



O COMPORTAMENTO DE CONSUMO E A CONSCIÊNCIA ECOLÓGICA DO CONSUMIDOR FINAL DE CAXIAS DO SUL: UMA ANÁLISE DA CONTRIBUIÇÃO DESTES FATORES PARA O AVANÇO DA ECONOMIA CIRCULAR

Everton Flores da Silva^a, Rafael de Lucena Perini^{a*}, Karen Menger da Silva Guerreiro^a

a) FSG Centro Universitário

Informações de Submissão

*Autor correspondente (Orientador)
Rafael de Lucena Perini, endereço: Rua
Os Dezoito do Forte, 2366 - Caxias do
Sul - RS - CEP: 95020-472

Palavras-chave:

Economia Circular. Consumo Consciente.
Desenvolvimento Sustentável.
Comportamento de Consumo.

Resumo

Este artigo aborda um tema de profunda relevância em tempos de necessárias mudanças para o desenvolvimento de uma sociedade sustentável e que garanta recursos para as gerações futuras. A Economia Circular visa quebrar alguns velhos paradigmas e reforçar a possibilidade de desenvolver um sistema econômico que garanta o equilíbrio ecológico. Em um estudo quantitativo buscou-se analisar o comportamento de consumo e a consciência ecológica dos consumidores caxienses para que assim pudessem ser evidenciadas as ações que os mesmos já têm tomado, a fim de encorajar iniciativas públicas e privadas rumo a este sistema que se demonstra tão promissor. Os resultados demonstram que os percentuais de consumidores caxienses com hábitos completamente conscientes ainda são poucos, mas que a maior parte da população já demonstra algum tipo de conhecimento a cerca do tema, bem como já coloca em prática diversos comportamentos que podem ser encarados como os primeiros passos para a implantação de uma Economia Circular, visto a importância que tem o consumidor final para a efetivação da proposta deste novo modelo econômico.

1 INTRODUÇÃO

São inegáveis e podemos perceber na atualidade as grandes benesses que trouxeram à humanidade o sistema capitalista, junto ao desenvolvimento industrial e tecnológico. Produtos desenvolvidos para facilitar e agregar benefícios à vida dos seres humanos, despertando desejos de compra e consequentemente movimentando a economia de uma sociedade são alguns dos aspectos que podemos destacar como positivos. É necessário, porém, admitir que não só benefícios e facilidades foram as consequências deste sistema e desta evolução.

A produção em massa, resultante do consumismo pressionado por metodologias capitalistas como a obsolescência planejada, é um dos grandes problemas ocasionados por este sistema que não foi pensado de acordo com a contabilidade de recursos naturais

existentes, bem como sobre os impactos resultantes deste excedente (XAVIER, 2017). Este fato é perceptível para nós como sociedade quando analisamos a volatilidade dos preços de produtos que são produzidos com recursos naturais que já apresentam sinais de escassez, e também quando analisamos as transformações que estão sofrendo o nosso ecossistema, a degradação de nossos recursos naturais básicos, e as mudanças climáticas que também são resultantes de uma produção sobressalente e de um consumo muitas vezes inconsequente.

Diante desta realidade, é perceptível a necessidade de transformação nos hábitos de consumo e também do modelo de produção empregado até o momento. Para isto, a Economia Circular (EC) propõe dissociar o consumo e o desenvolvimento de capital da degradação do meio ambiente, favorecendo um novo modelo econômico que seja sustentável. Este novo sistema, além da reformulação de processos, visa principalmente a não geração de resíduos sólidos e a não extração de recursos naturais, reduzindo os desperdícios e reinserindo na cadeia produtiva materiais já utilizados como matéria prima alternativa. Para embasar esta pesquisa, além dos conceitos de EC, será revisado o conceito de Consumo Consciente, sua caracterização e por fim a classificação dos consumidores de acordo com a escala desenvolvida pelo Instituto Akatu em 2013.

Autores como Motta (2018) e Ribeiro e Kruglianskas (2016) defendem que para a concreta efetivação da EC, além dos incentivos governamentais, é necessária uma profunda mudança na cultura dos principais geradores de resíduos sólidos: os produtores e os consumidores. Reconhecendo a importância do consumidor final para o desenvolvimento da EC e para as transformações necessárias no atual modelo de produção, este estudo justifica-se porque busca academicamente ampliar a abordagem deste assunto que é tão pouco tratado no Brasil principalmente com relação à importante contribuição que exerce o consumidor final.

Tendo em vista as propostas da EC e as barreiras para a sua implantação, esta pesquisa buscará através de um levantamento quantitativo analisar como o consumidor caxiense pode contribuir para a expansão da EC. Para que esta análise seja possível segmentam-se os objetivos específicos deste artigo da seguinte forma: Verificar qual é o comportamento de consumo e a consciência ecológica do consumidor caxiense diante dos aspectos econômicos, de planejamento de compra, e de mobilização para o consumo sustentável; Citar destes comportamentos aqueles que podem favorecer o desenvolvimento da EC; Identificar, segundo o consumidor final, o que é necessário para que ele adote práticas de consumo sustentável e consequentemente contribua para o avanço da EC.

Espera-se, que os resultados desta pesquisa possam servir para a iniciativa pública e privada entender qual o compromisso do consumidor final para com o desenvolvimento de uma economia sustentável. Sendo assim, ambas poderão encorajar-se analisando em que aspectos podem contribuir ou que processos podem mudar para que comecemos uma gradual evolução rumo às propostas da Economia Circular, que apesar das barreiras a serem enfrentadas, garante um futuro promissor e com benefícios para todos os setores.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O embasamento teórico deste estudo dar-se-á através de três tópicos. O primeiro apresentará uma breve explanação sobre o modelo linear de produção, o consumismo e as consequências destes dois fatores para com o meio ambiente. Logo, será abordado como tema principal deste artigo a EC, onde serão descritos os conceitos, propostas, dificuldades para implantação e os benefícios deste novo modelo econômico. Por último, e de importância equivalente, será exposta uma revisão sobre o consumo consciente, evidenciando os seus preceitos, fundamentos e as tendências do comportamento de consumo.

2.1 O modelo linear de produção, o consumo desenfreado e suas consequências

Extraír, fabricar, consumir e descartar representam o modelo linear e tradicional de produção, que apresentou vultosa expansão desde a Revolução Industrial (MOTTA, 2018; LEITÃO, 2015). Para Silva e Flain (2018) este sistema, que fora aperfeiçoado com o decorrer do tempo, é ainda o mais adotado e provém de ideologias capitalistas que passaram a despertar desejos de consumo e incentivaram o desenvolvimento econômico, principalmente de grandes companhias.

Impulsionados pelos movimentos capitalistas, fabricantes e consumidores passaram à produzir e consumir, respectivamente, cada vez mais. Além do avanço tecnológico, Costa, Diz e Oliveira (2018) classificam a obsolescência planejada como um dos principais causadores deste consumo desenfreado. Neste sistema pré determina-se a vida útil de um produto a fim de garantir o consumo contínuo e conseqüentemente a geração de lucro constante para os fabricantes. Leitão (2015) e Vaz *et al.* (2017) advogam que neste momento histórico do desenvolvimento capitalista, os grandes empresários enxergavam as diversas e atrativas possibilidades do desenvolvimento do seu capital e não preocupavam-se com a

extinção dos recursos naturais que por hora eram a matéria-prima para a sua produção. Além disso, não previam o crescimento exponencial da população que deveras veio a acontecer.

Ribeiro e Kruglianskas (2016) discorrem sobre o crescimento populacional e a necessidade de que cada vez mais sejam extraídos recursos naturais em prol de atender as demandas destes consumidores. Os autores afirmam que os índices de extração destes recursos passam do dobro se compararmos o ano de 1980 a 2020, onde as estimativas indicam um consumo de aproximadamente 82 milhões de toneladas/ano.

Como consequência do consumo em massa, a geração de resíduos sólidos é inevitável e se amplifica notavelmente atrelada ao desenvolvimento populacional. É neste contexto que além da escassez dos recursos naturais, vislumbra-se outra problemática: os impactos ambientais da geração de resíduos sólidos (PANTOJA e PEREIRA, 2018). Segundo Ribeiro e Kruglianskas (2016) os principais geradores de resíduos são: a indústria que chega a descartar 90% dos recursos extraídos nos seus processos produtivos e o consumidor final com o descarte pós-consumo. Os efeitos deste descontrole afetam o ecossistema como um todo, pois contribuem para a degradação e contaminação de solos, lençóis freáticos, vegetações e fauna.

2.2 Economia Circular

Perante o desenvolvimento tecnológico, aos avanços industriais, ao consumismo e aos explícitos transtornos ambientais oriundos destes acontecimentos, surge uma proposta econômica de desenvolvimento sustentável. Esta, denominada EC, visa através da otimização de processos e de uma complexa e necessária transformação cultural, quebrar velhos paradigmas de que o consumo precisa estar habitualmente associado aos desperdícios, à degradação do meio ambiente e ao sistema linear de produção que é intrínseco mundialmente desde o seu surgimento (ABDALLA e SAMPAIO, 2018).

O conceito de EC e as suas particularidades vem sendo tratadas desde a década de 70, conforme ressalta Azevedo (2015). Verifica-se, porém, que em caráter mundial a Economia Circular tornou-se tema para discussões mais frequentes a partir de 2012, em que a *Ellen MacArthur Foundation (EMF)* passou a publicar relatórios e estudos a fim de incentivar e acelerar a implantação da EC. Revalidam esta afirmação os autores Ribeiro e Kruglianskas (2016) acrescentando ainda, que estes conceitos se difundiram inicialmente na Europa, e que embora já se observe alguns movimentos, no Brasil este tema é ainda pouco tratado.

A motivação para os estudos da EC foi uma análise de “[...] pesquisas mostrando que caso os produtos não voltassem à origem do processo produtivo, a contabilidade econômico-ambiental não iria fechar” (XAVIER, 2017, pg. 255-256). A partir destas constatações a proposta da EC é que sejam empregadas mudanças radicais nos processos produtivos e nos hábitos de consumo afim de que cada vez menos sejam extraídos recursos naturais, que a matéria prima seja aproveitada de maneira efetiva nos processos industriais e que mesmo após o consumo ela possa ser reinserida nesta cadeia produtiva para possibilitar a produção de um novo produto. Em suma, segundo Pontes e Angelo (2018) a EC propõe que geremos a menor quantidade de resíduos possíveis, e que aqueles que forem inevitavelmente gerados possam ser reaproveitados nos ciclos de consumo ao invés de se tornarem lixo.

Diante da situação exposta, fez-se necessário analisar e explorar maneiras que justificassem tal constatação. Para isso, a EMF fundamentou a EC com base nas teorias de diversos autores que abordam o tema de óticas diferentes, mas que corroboram com o princípio da cooperação e da sustentabilidade como peça fundamental para o desenvolvimento econômico sob uma nova perspectiva.

O modelo de economia circular sintetiza uma série de importantes escolas de pensamento, incluindo a economia de performance de Walter Stahel; a filosofia de design *Cradle to Cradle* de William McDonough e Michael Braungart; a ideia de biomimética articulada por Janine Benyus; a economia industrial de Reid Lifset e Thomas Graedel; o capitalismo natural de Amory e Hunter Lovins e Paul Hawken; e a abordagem *Blue Economy* como descrita por Gunter Pauli. (ELLEN MAC'ARTHUR FOUNDATION, 2018).

Leitão (2015) dá ênfase à Biomimética, para explicar a EC. Esta teoria espelha-se nos ciclos naturais com a finalidade de encontrar soluções para problemas enfrentados pela humanidade, considerando sempre fatores sustentáveis. Desta maneira, consideram-se três princípios básicos: a natureza como modelo, como medida e como mentor. Isto, pois, podemos utilizar a natureza como fonte de inspiração para novos processos produtivos, analisar a sua evolução e constatar o que de fato pode ser empregado por um longo período de tempo, além de nos possibilitar uma visão ampla para perceber não só o que podemos extrair dos recursos naturais, mas o que de fato podemos aprender com a natureza.

Além da reformulação dos sistemas de produção e dos hábitos de consumo a EC preconiza em sua teoria o uso da tecnologia a favor do desenvolvimento de novos produtos. Sendo desta forma essencial que passem a ser utilizados materiais biodegradáveis como matéria prima, que suas fontes sejam renováveis e que sigam tendências do eco-design. Isto

não só favorecerá a preservação do ecossistema como também propiciará o consumo em cascata que é sustentado pela EMF (2012) como uma das principais características da EC. Reforçando estes conceitos, Ribeiro e Kruglianskas (2016) ilustram em esquema na figura 1 o funcionamento da EC que abarca dois ciclos: o biológico e o tecnológico. Nesta mesma figura pode-se também entender em que consiste o consumo em cascata e como o consumidor final se relaciona com os demais dentro da cadeia de produção e consumo.

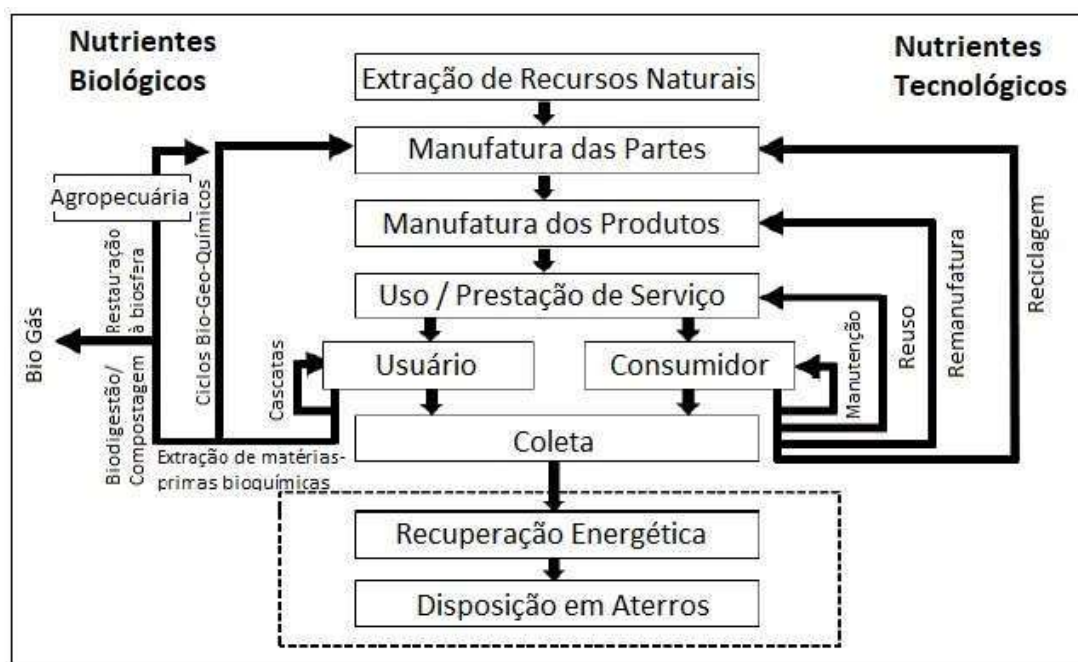


Figura 1: Economia Circular.

Fonte: Ribeiro e Kruglianskas (2016, pg. 04).

Baseado na EMF, Motta (2018) resume os 4 princípios da EC: Desperdício é alimento – uma vez que os produtos forem projetados para reuso nunca deverão sair do ciclo, pois quando esgotam a sua funcionalidade para o que se destinava poderá ser reinserido na cadeia produtiva como matéria prima alternativa; Construir resiliência através da diversidade – sistemas conectados tornam-se mais fortes e propensos a melhores resultados diante de tantas mudanças repentinas e evoluções constantes; Utilização de energia renovável – extrair o que de melhor há na natureza em benefício próprio, garantindo a sustentabilidade e a preservação de recursos finitos; Pensar em sistemas – Interconexões e conhecimentos das etapas da cadeia tendem a gerar mais valor para as partes interessadas. Conseqüentemente os resultados positivos poderão ser percebidos por um longo prazo.

Frente a estes princípios que embasam a transição do modelo econômico linear para o circular, é necessário reconhecer as diversas e impreteríveis dificuldades que enfrentarão as

indústrias para que se reorganizem a fim de redefinir seus processos produtivos, desenvolvam estudos sobre novas fontes de matéria-prima e principalmente conheçam a fundo o ciclo de vida dos seus produtos. Todavia, não só as indústrias, mas o consumidor final e os profissionais também deverão ser reeducados, através de abordagens acadêmicas que os preparem e os conscientizem da importância de aderir e manter este ciclo em funcionamento. Assim as políticas públicas deverão prestar suporte para que cada qual tenha condições plenas de exercer a sua contribuição (RIBEIRO e KRUGLIANSKAS, 2016).

Analisando as propostas e dificuldades para a implantação, a EC não deve ser vista só como um modelo econômico preocupado com a preservação do meio ambiente e de seus recursos, mas sim como uma proposta de desenvolvimento econômico que estimula o consumo, a geração de emprego e renda e a cooperação da sociedade como um todo. Isto proporcionará em longo prazo resultados positivos em diferentes aspectos (ABDALLA e SAMPAIO, 2018). Assim também constata Motta (2018) salientando como um dos benefícios da EC a redução da volatilidade dos preços de algumas matérias primas que já apresentam escassez. Este fato para os autores comprova a eficiência da EC uma vez que serão beneficiados fabricantes, consumidores finais e conseqüentemente o ecossistema. Ribeiro e Kruglianskas (2016) corroborando com os autores, listam na imagem abaixo mais alguns destes benefícios:

<p>Benefícios para a economia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reduções de custo com matéria-prima; • Redução de riscos na volatilidade e suprimento de materiais no mercado; • Criação de oportunidades de novos negócios e crescimento nos setores primário, secundário e terciário; • Redução das externalidades; e • Estabelecimento de sistemas econômicos mais resilientes; <p>Benefícios para consumidores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melhoria da qualidade dos produtos; • Redução da obsolescência programada; • Maior possibilidade de escolha; e • Benefícios secundários- por exemplo novas funções dos produtos. 	<p>Benefícios para as empresas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potencial de lucro em novos negócios – Ex: atividades dos ciclos reversos; • Novas formas de relacionamento com clientes; • Oportunidades em novos modelos de negócio – Ex: remanufatura, reforma, etc; • Novas oportunidades de financiamento; • Criação de resiliência e vantagem competitiva; • Redução custos e riscos com matérias-primas; • Ganhos diretos com recuperação/ reciclagem dos materiais que eram descartados; • Redução da complexidade dos produtos e ciclos de vida mais gerenciáveis; e • Estímulo à inovação e ecodesign.
--	--

Figura 2: Benefícios da Economia Circular.
Fonte: Ribeiro e Kruglianskas (2016, pg. 07).

2.3 Consumo consciente: contexto histórico, conceitos e a classificação dos consumidores.

Consumir por real necessidade, por impulso, ou até mesmo pressionado por padrões estabelecidos pela sociedade moderna faz parte do cotidiano do ser humano e assim tem sido desde a Segunda Guerra Mundial em que o consumismo ganhou força descontrolável. Mas as grandes questões em discussão são: O que consumir? Como consumir? Porque consumir? Este raciocínio tem ganhado notável importância diante dos efeitos catastróficos ocasionados pelo consumo inconsequente, desnecessário e impulsivo. A natureza não suporta mais os níveis exacerbados de produção ao ponto de entrar em um colapso que acarretará em consequências econômicas e ambientais desastrosas para as gerações futuras e que já podem ser sentidas pela geração atual (EFING e RESENDE, 2015).

É neste contexto que o tema consumo consciente tem ganhado espaço na sociedade contemporânea, mesmo que as abordagens com relação à crise ambiental ocasionada por esses descontroles já venham sendo trabalhadas desde o final da década de 60 e o início da década de 70. Além disso, Thebaldi e Souza (2017) descrevem sobre a importância do Relatório de *Brundtland*, desenvolvido em 1987 com o intuito de demonstrar a inconsistência existente entre os níveis de produção e a preservação ambiental. Este documento se difere do proposto em Estocolmo em 1972 porque incentiva o desenvolvimento econômico através da produção e consumo desde que estes sejam repensados a fim de estabelecer uma coerência e relação positiva para com o meio ambiente.

No Brasil esta discussão ganhou visibilidade, mesmo que em níveis insuficientes, a partir da publicação da Lei da Política Nacional do Meio Ambiente (Lei 6.938/1981) e só se fortalece a partir de 1988 com a nova Constituição Federal. Desde então o País tem participado de conferências que discutem de forma incisiva as questões ambientais (THEBALDI e SOUZA, 2017). Ainda sobre as ações no âmbito nacional, Efing e Kalil (2016) complementam dando grande importância para a Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei 12.305/2010) em que no seu Art. 7º deixa claro o objetivo da não geração de resíduos sólidos. Este objetivo por sua vez, vai de encontro aos princípios da EC e coloca a Logística Reversa como um dos principais meios facilitadores para o desenvolvimento de uma sociedade sustentável, embasando-se principalmente no fato de que os produtos apresentam um ciclo de vida e é também dever do consumidor final consumi-lo e descartá-lo de forma consciente. Contribuindo para esta lógica o Instituto Akatu (2017, pg.10) diz que:

Consumo consciente não significa deixar de consumir, mas consumir melhor e diferente, sem excessos, para que todos vivam com mais bem-estar hoje e no futuro. Também significa entender que o ato de consumir um produto ou serviço traz consequências positivas e negativas não apenas ao próprio consumidor, mas também ao meio ambiente, à economia e à sociedade, que vão além dos impactos imediatos. Portanto, o consumidor tem um grande poder em suas mãos ao escolher um produto e uma empresa produtora – e pode transformar a sua compra num ato de reconhecimento de boas práticas sustentáveis.

Evidenciado o papel e a importância do consumidor final para o desenvolvimento de uma sociedade sustentável, econômica e ambientalmente equilibrada, autores como Telocken *et al.* (2017) e Scharf *et al.* (2017) advogam que as práticas de consumo consciente são aquelas que ao consumir determinado produto ou serviço analisam-se os impactos advindos de tal ação e se estes são, de fato, mais benéficos ou maléficos para o meio ambiente. Portanto, integram o consumo consciente ações como o incentivo a reciclagem, a eliminação de desperdícios, redução da poluição e também o hábito de consumir produtos ecologicamente corretos. Silva *et al.* (2018), além de reafirmar estes pensamentos, acrescentam que o consumo consciente é uma questão coletiva, onde estão relacionadas as ações de responsabilidade social empregada pelas organizações públicas e privadas e as escolhas que fazem o consumidor final ao analisar o comprometimento destas instituições para com o desenvolvimento sustentável.

Sendo evidente a necessidade de transformação dos hábitos de consumo e principalmente a mudança na cultura do consumidor final, o Instituto Akatu fundado em 2001 tem como objetivo acelerar este processo de transição a fim de incentivar a prática do consumo consciente e viabilizar um estilo de vida sustentável que garanta a qualidade de vida também para as gerações futuras. Desde então pesquisas, conteúdos e campanhas têm sido realizadas e disponibilizadas pelo Instituto Akatu para empresas e população em geral com o intuito de informar e conscientizar (AKATU, 2017).

O Instituto Akatu desenvolveu em 2013 uma ferramenta que avalia o nível de consciência dos consumidores bem como indica caminhos para que aqueles que ainda não são conscientes possam ser. Esta ferramenta chamada de Teste do Consumo Consciente (TCC) avalia 13 tipos de comportamentos da rotina do consumidor final e conforme a pontuação obtida permite classificá-lo de acordo com o seu nível de consciência. As classificações podem ser de: consumidor indiferente (0 à 4 pontos), consumidor iniciante (5 à 7 pontos), consumidor engajado (8 à 10 pontos) ou consciente (11 à 13 pontos). Neste teste, os comportamentos dos consumidores são avaliados sob aspectos como economia, planejamento,

reciclagem e compra sustentável, sendo considerado o consumidor consciente aquele que apresentar pontuações dentro de todas as variáveis analisadas (AKATU, 2018).

Lira (2018) e Silva *et al.* (2018) advogam que movimentos demonstram uma tendência de consumo ecológico, e por isso é fundamental que iniciativas públicas e privadas busquem cada vez mais entender o comportamento ecologicamente correto e quais os fatores que influenciam um consumidor consciente. Esta ação é tão importante porque sob a ótica do comportamento de consumo, pode-se afirmar que existe uma heterogeneidade para com relação ao consumo consciente, onde o que muitas vezes é questão definitiva para alguns consumidores para outros não tem nenhuma representatividade significativa.

Visto que os consumidores se comportam de maneiras diferentes para com o consumo consciente, de acordo com seus princípios, possibilidades ou necessidades, em uma pesquisa realizada no primeiro semestre de 2018, o Instituto Akatu buscou identificar o panorama do consumo consciente no Brasil evidenciando quais são os desafios, as barreiras e as motivações para esta transformação. Para isto, estes fatores foram classificados em 4 categorias: necessidade de esforço (comportamental, financeiro e cognitivo), desconfiança (nas instituições e nos produtos), necessidade de estrutura física (estoque, descarte correto) e privação dos prazeres (prazeres do dia a dia). Os resultados da pesquisa demonstraram que para os brasileiros as barreiras que impedem o efetivo consumo consciente estão relacionadas ao esforço exigido, visto que 60% da população concordam com este fato. Outro aspecto relevante que aparece em segundo lugar elencado com 37% de concordância da população, foi a desconfiança para com relação às empresas, governo e produtos sustentáveis (AKATU, 2018)

Scharf *et al.* (2017) conclui que o consumo consciente é intrínseco à mudança no comportamento do consumidor, pois ele deverá ao mesmo tempo que busca atender as suas necessidades com bens ou serviços, observar voluntariamente uma série de variáveis relacionadas ao desenvolvimento econômico, ambiental e social. A ideia deste autor vai de encontro aos pensamentos de Lira (2018) quando afirma a forte relação existente entre o consumo consciente e as práticas de responsabilidade social adotadas pelas empresas que fornecem estes bens ou serviços. Deste modo, a grande diferença entre o consumismo e o consumo consciente está justamente no fato de consumir buscando atender uma necessidade real utilizando-se de produtos e serviços que gerem mais impactos positivos do que negativos à longo prazo, e não mais consumir simplesmente por uma necessidade de *status* ou classificação social.

3 METODOLOGIA

De maneira geral, adotou-se como estratégia a pesquisa descritiva, pois é a mais propícia para explicar fenômenos ou fatos sem que se alterem as suas características naturais. (BARROS e LEHFELD, 2007). Segundo Cooper e Schindler (2011) os estudos descritivos podem assumir mais de uma forma, como exemplo, aqueles que consistem basicamente em identificar as representações sociais, a identidade e perfil de determinado grupo estabelecendo associações entre as variáveis estudadas.

Dado o objeto deste estudo, baseando-se em outros que antecedem o presente e foram revisados no referencial teórico deste artigo, a abordagem mais indicada para o desenvolvimento desta pesquisa é a quantitativa. Segundo Marconi e Lakatos (2011, pg.287-288) a abordagem quantitativa “fundamenta-se no método hipotético-dedutivo, levando em consideração: o estabelecimento de teorias e levantamento de hipóteses, a comprovação das hipóteses e a aceitação ou refutação das mesmas”. Deste modo, podem-se mensurar de forma estatística os dados obtidos viabilizando uma análise mais precisa dos padrões de comportamento dos consumidores caxienses quanto às práticas do consumo consciente.

3.1 População e amostra

Dada à proporção da população caxiense que segundo o último censo do IBGE realizado em 2010, apresenta 435.564 habitantes, justifica-se estabelecer uma amostra, visto a impossibilidade de alcançar o universo. Tratando-se de um estudo estatístico e que busca representar de maneira geral as características da população, a amostra deste estudo é estratificada baseando-se em critérios como gênero e faixa etária. Realizado o cálculo através da calculadora amostral disponibilizada pelo site do Survey Monkey, considerando 95% de certeza e uma margem de erro de 5%, a população necessária para generalizar os resultados desta pesquisa é de 384 pessoas (BARROS e LEHFELD, 2007; MARCONI e LAKATOS, 2011). Portanto, esta amostra devidamente estratificada, é composta por cidadãos caxienses de faixas etárias, gêneros, e níveis de formação diferentes que foram selecionados aleatoriamente respeitando as proporções do universo. As faixas etárias foram agrupadas por gerações (Z – 15 a 20anos, Y – 21 a 34 anos, X – 35 a 49 anos, *Baby Boomers* – 50 a 64 anos, e silenciosa – acima de 65 anos) buscando facilitar a análise e relação dos dados.

3.2 Procedimentos de coleta de dados

Para a obtenção dos dados primários desta pesquisa replicou-se com algumas adaptações um questionário já validado e empregado pelo instituto Akatu no Teste do Consumo Consciente desenvolvido em 2013. O questionário é uma das ferramentas mais indicadas e utilizadas para o levantamento de dados quantitativos, sendo neste estudo empregado o questionário do tipo *survey* que se caracteriza principalmente por possibilitar a obtenção de dados que forneçam a opinião e características de um ou mais grupos. As questões que o compõe são fechadas, ou seja, claras e objetivas para com o objeto de estudo e as respostas analisadas foram obtidas através de uma escala intervalar do tipo *Likert* em que cada participante pode expressar o seu nível de concordância para com as afirmativas propostas. A escala se dividiu em 5 níveis de medida, sendo o nível 1 para a discordância completa e o nível 5 para a completa concordância com a afirmativa. Apenas uma questão apresentou aos respondentes a possibilidade de marcar mais de uma alternativa dentre as propostas, sendo esta questão relacionada às barreiras enfrentadas pelos consumidores para adotar um estilo de vida que seja sustentável (MALHOTRA, 2012; ROESCH, 2010).

As respostas foram coletadas através de um formulário do Google cujo *link* foi disparado para as redes sociais (Facebook e WhatsApp) aleatoriamente desde o dia 27 de setembro até o dia 31 de outubro deste ano. Cerca de 100 participantes responderam o questionário de forma impressa nos dias 29 e 30 de outubro em uma ação no centro da cidade em que buscou-se atingir a amostra necessária para a representação do universo.

3.3 Procedimentos de análise dos resultados

Após a finalização da etapa da coleta os dados foram tabulados, selecionados e classificados a fim de favorecer a interpretação dos mesmos. Os métodos utilizados para que as análises fossem possíveis foram o cruzamento de dados, o cálculo de percentuais, bem como o cálculo da média ponderada e do desvio padrão das questões. Também foram evidenciadas as modas de cada questão para que em casos de uma alta dispersão nas respostas fosse possível entender qual a posição da maioria diante de determinado aspecto (MALHOTRA, 2012).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para que este estudo pudesse representar estatisticamente a população caxiense, a amostra necessária era de 384 pessoas. Foram alcançados 392 participantes no total, superando o valor mínimo estipulado. Desta forma, pode-se afirmar com 95% de certeza e considerando um erro amostral de 5% que os dados obtidos e os resultados apresentados representam a realidade da população caxiense quanto ao seu comportamento de consumo e a sua consciência ecológica.

4.1 Caracterização da amostra

Tabela 1 - Caracterização da amostra por gênero e faixa etária.

	Gênero			Geração				
	Masc.	Fem.	Outros	Z (15-20)	Y (21-34)	X (35-49)	Baby Boomers (50-64)	Silenciosa (> 65)
Amostra	185	198	9	53	138	110	75	16
% da amostra	47,2%	50,5%	2,3%	13,5%	35,2%	28,1%	19,1%	4,1%
Popul. Caxiense (%)	49%	51%	-	9,9%	34,9%	27,5%	18,8%	8,9%

Fonte: Própria (2018).

Analisando a tabela 1 e as proporcionalidades da estratificação da amostra, verifica-se que tanto por gênero quanto por faixa etária a população caxiense está devidamente representada. Infere-se que com relação às gerações, apenas a geração silenciosa não foi alcançada em sua totalidade, justificando o percentual excedente das demais. Assim também os percentuais do gênero masculino e feminino apresentam um leve distanciamento negativo da estratificação da amostra, visto que o censo de 2010 do IBGE não caracteriza a população em outros gêneros não especificados e nesta pesquisa foi oferecido ao respondente classificar-se de acordo com o que melhor lhe identifica.

A tabela 2 a seguir representa a divisão da amostra de acordo com o nível de escolaridade. Estes dados quando cruzados a outros permitirão fazer o levantamento de hipóteses e a construção de informações complementares observando os objetivos desta pesquisa.

Tabela 2 – Caracterização da amostra por nível de escolaridade.

	Nível de Escolaridade					
	Fundamental	Médio Inc.	Médio	Superior Inc.	Superior	Pós Grad.
Amostra	18	48	77	145	50	54
% da amostra	4,6%	12,2%	19,6%	37,0%	12,8%	13,8%

Fonte: Própria (2018).

4.2 Aspectos econômicos

Para que pudessem ser levantadas informações a respeito do comportamento de consumo dos caxienses com relação aos aspectos econômicos foram analisadas 8 questões do questionário. O Instituto Akatu considera como aspectos econômicos (2018) aqueles relacionados ao dia-a-dia do consumidor, as ações e pensamentos que ele pratica sem que exista uma preocupação direta com os impactos causados por ele, ou seja, estes itens se relacionam com a sua consciência ecológica apenas para com aspectos de sua economia pessoal e com os seus hábitos dentro do lar. As questões que integram este bloco estão listadas na tabela 3 em que também poderão ser observados os valores da moda, média ponderada e desvio padrão de cada uma delas.

Tabela 3 – Questões aspectos econômicos.

Questão	Mo	\bar{X}_p	σ
Q1 - Ter coisas em casa e não usá-las significa um desperdício de recursos da natureza, como a água, energia e matérias-primas usadas na fabricação.	4	3,76	1,06
Q2 - A propaganda deveria ser mais controlada, pois tem o poder de influenciar muito o comportamento de consumo das pessoas.	5	3,91	1,14
Q3 - Apenas as classes mais altas podem escolher produtos e serviços mais sustentáveis.	1	2,29	1,22
Q4 - Somente o Governo tem condições de garantir o equilíbrio da sociedade e direcionar questões como a diminuição da desigualdade e a prevenção do meio ambiente.	2	2,27	1,2
Q5 - Acabo comprando muito mais do que preciso.	4	3,13	1,27
Q6 - Apesar de vivermos todos em um mesmo planeta, é exagero dizer que o que cada um faz afeta a todos.	1	2,64	1,51
Q7 - Prefiro comprar produtos que sejam baratos e fáceis de trocar por novos quando quebram ou ficam ultrapassados, em vez de comprar produtos mais caros, que durem mais e que possam ser atualizados ou consertados.	3	2,75	1,28
Q8 - Prefiro alugar ou pegar emprestadas as coisas que uso com pouca frequência em vez de comprá-las para tê-las em casa.	3 e 4	3,15	1,25

Fonte: Própria (2018).

Analisados os valores do desvio padrão em relação às médias, torna-se evidente que quanto aos aspectos econômicos os caxienses dividem de forma notável as suas opiniões. Confirmamos este fato principalmente quando analisamos questões específicas em que os conceitos de respostas se concentram entre discordo completamente e concordo como é o caso das questões 6 e 7 ou entre discordo e concordo no caso das questões 5 e 8. É necessário, porém, ressaltar que nas questões 1, 2, 3 e 4 apesar de as respostas também apresentarem um distanciamento considerável da média, os conceitos que representam a maior concentração de

resposta são favoráveis e indicativos de um comportamento mais consciente. Desta forma, considerando as respostas das questões de 1 à 4, pode-se inferir que a maior parte dos caxienses possui um nível de consciência que lhes permite perceber o poder que tem em suas mãos para contribuir de alguma forma para a construção de um futuro melhor, mesmo que com pequenas ações.

Pressupondo, como indicam os valores das respostas, que os caxienses entendam que podem consumir produtos e serviços mais sustentáveis independentemente de sua posição social e que também vislumbrem que não é só papel do governo as garantias de igualdade, do equilíbrio social e da preservação do meio ambiente, podemos dizer que estes aspectos já indicam uma transformação positiva no pensamento do consumidor.

Para evidenciar o perfil daqueles que demonstram um comportamento consciente dentro dos aspectos econômicos, foram selecionadas apenas as respostas adequadas para tal classificação. Assim pode-se verificar que 7,9% dos caxienses adotam práticas ou pensam de forma completamente consciente quanto a este aspecto. Ressalta-se que deste percentual 54,84% são mulheres e que 45,16% são homens. O gráfico 1 demonstra esta distribuição também por faixa etária.

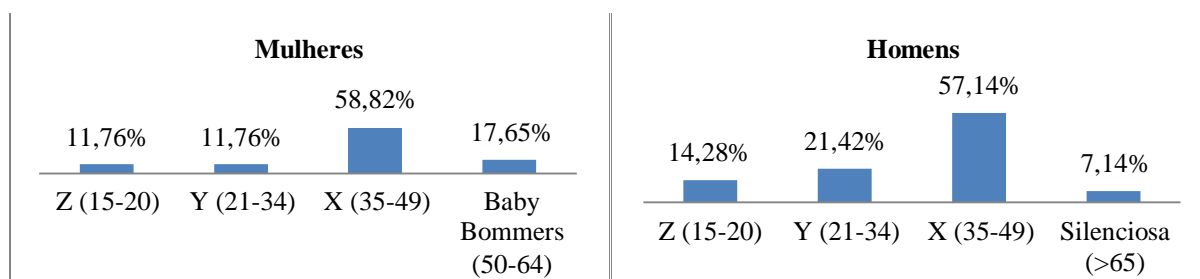


Gráfico 1 – Perfil dos consumidores caxienses conscientes por gênero e gerações: aspectos econômicos.
Fonte: Própria (2018).

Ao analisar as informações do gráfico constata-se que economicamente são mais conscientes os homens e mulheres da geração X. Fora verificado em uma análise paralela que os consumidores com ensino superior concluído ou em andamento representam 70,97% daqueles com mais elevado nível de consciência, enquanto os que cursam ou já cursaram o ensino médio correspondem à 25,81% e os com nível fundamental apenas 3,23%.

Também dentro dos aspectos econômicos, a questão 7, cujos resultados são apresentados no gráfico 2, faz menção à um dos princípios da EC em que o consumidor final está diretamente vinculado: o consumo de produtos que sejam mais duradouros e passíveis de

reparos evitando a geração de resíduos e a extração de recursos naturais para a produção de um novo item.

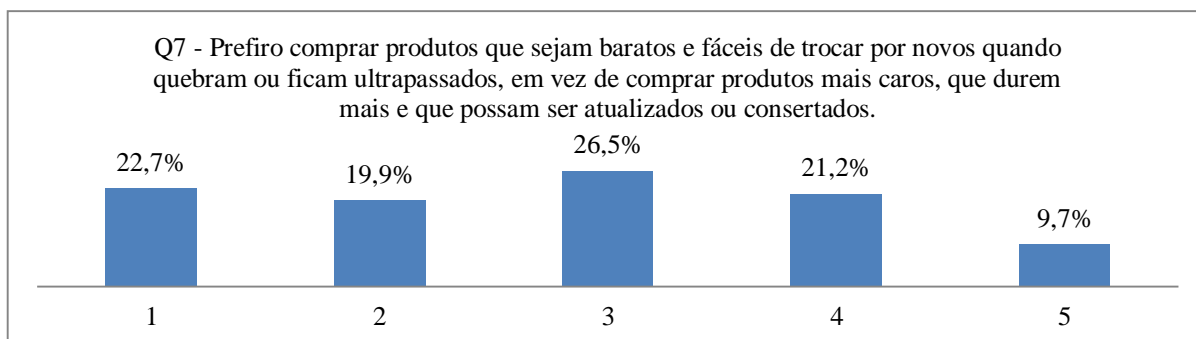


Gráfico 2 – Questão 7: aspectos econômicos.

Fonte: Própria (2018).

Assim como nas demais questões, as respostas são bastante dispersas. Ao verificar os consumidores caxienses que discordam e que discordam completamente da afirmação, percebe-se que 42,60% deles procuram comprar produtos que durem mais e que possam ser consertados. Mesmo que este percentual represente menos da metade da população ele pode ser considerado um bom indicativo visto que a média para esta resposta é de 2,75, o desvio padrão é de 1,28 e aqueles que concordam ou concordam completamente somam um percentual menor do que as respostas que indicam um consumo mais consciente. A tabela 4 apresentada em sequência busca evidenciar o perfil do consumidor que prefere produtos mais duráveis e que possam ser consertados mesmo que estes custem mais caro.

Tabela 4 – Preferência por produtos duráveis e que possam ser consertados *versus* gerações.

Geração	%
Z (15-20)	15,6%
Y (21-34)	37,1%
X (35-49)	29,3%
Baby Boomers (50-64)	14,4%
Silenciosa (> 65)	3,6%

Fonte: Própria (2018).

Ainda sobre a questão 7, é indispensável inferir que são menos conscientes aqueles que têm escolaridade até o ensino médio. Esta população representa 60,33% dos que não praticam este princípio da EC. Logo aparecem os com superior incompleto com 27,27% e os com nível superior e/ou especialização que representam apenas 12,40%.

4.3 Planejamento de Consumo

Acerca dos aspectos de planejamento, que segundo o Instituto Akatu (2018) são aqueles que evidenciam um comportamento consciente do consumidor para além de casa e para com a rede, foram analisadas as 10 questões que integraram o questionário aplicado. A tabela 5 apresenta de maneira geral os resultados obtidos destacando os valores da moda, da média ponderada e do desvio padrão.

Tabela 5 – Questões aspectos de planejamento.

Questão	Mo	\bar{X}_p	σ
Q1 - Para se deslocar pela cidade é melhor usar um veículo próprio do que o transporte público ou compartilhado.	3	3,08	1,3
Q2 - Deixo de comprar um produto novo enquanto o que tenho ainda pode ser utilizado ou consertado.	5	4,03	1,06
Q3 - Costumo ler atentamente os rótulos antes de decidir uma compra.	4	3,28	1,21
Q4 - Em minha casa separo o lixo para reciclagem (ou mesmo não havendo coleta seletiva procuro encaminhar para a reciclagem tudo o que for possível).	5	4,28	1,06
Q5 - Só vale a pena abastecer o carro com álcool em vez de gasolina quando o preço compensa.	3	3,33	1,22
Q6 - Antes de jogar fora um produto que eu não quero mais, seja ele um brinquedo, vestimenta, eletrônico ou qualquer outro, procuro doar ou mesmo trocar com alguém que tenha interesse.	5	4,36	0,83
Q7 - É necessário que os rótulos e embalagens tragam informações mais detalhadas sobre os produtos, como a composição, origem, instruções de como usá-las e jogá-los fora e até características das empresas que fabricam.	5	4,37	0,81
Q8 - Mesmo grandes empresas podem enfrentar problemas, caso não se adaptem rapidamente às mudanças de desejos dos consumidores por produtos e serviços mais sustentáveis que contribuam mais para a sociedade e o meio ambiente.	4	4,03	0,9
Q9 - As empresas devem contribuir para a construção de um mundo mais sustentável, que tenha recursos como alimentos, água, e matérias-primas suficientes para sustentar a vida em todo planeta hoje e no futuro.	5	4,45	0,73
Q10 - A humanidade hoje já usa mais recursos naturais do que o planeta é capaz de oferecer.	5	4,08	1,02

Fonte: Própria (2018).

Ao realizar uma análise superficial, considerando apenas os valores da moda, é possível perceber uma inclinação da população caxiense para hábitos mais sustentáveis, visto que os maiores percentuais de respostas giram entre os conceitos de concordo e concordo completamente. Apenas as questões 1 e 5 que estão relacionadas à utilização do veículo

próprio é que demonstram caráter de dúvida da população a respeito do que é correto e/ou melhor a se fazer, podendo ser interpretada esta resposta como uma necessidade de melhoria na qualidade do transporte público bem como de maiores informações para os cidadãos caxienses. Analisando a média e os desvio padrão destas 2 questões observa-se ainda que não há um consenso dos consumidores quanto as mesmas, pois as respostas concentram-se no conceito de nem concordo nem discordo e distanciam-se para conceitos como discordo completamente e concordo como é o caso da questão 1.

Em contrapartida, quando analisamos a questão 2, percebe-se que os consumidores caxienses na grande maioria assumem um comportamento de consumo mais consciente quando preferem consertar os seus produtos, comprando novos apenas quando isto não for possível. O desvio padrão encontrado permite verificar que o distanciamento se dá em média até o conceito de nem concordo nem discordo que representa um percentual de apenas 11,76% conforme se pode visualizar no gráfico 3.

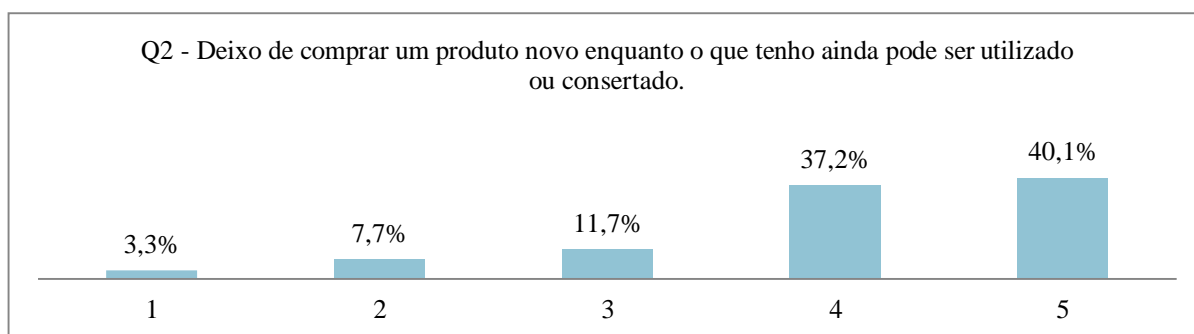


Gráfico 3 – Questão 2: aspectos de planejamento.

Fonte: Própria (2018).

Além da questão 2 analisou-se a questão 6 que também pode ser entendida como um bom sinal para o desenvolvimento da EC. Mais da metade dos caxienses concordam completamente que antes de jogar fora algo não lhe é mais útil, procura doar ou trocar com alguém que utilizaria este produto. Desta maneira, pode-se dizer que o consumidor está incentivando o consumo em cascata deixando de descartar como resíduo algo que ainda pode ser utilizado por alguém. Apenas 12,2% dos caxienses deixam de concordar ou concordar completamente com esta afirmativa, reforçando ser este um bom indicador. Esta situação se assemelha à da questão 4, em que fica evidente a preocupação da população em separar o seu lixo corretamente e destinar para a reciclagem tudo o que for possível.

Fazendo um panorama geral sobre os aspectos de planejamento, é possível inferir que os caxienses apresentam um bom entendimento sobre as necessidades de mudança tanto para com os seus próprios hábitos quanto das empresas de maneira geral. As questões 7, 8, 9 e 10

evidenciam este fato principalmente ao observarmos o desvio padrão das questões que demonstram respostas mais heterogêneas e dentro dos conceitos considerados como bons indicadores para os aspectos analisados. Portanto, pode-se inferir que os caxienses estão mais atentos aos produtos que estão consumindo e evitando consumir aquilo que não julgam necessário.

Buscando entender o perfil daqueles que não demonstram grande preocupação para com as gerações futuras e para a necessidade evidente de mudança nos hábitos de consumo, fez-se alguns cruzamentos paralelos que permitiram verificar que esta fração da população não possui ensino superior, é na maioria do gênero masculino e está compreendida dentro da geração Y. Analisados os percentuais percebe-se que são pouquíssimos os caxienses que se demonstram completamente indiferentes para com os aspectos de planejamento de consumo consciente. Estes resultados podem ser interpretados também fazendo uma menção positiva à contribuição do ensino superior para com o desenvolvimento de uma cultura mais ecológica, visto que esta minoria que não à detém demonstra comportamentos menos conscientes. Por um olhar negativista pode-se também dizer que o ensino básico não está sendo suficiente para construir este tipo de pensamento que contribui para o desenvolvimento da sociedade.

Para complementar este raciocínio em outro cruzamento buscou-se verificar o percentual da população que se demonstrou completamente consciente quanto aos aspectos de planejamento. O resultado encontrado foi de que 2,81% dos caxienses denotam comportamentos totalmente conscientes e que desta parcela da população 72,73% possui contato com o ensino superior. Também verifica-se que é a geração dos *Baby Boomers* que representam um maior percentual deste pequeno grupo.

4.4 Consumo sustentável: consumidores mobilizados

Aqueles que já procuram consumir de maneira ecologicamente correta, bem como compartilham seus conhecimentos e incentivam as pessoas ao seu redor à adotarem estas práticas, são considerados consumidores mobilizados (AKATU, 2018). Ao todo foram analisadas 9 questões (tabela 6) para que se pudesse entender o percentual dos caxienses que se enquadram neste perfil, bem como as suas características.

Tabela 6 – Questões de consumo sustentável e consumidores mobilizados.

Questão	Mo	\bar{X}_p	σ
Q1 - Procuo passar ao maior número possível de pessoas as informações que aprendo	4	3,9	0,9

sobre empresas e produtos.			
Q2 - Participo de ações, movimentos, campanhas ou redes relacionadas a questões do consumo e meio ambiente.	3	2,83	1,27
Q3 - No último ano deixei de comprar produtos ou serviços de uma empresa por saber que ela prejudica seus empregados, a sociedade ou o meio ambiente.	3	3,28	1,28
Q4 - Quando escolho produtos produzidos mais perto de onde estou, colaboro para diminuir a liberação de gases que poluem o meio ambiente.	4	3,62	1,23
Q5 - Ajudo outras pessoas a pensar se elas realmente precisam daquilo que vão comprar ou se é apenas um desejo passageiro.	4	3,6	1,16
Q6 - Saber como foi produzido o que consumimos, como afetou o meio ambiente e a sociedade nos possibilita fazer melhores escolhas de compra.	4	4,06	0,96
Q7 - Incentivo outras pessoas a comprar de empresas que ofereçam produtos e serviços mais sustentáveis, ou seja, aqueles que causam mais impactos positivos do que negativos à sociedade e ao meio ambiente.	4	3,53	1,13
Q8 - Utilizo os selos de certificação (exemplo: PROCEL, FSC, INMETRO, IBD e outros) encontrados em alguns produtos para realizar melhores escolhas de compra.	4	3,59	1,18
Q9 - Escolho comprar produtos (alimentos, roupas, etc.) que são produzidos localmente em vez daqueles que vem de outras regiões ou países.	3	3,36	1,11

Fonte: Própria (2018).

Quando analisadas as respostas indicativas de um comportamento completamente mobilizador, verifica-se que apenas 5,36% dos caxienses podem ser classificados segundo este aspecto. Percebe-se também, através do cruzamento de informações que este público é predominantemente feminino, sendo representado com 76% do total e que estes hábitos são mais comuns para os caxienses entre as gerações Y, X e *Baby Boomers*, visto que somados os percentuais das gerações Z e silenciosa não se obtém nem 15% da população caxiense.

Analisando as respostas obtidas de maneira geral, verifica-se assim como nos tópicos anteriores, que há uma grande divisão de opiniões já que a maioria das respostas se concentra entre os conceitos de discordo e concordo. Por outro lado, é possível notar nos valores da questão 1 que os caxienses tem compartilhado uns com os outros o que tem aprendido sobre as empresas e produtos, e isto poderá estar associado aos valores da questão 6 em que os consumidores também demonstram notável interesse em adquirir mais informações sobre os processos produtivos e os impactos causados pelos produtos que consomem, pois assim poderão consequentemente optar por produtos de maior qualidade e garantir o equilíbrio social e ambiental. Complementando este raciocínio o gráfico 4 apresenta os valores percentuais da questão 3.

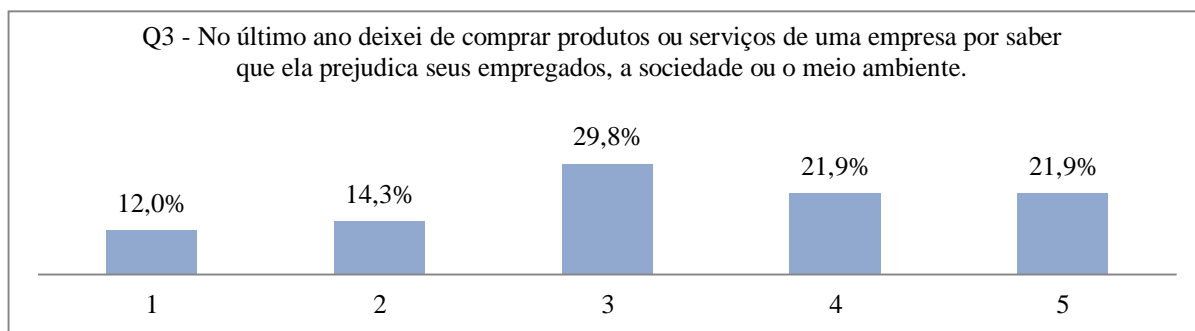


Gráfico 4 - Questão 3: consumidores mobilizados.
Fonte: Própria (2018).

Percebe-se que, apesar da dispersão das respostas, os valores atribuídos aos conceitos de concordo e concordo completamente representam 43,8% da resposta dos caxienses quando somados. Este indicativo pode ser entendido por empresas da iniciativa privada como uma necessidade de transformação e adequação em seus processos, já que os consumidores caxienses demonstram estar mais atentos ao que estão consumindo e as ações que tem tomado os produtores e fabricantes quanto à responsabilidade social. Pode-se então dizer que mesmo de maneira tímida os caxienses estão despertando o interesse pelas causas ambientais e também estão fomentando este pensamento quando passam a considerar estes aspectos na tomada de decisão de compra de um produto ou outro e que este é apenas um dos diversos passos que teremos de percorrer até um sistema econômico circular.

4.5 Panorama geral e barreiras para um consumo consciente

Quando analisamos os aspectos econômicos, de planejamento e de consumidores mobilizados, que tornariam um consumidor de fato consciente percebemos que cerca de 3,32% dos caxienses podem ser considerados conscientes. Este número se assemelha muito a média geral a nível Brasil, que segundo o panorama do Instituto Akatu (2018) é de 4% da população. Com relação ao perfil destes consumidores pode-se dizer que são em geral mais velhos e possuem estabilidade financeira maior, visto que 69,23% desta população possui ensino superior completo ou pós-graduação.

A tabela 7 apresenta em percentuais, aqueles fatores que são considerados pelos consumidores caxienses como barreiras para adotar um estilo de vida mais sustentável e consumir de maneira mais consciente. Os percentuais somados ultrapassam os 100%, pois os participantes puderam optar por mais de uma resposta.

Tabela 7 – Barreiras para um consumo consciente e sustentável segundo consumidores caxienses.

Barreiras para adotar um estilo de vida ecologicamente correto e sustentável	%
1 - As práticas sustentáveis exigem muitas mudanças nos hábitos da minha família.	34,2%
2 - Produtos sustentáveis custam mais caro.	53,8%
3 - Preciso ter mais informações e conhecimento para saber o que é sustentável e o que não é.	43,4%
4 - As Empresas e o Governo não fazem a sua parte.	47,4%
5 - Para adotar práticas sustentáveis tenho que abrir mão dos meus prazeres.	11,0%
6 - Tenho que me deslocar ou gastar muito tempo para descartar corretamente os meus resíduos.	11,7%
7 - Não tenho informações suficientes com relação aos procedimentos necessários e locais corretos para o descarte dos meus resíduos.	25,8%
8 - O visual (design) de produtos sustentáveis não me agrada.	6,9%
9 - Meus vizinhos e conhecidos não praticam hábitos sustentáveis.	25,3%
10 - Não sei o que tem sido feito na minha cidade para promover o desenvolvimento sustentável.	35,9%

Fonte: Própria (2018).

O que se pode verificar é que as principais barreiras estão relacionadas à necessidade de esforço, seja financeiro ou para dispor de maiores conhecimentos sobre o que é correto e o que não é. Outras barreiras apontadas com destaque se relacionam à desconfiança para com as instituições públicas e privadas, já que um percentual significativo dos caxienses diz não saber o que tem sido feito em Caxias do Sul para promover o desenvolvimento sustentável e também acreditam que o Governo e as empresas privadas não tem feito a sua parte. Estas constatações também foram feitas no âmbito nacional através da pesquisa realizada pelo instituto Akatu em 2018.

Os resultados podem indicar a necessidade de quebrar paradigmas como os de que para adotar práticas sustentáveis precisa-se conseqüentemente de mais recursos financeiros. Evidenciam também a carência da população quanto às informações e procedimentos que tem adotado as iniciativas pública e privada rumo ao desenvolvimento sustentável, tornando este fato uma justificativa para não praticarem com maior intensidade hábitos de consumo consciente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste estudo, em primeiro lugar reforça a importância e a necessidade de que sejam abordados com mais frequência e de forma igualitária os temas de desenvolvimento sustentável, consumo consciente, preservação dos recursos naturais, bem como as propostas e benefícios de uma economia circular. Afinal os problemas gerados pelos comportamentos inconseqüentes estão sendo sentidos e tendem a piorar caso não sejam mudados estes maus hábitos.

Percebe-se que os consumidores caxienses estão acompanhando uma onda mundial de comportamentos mais conscientes, conforme sinalizado pelos autores Lira (2018) e Silva (2018) citados no referencial teórico deste artigo. Além desta tendência, também se confirma através da análise deste estudo que quando o tema é consumo consciente as opiniões são bastante heterogêneas, mas que isto não necessariamente indica um descaso da maior parte da população, e sim que, conforme outros autores como Ribeiro e Kruglianskas (2016), há uma evidente necessidade de transformação cultural rumo ao desenvolvimento de uma economia circular que garanta à todos o desenvolvimento de uma sociedade equilibrada, economicamente ativa e ecologicamente correta.

De maneira geral, pode-se concluir que os consumidores caxienses conscientes ainda são poucos, geralmente mais velhos e economicamente estáveis considerando algumas exceções. Porém, a maioria dos consumidores mesmo que não apresente um nível elevado de consciência ecológica, está atenta aos acontecimentos ao seu redor e com uma ciência notável daquilo que é mais correto a se fazer. Outra constatação que deve ser destacada é a relação do ensino superior com o desenvolvimento do consumo consciente, pois percebe-se que há uma larga vantagem para aqueles que o possuem. Neste caso, deve-se não só ressaltar a importância do ensino superior para a sociedade, como também se deve evidenciar a necessidade de que estes temas sejam tratados com mais eficácia para aqueles que não têm ou não tiveram acesso a este nível de ensino, ou seja, torna-se evidente a indispensabilidade de que estes temas sejam trabalhados com qualidade e frequência também no ensino básico, pois só assim será possível iniciar esta transformação tão necessária.

Com relação ao desenvolvimento da EC é incontestável a necessidade de que os consumidores de maneira geral se tornem mais engajados para com esta causa. Mas as pequenas ações que os mesmos vêm tomando já podem ser consideradas como alguns passos rumo a este novo modelo econômico. Separar o lixo corretamente e destina-lo para a reciclagem, deixar de comprar o que não for necessário, preferir produtos duráveis e que possam ser consertados, além de doar, trocar ou reutilizar algo que seria descartado como resíduo são alguns destes comportamentos favoráveis. Em suma a conclusão que se pode ter, baseando-se também nas barreiras apontadas pelos consumidores, é que existe uma motivação rumo ao desenvolvimento da EC, mesmo que muitos desconheçam o seu conceito, e que para isso precisam de evidências e mais informações por parte das iniciativas pública e privada.

Pode-se afirmar que os objetivos deste estudo foram atendidos já que os resultados permitiram compreender o comportamento de consumo e a consciência ecológica dos

consumidores caxienses de acordo com os aspectos propostos, bem como evidenciar quais destes comportamentos favorecem a implantação da EC e ainda identificar quais são as barreiras, também na visão do consumidor final, que impedem a adoção de hábitos e práticas mais sustentáveis e ecológicamente corretos.

A principal limitação deste estudo foi a de atingir a população necessária da geração silenciosa, ou seja, aqueles acima de 65 anos. Este fato pode ser justificado pelo método de coleta utilizado, já que pessoas desta faixa etária apresentam algumas limitações quanto aos recursos online e às tecnologias digitais. Sugere-se como tema para pesquisas futuras analisar as ações que tem tomado as empresas da região para com relação a estas tendências de consumo, bem como o qual é o conhecimento das mesmas sobre os princípios e benefícios da EC.

6 REFERÊNCIAS

ABDALLA, F.A; SAMPAIO, A.C.F. Os Novos Princípios e Conceitos Inovadores da Economia Circular. **Revista Entorno Geográfico**, v. 15, p. 82-102, 2018.

AZEVEDO, J.L. A Economia Circular Aplicada no Brasil: uma análise a partir dos instrumentos legais existentes para a logística reversa. CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO – CNEG, XI, 2015, Rio de Janeiro. **Anais do XI Congresso Nacional de Excelência em Gestão**. Rio de Janeiro, 2015.

BARROS, A.J.S; LEHFELD, N.A.S. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 3ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

COOPER, D.R; SCHINDLER, P.S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 10ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

COSTA. B.S; DIZ, J.B.M; OLIVEIRA, M.L. Cultura de Consumismo e Geração de Resíduos. **Revista Brasileira de Estudos Políticos**, v. 116, p. 159-183, 2018.

EFING, A.C; KALIL, A.P.M.C. Consumo Consciente: o anverso subjacente da política nacional de resíduos sólidos. **Revista Jurídica da Uni7**, v. 13, p. 25-37, 2016.

EFING, A.C; RESENDE, A.C.L. Educação Para o Consumo Consciente: um dever do Estado. **Revista de Direito Administrativo**, v. 269, p. 197-224, 2015.

EMF – ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Economia Circular**. Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/economia-circular-1/conceito>>. Acesso em: 23 out. 2018.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Panorama de Caxias do Sul**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/caxias-do-sul/panorama>>. Acesso em: 11 out. 2018.

INSTITUTO AKATU. **Pesquisa Akatu 2018 - Panorama do Consumo Consciente no Brasil**: desafios, barreiras e motivações. Disponível em: <https://www.akatu.org.br/arquivos/Pesquisa_akatu_apresentacao.pdf>. Acesso em: 15 set. 2018.

INSTITUTO AKATU. **Relatório de Atividades 2017**. Disponível em: <https://www.akatu.org.br/wp-content/uploads/2018/08/Relatorio_Akatu_2017_final-1.pdf>. Acesso em: 15 set. 2018.

LEI Nº 12.305, DE 2 DE AGOSTO DE 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12305.htm>. Acesso em: 03 set. 2018.

LEITÃO, A. Economia Circular: uma nova filosofia de gestão para o séc. XXI. **Portuguese Journal of Finance, Management and Accounting**, v.1, p. 150-171, 2015.

LIRA, F.T. Fatores que Influenciam a Valorização de Produtos Ecológicos por Consumidores Ecologicamente Conscientes. **Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA**, v. 12, p. 00-00, 2018.

MALHOTRA, N.K. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MARCONI, M.A; LAKATOS, E.M. **Metodologia Científica**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MOTTA, A.S.B.T. **Design de Produto na Economia Circular**: aplicação no mobiliário de escritório. Portugal: ESAD, 2018. Dissertação (Mestrado em Design), Núcleo de Especialização em Produto, Escola Superior de Artes e Desing, 2018.

PANTOJA, F.P; PEREIRA, J.A.R. Transferências Voluntárias da União para os Municípios Brasileiros: uma análise da execução dos recursos nas políticas do setor de resíduos sólidos. **Revista Administração Pública e Gestão Social – APGS**, v. 9, p. 111-122, 2018.

PONTES, A.T; ANGELO, A.C.M. Análise da Relação Entre a Economia Circular e a Avaliação do Ciclo de Vida: uma revisão de literatura. IX Fórum Internacional de Resíduos Sólidos, 2018, Porto Alegre. **Anais do IX Fórum Internacional de Resíduos Sólidos**. Porto Alegre, 2018.

RIBEIRO, F.M; KRUGLIANSKAS, I. A Economia Circular no Contexto Europeu: conceito e potenciais de contribuição na modernização das políticas de resíduos sólidos. XVIII Encontro Internacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente, 2016, São Paulo. **Anais do XVIII Encontro Internacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente**. São Paulo, 2016.

ROESCH, S.M.A. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão de curso, dissertações e estudos de caso. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SCHARF, E.R; FERNANDES, J; PERFEITO, J; DAPPER, M.K. Práticas de Consumo Consciente em Campanha Publicitária de Organização Competitiva. **Revista de Gestão Social e Ambiental – RGSA**, v. 11, p. 00-00, 2017.

SILVA, M.B.O; FLAIN, V.S. Capitalismo e Consumismo: os desafios do consumo sustentável na sociedade contemporânea. **Revista da AJURIS**, v. 44, p. 357-378, 2017.

SILVA, R.C.F; SEIBERT, R.M; CALLEGARO, A.R.C; NETO, E.R. A Responsabilidade Social e Sua Influência no Consumo Consciente. **Revista de Administração de Roraima – UFRR**, v.8, p.104-126, 2018.

SURVEY MONKEY. **Calculadora de Tamanho de Amostra**. Disponível em: <<https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>>. Acesso em: 14 set. 2018.

TELOCKEN, S.G; GARLET, V; FAVARIN, R; MADRUGA, L.R; TREVISAN, M. O Consumo Consciente Entre os Alunos de Administração de Uma Universidade Federal Brasileira Sob a Ótica da Educação Para a Sustentabilidade. **Revista Gestão e Desenvolvimento – FEEVALE**, v. 14, p. 100-113, 2017.

THEBALDI, I; SOUZA, A.S.R. Reestruturação Econômica e Sustentabilidade: eco-economia e consumo consciente. **Revista de Estudos Jurídicos UNA**, v.4, p. 33-47, 2017.

VAZ, A.S; COSTA, I; PINHEIRO, L; PINTO, C; LOBO, H; VILAR, F; CARVALHO, A. Liderar a Transição - Plano de Ação Para a Economia Circular: o desafio dos recursos hídricos. **Revista Recursos Hídricos**, v. 38, p. 29-35, 2017.

XAVIER, L.N. Reinterpretação Conceitual do Desenvolvimento Sustentável em Face do Planejamento Urbano e da Economia Circular. **Revista Direito Econômico e Socioambiental**, v.8, p. 233,266, 2017.