

Objetivo: verificar junto aos respondentes a percepção de sustentabilidade em produtos da Amazônia

Objetivos específicos: Analisar o impacto da sustentabilidade no consumo;
Investigar se a sustentabilidade e o meio ambiente estão entre os fatores decisivos na compra de produtos;
Identificar se o consumo sustentável tem relevância em outros aspectos da vida do consumidor.

Referencial teórico: A sustentabilidade é um conceito normativo sobre a maneira como os seres humanos devem agir em relação à natureza, e a responsabilidade sobre as ações causadas sobre outras gerações, destaca-se sua importância em um contexto social, econômico e ambiental (AYRES, 2008). Por outro lado, Reconhecer que os negócios precisam de mercados estáveis, gera a expectativa de que as empresas têm que contribuir de forma progressiva com a sustentabilidade, e que precisam possuir habilidades tecnológicas, financeiras e de gerenciamento necessárias para que possibilite a transição para o desenvolvimento sustentável (ELKINGTON, 1994).

O consumo está relacionado à condição de sobrevivência, às atividades desenvolvidas pelo indivíduo na sociedade. Se o consumo for realizado de forma excessiva e incontrolável, denomina-se consumismo (BAUMAN, 2008). A fim de garantir o título de produto sustentável e a qualidade de sua procedência, foi criado um selo de sustentabilidade para produtos da biodiversidade da Amazônia através do Projeto de Lei 143/21, que será concedido e fiscalizado por órgãos do Sistema Nacional de Meio Ambiente,

Procedimentos metodológicos: Pesquisa descritiva, questionário de abordagem quantitativa;
Questionário online, disponibilizado via *Google Forms*;
Composto de 12 questões voltadas ao perfil dos entrevistados, a percepção sobre a importância dos produtos com características sustentáveis e a influência do tema no comportamento;
Coleta realizada no período de 1 a 10 de maio de 2021;
Cruzamento de dados:
1 a 4: relacionando as questões de destaque ao perfil do entrevistado;
5 a 7: relacionando as questões ao total de entrevistados.

Análise de dados e resultados:

Gráfico 1. Frequência com que a pessoa se preocupa com a origem dos produtos que consome

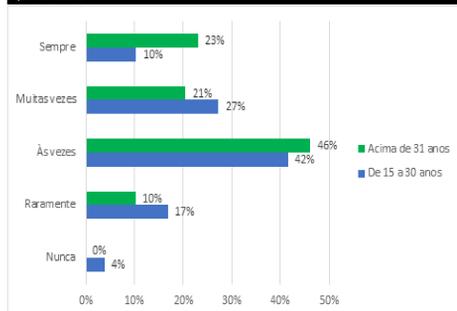


Gráfico 2: Se conseguiram reduzir a quantidade de produtos embalados

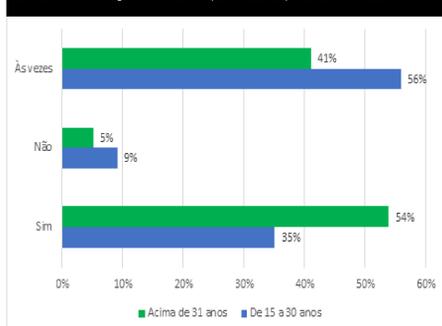


Gráfico 3: Se ao comprar o consumidor costuma procurar por selos ambientais ou algo que identifique o produto como sustentável

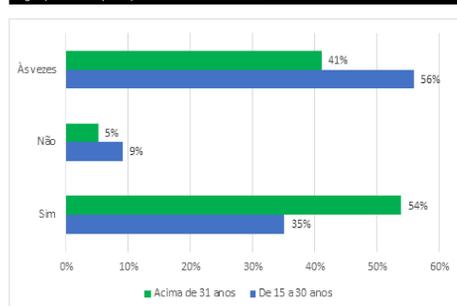


Gráfico 4: Pessoas que tem interesse em comprar um produto se soubesse que o mesmo possui um selo de sustentabilidade para produtos da Amazônia

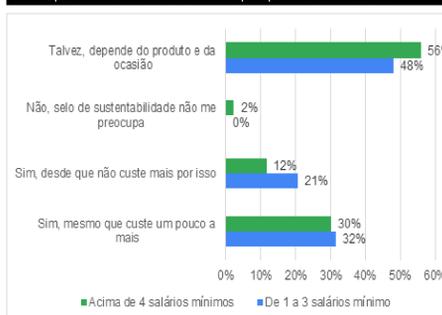


Gráfico 5: Interesse em produtos que são desenvolvidos ou produzidos na Amazônia

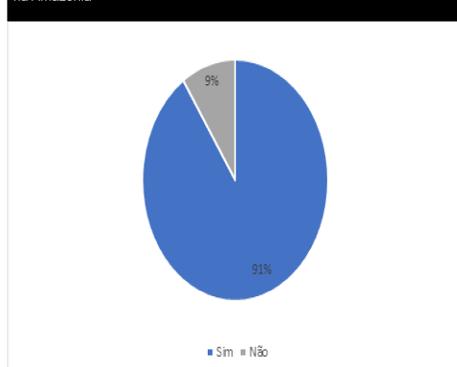


Gráfico 7: Conhecimento de marcas da Amazônia

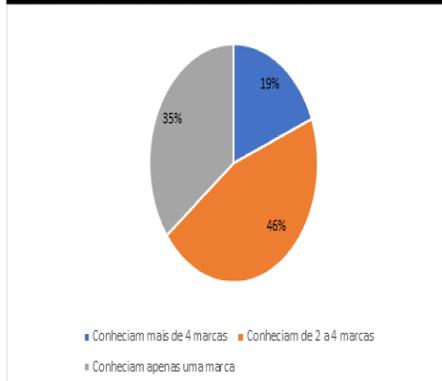
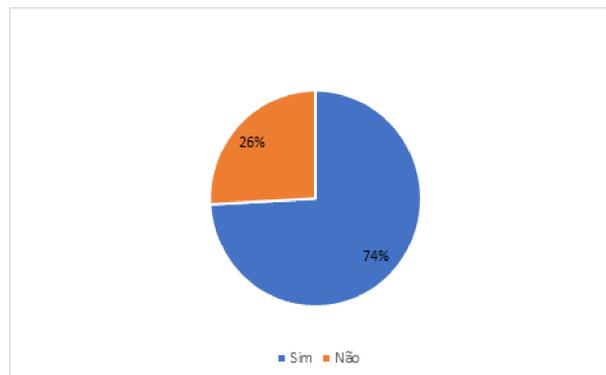


Gráfico 6: Se marcas da Amazônia devem necessariamente ser sustentáveis



Conclusão: Sobre o impacto da sustentabilidade no consumo, conclui-se que existe preocupação com a origem dos produtos consumidos e em relação a produtos embalados, demonstrando assim a importância que a sustentabilidade tem no consumo. Com relação a questão sustentabilidade e o meio ambiente serem fatores decisivos na compra de produtos, embora possuam importância no consumo pode-se concluir que eles não exercem fator determinante no processo decisório de compra, mas há espaço para que esta influência seja maior dependendo do produto e da ocasião. Outras variáveis podem ser almejadas em pesquisas futuras, tal como: o que as marcas amazônicas poderiam implementar para terem maior aceitação e construção de suas marcas, quais outras variáveis são importantes para o consumo sustentável. Além disso, a pesquisa apresenta algumas limitações com destaque para a ampliação da abrangência, considerando outras cidades da região amazônica, bem como a utilização de outros métodos de análise, com aspectos mais qualitativos ou mesmo com o uso de ferramentas estatísticas mais robustas.

Referências:

- Afinal, o que é sustentabilidade? **Sintema Mato Grosso**, 2018. Disponível em: <http://www.sintemamt.org.br/noticias/exibir.asp?i=d=2784¬icia=afinal-o-que-e-sustentabilidade>. Acesso em 23 mar 2021.
- BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade: o que é - o que não é?** 5. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2017.
- SILVA, M. et al. **Indicadores de consumo consciente: uma avaliação do recifense sob a ótica do consumo sustentável.** Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, Campo Largo, v.12, p.173-190, Mai-Ago. 2013.
- KOTLER, P., **Administração de Marketing - Análise, Planejamento, Implementação e Controle.** 5. ed., São Paulo: Atlas, 2009.
- SAWYER, D. **População e desenvolvimento sustentável na Amazônia.** Ministério do Meio Ambiente. 1.ed. 2014.
- COSTA, Eduardo. Projeto de Lei PL 143/2021. **Câmara dos deputados**, 2021. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2268818>. Acesso em: 30 mar 2021.