

**REVISTA: PERSPECTIVA ISAE – 25a. Ed. – Dezembro de 2013**

**Capa**

## **Mais conscientes, mais sustentáveis**

Consumidor é responsável pelo desenvolvimento de práticas sustentáveis no mercado

Crédito: Shopper Culture



Consumidores têm a oportunidade de utilizar seus critérios de decisão para fomentar o consumo responsável

Em pleno momento de transformações ambientais, econômicas e sociais, lideranças empresariais, políticos e a sociedade geral são impulsionados a reavaliarem as formas de produção e consumo. Nesse contexto, o consumidor passa a ser a peça chave, agente transformador para uma nova realidade de consumo.

Hoje, acredita-se que a humanidade utiliza cerca de 25% a mais de recursos naturais do que a terra é capaz de repor. Com o crescimento da população e o acesso aos bens de consumo, o problema só aumentará. Entende-se, assim, que a evolução sustentável está intrinsecamente relacionada às atividades econômicas.

Cidadãos de todo o mundo têm ao seu alcance um instrumento de mudança na conduta social. É pela decisão de consumo que a sociedade se responsabiliza pelo impacto sustentável que pode exercer. Os consumidores têm a oportunidade de utilizar seus critérios de decisão, de acordo as suas convicções, e fomentar, por meio de seus padrões de compra, o consumo responsável.

Quando uma pessoa adquire qualquer objeto ou serviço, além de satisfazer sua necessidade colabora economicamente com os processos que o fizeram possível chegar até o consumo. Esses processos repercutem social e ambientalmente. Algumas vezes, sem o consumidor saber, ele dá suporte econômico às atividades que não são eticamente responsáveis e adequadas.

Quando o consumidor escolhe entre as diversas ofertas disponíveis no mercado, ele costuma guiar-se pelo preço, qualidade ou indicação. Mas, atualmente, ele passa a ter mais em conta os efeitos que os bens e serviços têm sobre o meio-ambiente e a sociedade. O sócio-diretor da Trupe Marketing Consulting e mestre em Sistemas de Gestão pela Qualidade Total, Randes Enes, explica que o consumo sem culpa está tornando a vida melhor, e não apenas aparecer melhor. “Transformações simples que reivindicam espaço nas vidas cotidianas, reformula problemas que se encaixam confortavelmente nas rotinas e rituais do consumidor, enquanto ele é encorajado a reduzir o consumismo e pensar de forma responsável sobre o que comprar e como descartá-lo, esse pensamento vem aliviar a sua culpa da compra”, comenta o especialista.

### **O consumo consciente no Brasil**

Segundo a Pesquisa Akatu de 2012, investigação rumo à sociedade do bem-estar, o cenário é bastante animador, pois mostra que um percentual crescente de consumidores tem passado a adotar, mesmo que apenas eventualmente, os comportamentos indicativos de assimilação do consumo consciente.

O estudo mostra que a situação econômica e o ingresso de novos consumidores no mercado parecem ter um impacto relevante sobre o processo de assimilação do consumo responsável, em especial no que diz respeito às atitudes relacionadas aos ganhos imediatos para quem os escolhe.

Também, a pesquisa aponta que a participação da nova classe média representa um adicional de mercado que serve como oportunidade para a mudança do modelo de consumo, com menor risco para as empresas. Randes Enes comenta que para permanecer líder no mercado é fundamental adaptar-se às novas tendências comportamentais, e completa, “Existe um caminho de pedras onde as empresas podem ser tornar mais competitivas, isto é: conhecer seu consumidor, aprimorar o tripé da sustentabilidade, produzir produtos e serviços de qualidade, ter uma excelente equipe de atendimento, estreitar o relacionamento com os clientes, utilizar recursos tecnológicos, ter vendedores consultores e ter atenção com a concorrência.

Albert Estiarde tem 32 anos e há cinco opta por comprar legumes e verduras orgânicas e produtos que sejam ecologicamente corretos, mas afirma que ainda é difícil que 100% de sua compra seja origem responsável, “É difícil levar somente produtos que contribuam para um comércio justo, ainda existe pouca oferta e os produtos são muito caros”, explica o consumidor.

O cenário incentiva às novas formas de consumo responsável e também abre caminho para organizações e empreendedores que estejam dispostos a inovar nesse novo nicho de mercado, criando competitividade e, por consequência, equilibrando o custo desses bens.

- Algumas das melhores práticas associadas ao consumo responsável:
  - Estar ciente das consequências ecológicas, econômicas e sociais de suas compras;

- Saber o que está por trás dos produtos que consumimos;
- Pensar antes de comprar qualquer coisa e fazer uso racional dos serviços que temos à disposição;
- Comprar somente o necessário;
- Reciclar o máximo possível;
- Racionalizar o uso da água e energia elétrica doméstica;
- Consumir produtos de agricultura biológica;
- Orientar-se por um critério de proximidade: quanto mais próximo for elaborado o bem de consumo, mais se promove a economia local e se gasta menos energia e menos poluente para a distribuição do produto;
- Praticar formas de turismo que não tenham um impacto negativo sobre a comunidade receptiva;

Fonte: Revista ISAE – Ed. 25 Dez. 2013

Link: <http://www.isaebrasil.com.br/revista/edicao25/#2>.