sustentabilidade. Portanto, este estudo teve como objetivo identificar as práticas de consumo dos consumidores de Caruaru no tocante ao consumo consciente. Optou-se por avaliar as práticas por meio da aplicação de um conjunto de indicadores do Instituto Akatu e o *Greendex*. O presente estudo é uma pesquisa exploratória e descritiva, de abordagem quantitativa. A coleta de dados se deu a partir da aplicação de questionários com uma amostra de 384 participantes da pesquisa. Após o tratamento dos dados, para a análise utilizou-se a estatística descritiva. O resultado da pesquisa mostra que ainda é incipiente a preocupação pela adoção de práticas coerentes quanto ao consumo sustentável no município de Caruaru-PE.

**Palavras-Chave:** Consumo consciente; Comportamento; Consumidor; Sustentabilidade

## **SUSTAINABILITY AND CONSUMER BEHAVIOR: A STUDY WITH CONSUMERS CARUARU-PE**

### **ABSTRACT**

The form of acting human being impact factors in miscellaneous, be social order, economic, environmental, technological, being that makes sustainable development was thus a para challenge the own future of mankind. Thus, the sustainable consumption and important part of current discussion because has a direct impact nas dimensions of sustainability. Indeed, his study aimed to identify the consumption practices of Caruaru consumers with respect to conscious consumption. Initially it was decided to evaluate the practices through the application of a set of indicators, Akatu Institute and the *Greendex*. This study is an exploratory and descriptive research, obtained a universe of 384 respondents, and the data were collected through a questionnaire. For the analysis of the questionnaires was taken a description from the categorization of data from survey respondents and analysis of indicators was taken descriptive statistics. The research result shows that it is still incipient concern by adopting consistent practices on sustainable consumption in Caruaru.

**Keywords:** Sustainable Consumption; Caruaru; Behavior; Sustainable Development.

## 1. INTRODUÇÃO

A situação atual do meio ambiente e também os resultados negativos da insustentabilidade tem feito pressão da sociedade e demanda um compromisso na criação e execução de planos, programas e projetos com o intuito de reparar esses danos (SILVA et al., 2012a).

Em 1987, foi lançado o Relatório Brundtland onde definia desenvolvimento sustentável, antes conhecido por ecodesenvolvimento, o qual consiste em atender às necessidades atuais sem comprometer as gerações futuras em satisfazer suas próprias necessidades (CORRÊA; SILVA, 2013; FIGUEIRA; SUZIGAN, 2013; SEIFFERT, 2014). Para que o desenvolvimento seja sustentável, são necessárias mudanças fundamentais na forma de pensar e na maneira em que o homem vive, produz e consome. Sendo assim, precisa-se levar em consideração, de forma simultânea, três dimensões: social, ambiental e econômica (BARBIERI, 2009).

Tem-se que a relação produção e consumo apresenta fortes impactos no alcance do desenvolvimento sustentável, uma vez que são atividades capazes de gerar sérios impactos ao meio ambiente. Por isso, no debate sobre desenvolvimento sustentável, o consumo foi reconhecido como um de seus itens mais importantes (MENDES et al., 2014), sendo fundamental o alcance do consumo sustentável.

A expressão consumo sustentável foi criado durante a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – a Cúpula da Terra – Eco-92, conhecido por Agenda 21, cujo conceito é proporcionar a utilização de produtos que melhorem o bem estar, mas também minimizem os danos ao meio ambiente sem comprometer as gerações futuras (CNUDS, 1995; COSTA; TEODÓSIO, 2011). Define-se consumo sustentável como um perfil de consumo que utiliza os recursos ambientais de forma consciente com o objetivo de satisfazer as necessidades atuais sem prejudicar as futuras gerações (SILVA et al., 2011).

Deste modo, o consumo sustentável é parte importante da discussão atual porque tem impacto direto sobre a preservação do meio ambiente. O consumo com agressão mínima ou nenhuma ao meio ambiente se tornou, inclusive, pauta de pressão da sociedade ao campo político. Segundo Silva et al. (2014), a maneira de agir do ser humano impacta de forma profunda em diversos fatores, seja de ordem social, tecnológica, sendo que o desenvolvimento sustentável torna-se assim um desafio para o próprio futuro da humanidade. Governos, organizações e consumidores devem atuar junto e de forma coordenada para alcançar os objetivos do desenvolvimento sustentável.

Assim, é importante conhecer o perfil do consumo da sociedade porque o consumidor que é consciente busca equilibrar seu consumo pessoal com o seu bem-estar e com o bem-estar da sociedade. Diante deste contexto, esta pesquisa parte do seguinte problema: Quais as práticas de consumo dos consumidores de Caruaru – PE, no tocante ao consumo consciente?

Após a definição do problema de pesquisa, este estudo tem como objetivo geral identificar as práticas de consumo dos consumidores de Caruaru no tocante ao consumo consciente, utilizando-se para isso dois instrumentos de avaliação do comportamento do consumidor: *Greendex* e Instituto Akatu.

Para tanto, este estudo foi realizado a partir da aplicação de questionários com consumidores de Caruaru, seguiu uma abordagem quantitativa, além de uma estudo exploratório e descritivo. Além da presente introdução, este artigo apresenta a próxima seção de referencial teórico, em seguida os procedimentos metodológicos, análise dos resultados e, por fim, as considerações finais.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Sustentabilidade: algumas considerações

Devido a alguns problemas de ordem ambiental, em 1968, o Clube de Roma teve o intuito de estudar as relações entre a produção industrial, a população e o dano no meio ambiente, estando à frente da instituição o industrial italiano Peccei e o cientista escocês Alexandre King, junto com cientistas e economistas (OLIVEIRA, 2012). Criaram o relatório em 1972 chamado *Limit to grow*, onde concluíram que num período de 100 anos faltariam muitos recursos naturais e a contaminação chegaria a níveis extremos (SEIFFERT, 2014). No mesmo ano, aconteceu a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano (CNUMAD), em Estocolmo, na Suécia, como resultado gerou o Programa das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente (PNUMA) e o Plano de Ação Mundial através da Declaração sobre o Ambiente Humano, objetivando a utilização dos recursos naturais de forma racional, além de melhoria contínua da qualidade de vida em relação ao meio ambiente. (BRANDÃO et al., 2014; SEIFFERT, 2014; SILVA et. al., 2012).

Em 1983 foi formada a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD). Em 1987, foi publicado o “Relatório Brundtland” com o nome *Our common future*. Apontava que os problemas ambientais são consequência da pobreza, e o desenvolvimento atual não deve comprometer a qualidade de vida das futuras gerações (SEIFFERT, 2014). Em 1992 aconteceu no Rio de Janeiro a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), mais conhecida como ECO 92. Foram aprovados cinco acordos internacionais onde foram discutidas e apresentadas soluções globais. Dentre esses, houve o destaque da Agenda 21, um relevante avanço para o estudo da sustentabilidade aponta pontos pertinentes ao desenvolvimento sustentável (SEIFFERT, 2014; SILVA et. al.2012).

Segundo Barbieri et al. (2010), o termo “desenvolvimento sustentável” se tornou muito conhecido a partir da Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), realizada em 1992 na cidade do Rio de Janeiro. Ainda segundo o autor, o foco na qualidade dos produtos e serviços teve início nos anos 80, que gerou um novo padrão internacional de competição. Já a aceitação do desenvolvimento sustentável foi mais uma ação de pressão da sociedade e do poder público, que responsabilizaram as empresas.

Na Agenda 21, há uma política de sustentabilidade que indica uma mudança na estrutura e nos parâmetros que definem a produção e o consumo com o objetivo de avaliar a capacidade de sustentação e impacto no equilíbrio ambiental (GOMES, et al. 2013). No que se refere ao desenvolvimento sustentável, as indústrias precisam incentivar as escolas técnicas a incluírem essa nova prática em seus programas de ensino e treinamento (DUARTE et al., 2013).

Outro evento importante foi o Rio+20, realizado em 2012 na cidade do Rio de Janeiro, foi o evento de política internacional mais importante, que discutiu os caminhos para o alcance do desenvolvimento sustentável nas próximas décadas envolvendo as três dimensões: econômica, social e ambiental (RELATÓRIO RIO+20, 2012).

O *Triple Bottom Line* (TBL) significa a integração das três dimensões: econômicas, ambientais e sociais (Elkington, 2001). Morais et al. (2013) afirmam que o TBL é o modelo gerencial que busca criar resultados positivos nas três dimensões, conforme é evidenciado na Figura 1 abaixo.



Figura 1: Dimensões do *Triple Bottom Line*  
Fonte: Elkington (2001)

A Dimensão Econômica comporta o uso racional dos recursos escassos e a obtenção de lucro. A Dimensão Social com os impactos sociais na comunidade, externo ou interno às organizações, como desigualdade social, pobreza e outros. Já a Dimensão Ambiental, está focada ao uso responsável dos recursos naturais e diminuição dos impactos ambientais (BARBIERI et al., 2010).

A partir da Figura 1, pode-se perceber outras três interseções: a primeira, a equidade, busca o equilíbrio de lucro com a dimensão social levando em consideração assuntos sobre áreas como direitos humanos; a segunda, a ecoeficiência, é a criação de produtos e serviços que tanto não causem dano ao meio ambiente bem como tragam utilidade às pessoas; a terceira, a habilidade, é a busca da melhoria social com a ambiental sem o propósito e lucro. O núcleo dessas três dimensões é o desenvolvimento sustentável (representado na Figura 1 pela sigla DS) e se forem buscadas ações conjuntas das três dimensões haverá avanços (ELKINGTON, 2001).

A partir desta contextualização, entende-se que é necessário o engajamento dos atores sociais locais para o alcance do desenvolvimento sustentável. Este estudo tem como foco a sociedade civil, a partir do estudo do seu comportamento de consumo, uma vez que o consumo sustentável é uma área importante do desenvolvimento sustentável que trata justamente do comportamento da sociedade em relação aos bens e serviços produzidos. Gorni et al. (2011) afirmam que o consumo sustentável é uma diminuição das práticas de consumo e não implica em baixo consumo pela pobreza e nem alto consumo pela riqueza, mas sim um padrão e consumo para todos os níveis de renda no mundo inteiro. A seção a seguir trata sobre comportamento de consumo.

## 2.2 Comportamento de Consumo

A decisão de consumo é um processo automático que tem a ver com a própria existência do ser humano, que tem que responder “o que consumir?”, “por que consumir?”, “como consumir?” e “de quem consumir?” e, além disso, com o pós-consumo, que é o descarte dos produtos já utilizados. Através dessas questões fica mensurável os impactos que está sendo gerados e como reduzi-los para tornar uma sociedade mais sustentável (INSTITUTO AKATU, 2014).

A evolução da decisão de consumo mostra outros caminhos que não apenas o aspecto econômico, mas também os aspectos sociais e ambientais. Isso sugere que deve haver uma mudança de padrão com uma nova consciência do consumidor que passa do consumo individualista para novas preocupações (SILVA, CÂNDIDO, 2012). Diante dessa evolução

surgem diferentes fases que se complementam, que iniciam do consumo verde, passa para o consumo consciente e chega ao consumo sustentável. Esses conceitos são organizados hierarquicamente (SILVA et al., 2011).

Para o consumo verde o principal responsável é o próprio indivíduo, que precisa reformular as suas práticas cotidianas como “ir às compras” para sanar os problemas ambientais. O consumidor verde inclui a questão ambiental como critério de decisão de consumo, ou seja, produtos que não afetem o meio ambiente (PORTILHO, 2005).

O consumo consciente procura aumentar os ganhos ao máximo e diminuir as perdas ao mínimo, se baseando nos princípios de sustentabilidade (INSTITUTO AKATU, 2002; SILVA, GÓMEZ, 2010). O consumo consciente é “o ato ou decisão de compra ou uso de serviços, de bens industriais ou naturais, praticado por indivíduo, levando em conta o equilíbrio entre satisfação pessoal, as possibilidades ambientais e os efeitos sociais de sua decisão” (FABI, LOURENÇO; SILVA, 2010). Já o consumo sustentável aparece como alternativa para o uso dos recursos, através não necessariamente de sua diminuição, mas de um uso mais racional de acordo com o desenvolvimento sustentável. Para por em prática deve-se ter uma relação integrada para o consumo de todos os *stakeholders*, cada um sabendo seus papéis e, conseqüentemente, suas responsabilidades (NASCIMENTO et al., 2014).

Para mudar a visão atual do consumo, precisa-se de uma alternativa que seja condizente com as práticas sustentáveis, para que padrão possa evoluir. O processo de mudança passa por uma mobilização social e os meios de comunicação são essenciais para isso (SILVA, et al. 2014). Desta forma, foram desenvolvidos alguns instrumentos com o objetivo de mensurar e acompanhar o comportamento dos consumidores no que diz respeito ao consumo. Optou-se o *Greendex* e o Instituto Akatu como instrumentos de avaliação, os quais serão apresentados a seguir.

### 2.2.1 Instrumentos de Avaliação do Comportamento dos Consumidores

A *National Geographic* juntamente com a *Global Scan* desenvolveram um instrumento de avaliação para o consumo sustentável conhecido por *Greendex*, cuja ferramenta passou a ser utilizada a partir de 2008 em mais de 17 países. Com base em uma pesquisa qualitativa com profissionais da área, foram definidas as variáveis do *Greendex*, as quais discutem o que os mesmos acreditam que são ações relevantes para os consumidores, no âmbito do consumo sustentável (NATIONAL GEOGRAPHIC, 2014).

O *Greendex* é constituído por quatro categorias: habitação, transporte, alimentação, bens duráveis e não duráveis (Figura 2). Esta ferramenta também analisa as ações dos consumidores e o pensamento dos mesmos sobre o impacto que o seu comportamento de consumo e o modo como utilizam os materiais traz à sustentabilidade. O nível de consciência dos consumidores reflete no comportamento de consumo estabelecendo uma proporção direta (NATIONAL GEOGRAPHIC, 2014).

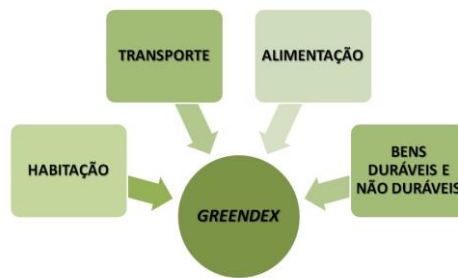


Figura 2: Categorias do *Greendex*.  
 Fonte: *National Geographic* (2014)

Outro instrumento de avaliação foi criado pelo Instituto Akatu, este criado em 2000, é uma organização não governamental sem fins lucrativos voltada para o Consumo Consciente através da conscientização e mobilização da sociedade. Akatu é uma palavra que tem origem do tupi e apresenta dois significados: semente boa e mundo melhor. Adota como um instrumento principal de transformação do mundo a prática de consumo consciente. Para isso, é necessário que o consumidor colabore para a sustentabilidade através do consumo de recursos naturais e de produtos e serviços que incentive a responsabilidade social das empresas (INSTITUTO AKATU, 2014).

Estes instrumentos foram utilizados como ferramentas principais por trazerem indicadores de fácil aplicação, portanto contribui para uma análise mais detalhada. Tais modelos utilizados analisaram as ações dos consumidores, resultando com dados importantes para a concretização do presente estudo.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com o objetivo de identificar as práticas de consumo dos consumidores de Caruaru no tocante ao consumo consciente, a pesquisa em campo foi realizada no município de Caruaru-PE, no qual uma amostra da população, superior ou igual a 18 anos, responderam os questionários.

O estudo tem um caráter exploratório-descritivo, fazendo uma busca no problema e descrevendo os grupos estudados. Esta pesquisa possui uma abordagem quantitativa que é adotado para quantificar os dados e analisá-los estatisticamente. Por se tratar de uma grande população, é necessário selecionar uma amostra que represente a realidade (CERVO, et al. 2007).

O universo da pesquisa escolhido refere-se a população residente em Caruaru, localizado no estado de Pernambuco, que tem 277.992 pessoas (IBGE, 2010). Para um estudo mais específico sobre a população, utilizou-se a amostra estratificada, que divide a amostra em estratos e depois a utiliza como uma amostra aleatória simples. No caso de Caruaru, a estratificação foi feita por bairros. O tamanho da amostra foi calculado considerando o nível de confiança de 95% e o erro amostral de 5%.

Assim, tem-se que o número de participante da pesquisa foi de 384 consumidores. Para a estratificação por bairros foi necessário coletar dados no site do SIDRA (2010). Desta forma, para encontrar a quantidade de questionários por bairro multiplicou-se a população de cada bairro pela sua proporção no total da população do município estudado, como mostra na Tabela 1 abaixo:

<b>Bairro</b>	<b>População</b>	<b>Quantidade de Questionários (arredondados)</b>
Cedro	1713	2
Riachão	6.272	9
João Mota	4.606	6
Centenário	4.208	6
Divinópolis	6.713	9
Indianópolis	20.015	28
Nossa Senhora das Dores	8.229	11
Maurício de Nassau	15.536	21
Caiuca	5.868	8
Morro do Bom Jesus	5.481	8
Salgado	51.503	71
Universitário	5.711	8
Petrópolis	14.258	20
São Francisco	9.750	14
Boa Vista	34.722	48
Alto do Moura	9.315	13
Nova Caruaru	7.243	10
Agamenon Magalhães	5.921	8
Kennedy	12.047	17
Cidade Alta	5.842	8
Rendeiras	13.697	19
Santa Rosa	11.739	16
Vassoural	17.603	24
<b>TOTAIS</b>	<b>277.992</b>	<b>384</b>

Tabela 1: Estratificação por bairro.  
Fonte: Elaboração própria (2015).

Foram aplicados questionários, com finalidade de coleta de dados primários a partir dos respondentes (HAIR JR., et. al. 2010). O questionário foi composto de três partes. Desta forma, foi criado a partir das variáveis propostas pelo *Greendex* e pelo Instituto Akatu levando a adaptação à realidade investigada. Na primeira parte, abordou questões com o intuito de identificar o perfil do pesquisado. A segunda e terceira parte do questionário foram compostas pelos indicadores de consumo dos pesquisados, sendo estes organizados nas categorias habitação, transporte, alimentação, bens duráveis e não duráveis.

Após o questionário elaborado, foram aplicados 15 questionários para pré-teste do instrumento de coleta de dados, os mesmos não são considerados no número amostral (HAIR JR., et al., 2010). A coleta de dados foi realizada entre os meses de setembro a dezembro de 2014. De posse de todos os dados coletados, estes foram trabalhados no *Microsoft Excel 2010* utilizando a estatística descritiva, qual seja: média, desvio padrão e coeficiente de variação e analisados a luz da teoria apresentada na seção anterior.

## **4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS**

### **4.1 Lócus de pesquisa e perfil dos participantes da pesquisa**



Caruaru é um município de Pernambuco, localizado no Agreste, na Microrregião do Vale do Ipojuca. É um dos municípios mais importantes economicamente e em termos populacional do interior do estado. Em 2011 somou um PIB per capita de R\$ 10.662,30 e um PIB de R\$ 3,407 bilhões. Tem sua economia baseada no setor de serviços e tem também um dos maiores comércios da região. É bastante conhecida por ser um polo de confecções, o segundo maior do Agreste, atrás apenas de Santa Cruz do Capibaribe. Em 2010, a renda per capita de Caruaru representou 49,7% da per capita de Recife (IBGE, 2014).

A partir dos dados coletados, fez-se um levantamento do perfil socioeconômico dos consumidores pesquisados, sendo 55,1% do gênero feminino e 44,9% do masculino. A faixa etária predominante foi de 18 a 25 anos, 48,07%, 27,96% possuem entre 26 e 30 anos; 8,87% possuem entre 31 e 40 anos e 15,10% possuem entre 40 e 60 anos. Observou-se que a renda familiar predominante entre os pesquisados é de dois salários mínimos, correspondendo a 22,7% da população, o que pode influenciar nas respostas apresentadas. Quanto à escolaridade dos respondentes, 11,93% possuem ensino fundamental, 61,36% ensino médio, 14,20% ensino superior, 12,5% pós-graduação.

Com o intuito de conhecer os hábitos de consumo dos respondentes da pesquisa, foram feitas outras questões. Quanto aos hábitos de transporte, 46,95% dos respondentes dizem que não dirigem. Em relação a sua moradia, a maioria (93,78%) responderam que moram em residência ou prédio com quatro quartos ou menos e 71,18% dos pesquisados afirmaram que residem com duas ou três pessoas. Quanto aos hábitos de poupança, ficou um equilíbrio, a maioria vivem dentro das suas possibilidades e que sempre economizam dinheiro para o futuro com 44,63% e 40,68% respectivamente, enquanto 14,69% gasta toda sua renda.

## 4.2. Comportamento do Consumidor Caruaruense

Conforme os dados coletados, 79,10% dos respondentes consideram jogar fora qualquer sobra de comida, caracterizando um desperdício de muitos recursos, como água, energia e vários outros produtos industriais, e também foi verificado que a maioria (80,79%) concorda que não é só o Governo que tem condições de garantir o equilíbrio da sociedade e direcionar questões como eliminação da pobreza e proteção ao meio ambiente, mas, além do governo, as pessoas e as organizações atuarem juntas para um incentivo de uma sociedade mais responsável e levando ao desenvolvimento sustentável.

Quanto aos hábitos alimentares, grande parte da população que participou da pesquisa quase sempre e sempre consome carne (74%), galinha (81%), frutas e vegetais (72%). Aponta-se que um problema é que esses produtos exigem um alto consumo de água o que causa um impacto negativo ao meio ambiente.

Dos respondentes 29,94% sempre utilizam transporte público e 12,99% quase sempre utilizam, o que pode estar relacionado com a baixa renda mostrada anteriormente. As próximas subseções tratam sobre as cinco categorias importantes para avaliar se há práticas no tocante ao consumo consciente: habitação, transporte, alimentação, bens de consumo (duráveis e não duráveis) e atitudes e crenças.

### 4.2.1 Habitação

Procurou-se analisar as características habitacionais dos entrevistados e sua relação com o consumo consciente, essencialmente quanto ao consumo de energia, de acordo com os dados da Tabela 1 a seguir.

Afirmativas	Sim(%)	Não(%)
Fogão	98,30	1,70
Uso de água corrente morna	60,23	39,77
Ar condicionado	32,95	67,05
Espaço para permitir que o ar entre	61,36	38,64
Televisão rotulada como mais eficiente que as outras	69,32	30,68
Máquina de lavar roupa rotulada como mais eficiente que as outras	52,84	47,16
Refrigerador ou freezer, rotulado como mais eficiente que os outros	43,75	56,25

Tabela 1: Itens que consomem energia  
Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Os dados obtidos revelam que os participantes da pesquisa, em sua maioria, apresentam na sua residência fogão (98,30%), televisão rotulada como mais eficiente que outras (69,32%) e máquina de lavar roupa rotulada como mais eficiente que outras (52,84%). Uma forma de diferenciar um eletrodoméstico econômico é a partir do selo Procel da Anael que avalia a eficiência energética.

O consumo de energia está sendo reduzido com o não uso de ar condicionado (67,05%) e as residências possuem espaços que permitam que o ar entre (61,32%). Com isso, apontam práticas que minimizam o consumo energético habitacional dos pesquisados. Entretanto, é importante observar que boa parte dos respondentes possuem o chuveiro elétrico na sua residência, o que gera um alto consumo de energia elétrica. Ainda, analisando o item habitacional, a Tabela 2 apresenta as frequências das formas de consumo de água e energia nas residências dos pesquisados.

Formas de consumo de consumo de água e energia	Nunca	Raramente	Às vezes	Quase sempre	Sempre
Lava roupa com água fria para economizar energia	10%	2%	7%	9%	73%
Não liga o ar condicionado diariamente para poupar energia	18%	11%	15%	13%	43%

Tabela 2: Frequências das formas de consumo de energia e água  
Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Os dados mostram que dos pesquisados que possuem ar condicionado, 43% não liga diariamente para poupar energia. Com relação à máquina de lavar roupa, 73% utiliza água fria para economizar energia, o que pode minimizar os impactos ambientais. Os danos ao meio ambiente podem vir também da utilização de transportes movidos por combustíveis fósseis, assim como causam dano no caso do consumo inadequado de água e energia nas residências. Na seção seguinte se discutirá o caso do transporte.

#### 4.2.2 Transporte

O avanço da tecnologia trouxe melhorias no deslocamento das pessoas, que podem se movimentar de forma mais rápida, poupando tempo e outros custos. Entretanto, em conjunto com o avanço dos transportes, veio a maior utilização da energia para utilização deste e emissão

de gases ocasionando a poluição que pode afetar negativamente a saúde das pessoas. Os dados da Tabela 3 abaixo revelam a frequência e o tipo de transportes utilizados pelos respondentes.

Variável	Nunca	Raramente	Às vezes	Quase sempre	Sempre
Utiliza transporte público	22%	18%	16%	13%	31%
Anda a pé ou de bicicleta	8%	13%	30%	19%	31%

Tabela 3: Frequência de utilização dos tipos de transporte  
Fonte: Dados da pesquisa (2015).

De acordo com a Tabela 3, os dados mostram que 31% da população participante da pesquisa utiliza transporte público e também 31% anda a pé ou de bicicleta. Essas variáveis são relevantes, pois apresentam práticas conscientes por parte dos respondentes. Além do impacto positivo ao meio ambiente, essas práticas estimulam a uma vida mais saudável. Outro dado importante é 47% dos participantes não dirigem, o que corrobora para a prática dessas variáveis.

A alimentação tem efeitos negativos no que diz respeito à sustentabilidade. Na seção a seguir será analisada esta relação.

#### 4.2.3 Alimentação

A partir dos dados coletados, foi observado que a maioria dos pesquisados considera sua dieta o topo da cadeia alimentar, que são aqueles que consomem carne, frutos do mar e laticínios em quase todas as refeições, e consideram carnívoras, que são aqueles que consomem carne, frutos do mar e laticínios várias vezes por semana com 38,63% e 32,38% respectivamente, enquanto 25,56% são onívoras e 3,7% são vegetarianas. Sendo assim, a Tabela 4 abaixo mostra as frequências das formas de alimentos dos respondentes.

Variável	Nunca	Raramente	Às vezes	Quase sempre	Sempre
Consome alimentos cultivados na região	3%	10%	27%	36%	24%
Consome alimentos que você plantou	74%	11%	6%	2%	6%
Consome galinha	5%	5%	16%	30%	44%
Consome carne	4%	3%	11%	32%	49%
Consome frutos do mar	18%	24%	29%	18%	13%
Consome frutas e vegetais	2%	7%	19%	34%	38%
Consome água de garrafa	6%	9%	19%	17%	49%

Tabela 4: Frequência das formas de consumo dos alimentos  
Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Os dados revelaram que 36% dos pesquisados quase sempre consomem alimentos cultivados na região, seguidos por 24% que sempre consomem. Estes dados tem impactos positivos para o meio ambiente devido a redução do percurso ao se transportar ao seu destino final reduzindo a emissão de gases poluentes. Porém, 74% afirmam nunca consumiram alimentos que eles mesmos plantaram, enquanto que apenas 6% consomem.

A maioria dos participantes da pesquisa responderam que sempre consomem carne (49%) e para o consumo de galinha (44%). Esses dados são preocupantes porque para criação desses animais é necessário uma grande utilização de água e seus resíduos contaminam a água e o solo. E este último será utilizado para o cultivo. Quanto ao consumo de frutos do mar, a maioria responde que às vezes consome (29%).

A água de garrafa obteve 49% de respostas sempre dos respondentes. Isso gera um impacto devido como é o processo produtivo do engarrafamento. Ou seja, a embalagem e o transporte são fatores que influenciam os danos ao meio ambiente. Como sugestão, pode-se substituir o engarrafamento por purificadores.

Com relação ao consumo de frutas e vegetais, de acordo com a Tabela 4, 38% sempre consomem, representando a maioria dos respondentes. Uma alternativa de alimento são os produtos orgânicos, aqueles cultivados sem o uso do agrotóxicos. Os dados mostram um equilíbrio entre os respondentes: 44% compram produtos orgânicos, enquanto 41% não compram. Por outro lado, 15% não souberam responder. Outras práticas que podem contribuir para o aumento dos problemas ambientais estão associadas aos hábitos de consumo de bens duráveis e não duráveis, que na próxima seção serão abordados.

#### 4.2.4 Bens de Consumo (Duráveis e Não Duráveis)

Os bens duráveis e não duráveis tem impacto sobre o meio ambiente desde sua produção até sua utilização e descarte. Em relação a sua produção, utiliza-se energia e matérias-primas que podem causar problemas ao meio ambiente. Com relação ao uso domiciliar, tem efeito sobre como se usam esses bens e também a qualidade dos mesmos, ou seja, se possuem tecnologias menos danosas ao meio ambiente. E, após a sua utilização, podem gerar resíduos.

O alto uso da água morna (60,23%) acarreta um impacto ambiental. No entanto, há um uso mais eficiente da televisão (69,32%) e da máquina de lavar roupa (52,84%). O uso de eletrodomésticos mais eficientes é positivo porque consome menos energia e, conseqüentemente, gera menos danos ao meio ambiente. E dado que a TV e a máquina de lavar roupa são um dos mais frequentes eletrodomésticos usados em uma residência, essas resposta são uma boa notícia. A minoria dos refrigeradores são eficientes, mas esse número ficou quase equilibrado, com 43,75% de aparelhos mais eficientes e 56,25% menos eficientes. A menor parte dos respondentes utilizam ar condicionado (32,95%), que é um aparelho que consome bastante energia. Seu menor uso pode ter motivo por ser menos acessível que outros bens.

#### 4.2.5 Atitudes e Crenças

Com o intuito de saber o quão consciente os respondentes são no que diz respeito às questões ambientais, o entendimento acerca do impacto que as práticas de consumo geram e as medidas tomadas para minimizá-las, foi realizado um estudo com foco nas atitudes e crenças dos entrevistados, como mostra na Tabela 5.

Afirmativas	Concordam
1. O "consumo consciente" só é possível para pessoas acima de uma certa renda, pois os mais pobres não têm como ficar "escolhendo com consciência".	24%
2. Conforme meus amigos e colegas passam a ter novidades ou coisas da moda, me sinto mal se não as tiver também.	10%

3. Somente o Governo tem condições de garantir o equilíbrio da sociedade e direcionar questões como eliminação da pobreza e proteção ao meio ambiente.	19%
4. A publicidade feita pelas empresas é a principal forma pela qual a maioria dos consumidores toma conhecimento dos produtos que poderia comprar.	74%
5. A origem dos produtos que consumimos é muito importante, pois sua produção pode ter causado danos para o meio ambiente e para a sociedade.	82%
6. Jogar fora qualquer sobra de comida representa o desperdício de muitos recursos, como água, energia e vários outros produtos industriais.	80%
7. É errado oferecer descontos para clientes que não pedem recibo ou nota fiscal, pois o imposto que aquele cliente não paga acaba sendo pago por toda a sociedade.	55%
8. Fez alguma compra tendo como principal critério seus efeitos (positivos e negativos) para o meio ambiente.	35%
9. Se você tiver problemas com um produto ou serviço e não conseguir uma solução com a empresa que o vendeu vou recorrer a um órgão de defesa do consumidor.	81%

Tabela 5: Atitudes e crenças

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

A afirmativa 1, sobre a necessidade de se ter uma renda alta para ter um consumo consciente, a maioria dos respondentes discordam, apenas 24% disseram concordar. Apenas 19% concordam que o governo é o único com condições de garantir o equilíbrio e direcionar questões como eliminação da pobreza e proteção do meio ambiente. Cerca de 80% concordaram que jogar fora sobras de comida representa danos ao meio ambiente, o que pode demonstrar uma consciência ambiental. Além disso, 82% disseram achar importante saber qual a origem dos produtos. Isso pode demonstrar que os pesquisados chamam para si parte das responsabilidades em relação à proteção do meio ambiente.

Quando se verifica a prática, apenas 35% fizeram compras com o principal critério sendo efeitos negativos e positivos em relação ao meio ambiente. O que revela uma contradição entre o discurso e a prática. Dos respondentes, 74% disseram que a publicidade das empresas seria a principal fonte de informação sobre os produtos. Isso pode ser um problema porque nem sempre as informações das empresas são corretas ou são as mais acuradas possíveis, principalmente quando se entra em conflito o interesse de venda das empresas.

Como complemento aos dados até então apresentados, na Tabela 6 são evidenciados alguns resultados.

Variável	Média	Desvio-padrão	CV
A família separa o lixo para reciclagem.	1,99	1,30	0,65
Costuma deixar de comprar produtos de empresas como punição por terem feito algo prejudicial à sociedade ou ao meio ambiente.	2,71	1,37	0,51
Preocupa-se em usar recursos de modo que não tragam prejuízos para a sociedade e ao meio ambiente.	3,62	1,04	0,29
Apoia campanhas e outras ações que incentivem as pessoas para a reciclagem dos materiais, redução do lixo e reutilização dos produtos.	3,45	1,30	0,38

Tabela 6: Decisão de Consumo

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Entre os que apoiam campanhas e outras ações que incentivam práticas sustentáveis, a média ficou em 3,45, indicando uma moderada tendência aos respondentes apoiar tais iniciativas. O coeficiente de variação foi de 38%, indicando pouca dispersão em relação à média e maior concordância geral. Tal resultado é semelhante quanto a preocupação em usar recursos de forma a não trazer danos ao meio ambiente, com média de 3,62 e coeficiente de variação de

29%. Em relação às questões mais práticas, a média dos respondentes em casas que separam lixo foi de 1,99, indicando uma baixa adesão. No entanto, o coeficiente de variação foi de 65%, indicando uma alta heterogeneidade entre as respostas. Quando se fala em deixar de comprar produtos como punição por práticas não sustentáveis, a média foi 2,71 e o coeficiente de variação de 51%, indicando baixa média e uma maior dispersão das respostas em relação à média. Compreende-se que os respondentes já possuem a questão ambiental como uma questão importante para a sociedade, mas nem sempre colocam em prática as ações necessárias para preservar o meio ambiente. A seguir são apresentados alguns dados sobre o comportamento de consumo dos participantes da pesquisa.

Afirmativas	Sim (%)	Não (%)
1. O "consumo consciente" só é possível para pessoas acima de uma certa renda, pois os mais pobres não têm como ficar "escolhendo com consciência".	76%	24%
2. Jogar fora qualquer sobra de comida representa o desperdício de muitos recursos, como água, energia e vários outros produtos industriais.	80%	20%
3. Fez alguma compra tendo como principal critério seus efeitos (positivos e negativos) para o meio ambiente.	65%	35%

Tabela 7: Comportamento do consumo  
Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Em relação a Tabela 7, 65% disseram que sua principal motivação da compra atendeu a critérios com base na preocupação com o meio ambiente. Isso pode demonstrar que boa parte dos respondentes colocam o consumo consciente em um relevante patamar de importância. Como exemplo, 43,75% disseram que compraram produtos orgânicos e 44,89% compraram produtos com material reciclados, ambos nos últimos seis meses. Todavia, o alto consumo da sociedade faz com que a quantidade de lixo produzida seja alta e 55,11% dos pesquisados afirmaram que produzem um ou dois sacos por semana.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos dados apresentados, foi possível observar o comportamento de consumo dos residentes de Caruaru quanto ao consumo consciente. Apesar de ser frequente encontrar respostas de uma consciência de que o meio ambiente precisa de proteção e ser preservado, nem sempre se observou que as práticas foram condizentes com tais pressupostos. Isso significa que, apesar de muitos terem já consciência da necessidade de proteger o meio ambiente, o discurso ficou diferente da prática. A maioria dos respondentes demonstraram mais ações individuais a favor do meio ambiente, de nível micro, e ficaram aquém do esperado sobre o consumo conscientes para ações de graus maiores.

No que tange às categorias, a habitação teve como característica grande quantidade de residências com água morna, o que tem impacto negativo devido ao alto consumo de energia elétrica. Apesar do alto número de uso dos eletrodomésticos, atualmente muitos tem mais eficiência no que tange ao consumo de energia.

Na categoria de transportes, muitos utilizam transporte público e andam a pé ou de bicicleta, o que reduz a emissão de gases poluentes e traz benefícios a saúde. Os transportes tem um efeito positivo sobre a sociedade, que é melhorar o deslocamento das pessoas, mas causa efeitos negativos em relação ao consumo de energia, que tem alta utilização de combustíveis fósseis.

Na categoria de alimentação, houve alto consumo de carne e galinha, além de frutas e verduras, o que impacta negativamente na utilização do solo e do desperdício da água. No caso

das frutas, há ainda o problema da utilização dos agrotóxicos. Também tem o problema do engarrafamento da água, que tanto a produção como o descarte são feitos de forma que prejudicam o meio ambiente. Apesar de a alimentação ser uma necessidade fundamental da sobrevivência das pessoas, além do problema dos agrotóxicos, utiliza-se muita energia para a produção de alimentos, então o que resta à sociedade é buscar um equilíbrio entre suprir necessidades e proteger o meio ambiente.

Verificou-se que muitas vezes o discurso prevaleceu, todavia a prática foi discrepante, torna-se viável pensar formas de fazer com que as informações que as pessoas tenham de forma correta se transformem em práticas conscientes. No caso de informações equivocadas, o que recomenda-se um estudo mais aprofundado, é necessário fazer uma avaliação das melhores formas de informar corretamente a população sobre as práticas conscientes.

## REFERÊNCIAS

- BARBIERI, José Carlos. **Desenvolvimento e Meio Ambiente: as estratégias de mudanças da Agenda 21**. 10. ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- BARBIERI et al. **Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições**. Revista de Administração de Empresas, São Paulo; v. 50. N. 2, abr.- jun. 2010.
- BRANDÃO, Cristiane Nascimento; BARBIERI, José Carlos; REYES JUNIOR, Edgar; JOÃO, Cristina de Moura. **Análise da produção científica internacional sobre o turismo indígena de 1990 a 2013: um estudo bibliométrico e proposição de uma agenda de pesquisa**. Revista de Turismo y Patrimonio cultural, Santa Cruz de Tenerife (Espanha), vol. 12, n. 4, p. 673-684, 2014.
- CERVO, Amândio L.; BERVIAN, Pedro A.; DA SILVA, Roberto. **Metodologia científica**. 6. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007.
- CNUDES. **A Agenda 21**. Rio de Janeiro, p. 35, 1992. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/agenda21.pdf>>. Acesso em: set. 2014.
- CORRÊA, Ana Paula Machado; SILVA, Minelle Enéas da. **A Logística Reversa sob a perspectiva produção-mercado-consumo: O Caso O Boticário**. Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade – GeAS. São Paulo, v.2, nº 1, 97-122, Jan/Jun. 2013.
- COSTA, D. V.; TEÓDOSIO, A. S. S. **Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania; um estudo sobre a desarticulação da comunicação de organizações da sociedade civil, do estado e das empresas**. São Paulo; Revista de administração mackenzie, v.12, 2011
- DUARTE, Ruth Gonçalves; BASTOS, Adriana Texeira; OLIVEIRA, Francisco Correia de; SENA, Andreolina Pimentel de. **Educação ambiental na convivência com o semiárido**. XV Encontro Internacional sobre Gestão Ambiental e Meio Ambiente – ENGEMA. São Paulo/SP **Anais...** São Paulo/SP, 2013.
- ELKINGTON, J. **Canibais com garfo e faca**. São Paulo: Makron Books, 2001.
- FABI, Maria J. S.; LOURENÇO, Cléria D. S.; SILVA, Sabrina S. **Consumo Consciente: a atitude do cliente perante o comportamento sócio-ambiental empresarial**. In **Anais...** IV Encontro de Marketing da ANPAD. Florianópolis: 2010.
- FIGUEIRA, Glauce Almeida; SUZIGAN, Kelly Rosana. **Globalização, Financeirização e o Desenvolvimento Sustentável: novas propostas para a estratégia empresarial**. XV Encontro Internacional sobre Gestão Ambiental e Meio Ambiente – ENGEMA. São Paulo/SP **Anais...** São Paulo/SP, 2013.
- GORNI, Patrícia Monteiro; GOMES, Giancarlo; DREHER, Marialva Tomio. **Consciência Ambiental e Gênero: os universitários e o consumo sustentável**. In **Anais...** XIV Simpósio

de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais – SIMPOI. São Paulo: 2011.

HAIR Jr., Joseph F. et al. **Fundamentos de Pesquisa de Marketing**. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

HOPWOOD, Bill; MELLOR, Mary; O'BRIEN, Geoff. **Sustainable Development: Mapping Different Approaches**. Sustainable Development, Newcastle/Reino Unido, n. 13, 2005.

INSTITUTO AKATU PELO CONSUMO CONSCIENTE. **O que é consumo consciente?** 2002. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/Temas/Consumo-Consciente>>. Acesso em: 27 out. 2014.

MENDES, Jéssika Narjara Silva; OLIVEIRA, Veronica Macário de; GÓMEZ, Carla Regina Pasa. **Consumo e Sustentabilidade: um levantamento das práticas cotidianas de consumidores na cidade de Campina Grande-PB**. In *Anais... XVII Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais – SIMPOI*. São Paulo: 2014.

MORAIS, Dafne Oliveira Carlos de; PINTO, Francisco Roberto; CARLOS, Maria das Graças de Oliveira. **O caso de uma indústria de limpeza e sua gestão da cadeia de Suprimentos Sustentável à luz do Framework de Seuring e Müller**. XV Encontro Internacional sobre Gestão Ambiental e Meio Ambiente – ENGEMA. São Paulo/SP *Anais...* São Paulo/SP, 2013.

NASCIMENTO, Luis Felipe Machado; SILVA, Minelle Enéas; JAPPE, Marcio Luis Miron; Alves, Ana Paula Ferreira. **Ecologicamente correto para avaliar a consciência ou para mudar o mundo? Uma discussão sobre padrões de consumo**. Revista em Agronegócios e Meio Ambiente, v.7, n.1, p. 173-194, jan./abr. 2014.

OLIVEIRA, Leandro Dias de. Os “limites do crescimento” 40 anos depois: **Das “Profecias do Apocalipse Ambiental” ao “Futuro Comum Ecologicamente Sustentável”**. Revista Continentes (UFRRJ), Rio de Janeiro, ano 1, n. 1, 2012.

RELATÓRIO RIO+20. **Relatório Rio+20: o modelo brasileiro - relatório de sustentabilidade da organização da Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável / Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável**. Organizador: José Solla. Brasília: FUNAG, 2012.

SEIFFERT, Mari Elizabete Bernardini. **Gestão ambiental: instrumentos, esferas de ação e educação ambiental**. São Paulo: Atlas, 2014.

SILVA, Minelle Enéas; GÓMEZ, Carla Regina Pasa. **Consumo Consciente: o papel contributivo da educação**. REUNA, Belo Horizonte, v. 15, n.3, p. 43-54, Set. – Dez. 2010.

\_\_\_\_\_.; SILVA, Mariana Petrônio; GÓMEZ, Carla Regina Pasa. **O Papel dos Stakeholders para a Efetivação do Consumo Sustentável: um estudo no setor elétrico**. In *Anais... XIV Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais – SIMPOI*. São Paulo: 2011.

\_\_\_\_\_.; CÂNDIDO, Gesinaldo Ataíde. **O Papel das empresas para o Consumo Sustentável: uma proposta teórica de categorias e parâmetros de análise**. In *Anais... XV Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais – SIMPOI*. São Paulo: 2012.

\_\_\_\_\_.; SILVA, Mariana Petrônio; GÓMEZ, Carla Regina Pasa. **Você é um Consumidor Consciente? Entendendo o perfil de estudantes ingressantes de Administração na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)**. Qualit@s Revista Eletrônica ISSN 1677 4280 Vol.13. No 1, 2012.

\_\_\_\_\_. **Estimulando o Consumo Sustentável por meio do comportamento socioambiental empresarial: um estudo no Walmart Brasil**. Revista Metropolitana de Sustentabilidade –RMS, São Paulo, v.3, n. 1, p. 24-45, jan./abr. 2013.



\_\_\_\_\_.; SANTOS, J. G., SOUZA, N. M. O. **Ser, Ter ou Estar? A análise do comportamento do recifense quanto à prática do consumo consciente.** XVI Encontro Internacional sobre Gestão Ambiental e Meio Ambiente – ENGEMA. São Paulo/SP **Anais...** São Paulo/SP, 2014..

SISTEMA IBGE DE RECUPERAÇÃO AUTOMÁTICA – SIDRA. **Domicílios Particulares Permanentes por situação e número de moradores.** 2010. Disponível em ; <  
<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/listabl.asp?c=185&n=102&z=t&o=4>>. Acesso em:  
02 nov. 2014.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projeto e relatórios de pesquisa em administração.** 8. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.