

# Brasileiros se preocupam com as mudanças climáticas

Economias emergentes estão mais preocupadas e otimistas em relação à redução das emissões de carbono, segundo pesquisa que mostra como as mudanças climáticas já influenciam o comportamento dos brasileiros.

Os consumidores das economias emergentes estão mais preocupados e dispostos a tomar providências em relação às mudanças climáticas. É o que ficou demonstrado em uma pesquisa recente da Accenture, empresa global de consultoria de gestão, serviços de tecnologia e *outsourcing*.

O levantamento aponta que 93% dos entrevistados das nações em desenvolvimento estão preocupados, ou muito preocupados, com esta questão, enquanto que, nas economias maduras, este índice foi de 83%.

A pesquisa, que consultou 11 mil pessoas de 22 países, comprovou que 100% dos brasileiros estão de alguma forma preocupados

com o problema. Deste total, 56% afirmaram estar extremamente apreensivos com a questão. Outro dado significativo para o país: o Brasil está bem colocado, em terceiro lugar, atrás apenas da Índia e China, entre os países confiantes e otimistas quanto à habilidade de políticos, sociedade e provedores de energia em encontrarem soluções para a questão e realmente tomam ações efetivas neste sentido.

“Os governos da América do Norte e Europa não podem assumir que seus países vão liderar a busca de soluções ou políticas para as mudanças climáticas”, revela o líder da Prática de Consultoria de Estratégia da Accenture na América Latina, Marcelo

Gil de Souza. “Os investimentos na redução da emissão de carbono serão feitos pelos consumidores e economias mais preocupados e ativistas, com a adoção de novas tecnologias e a utilização de políticas inovadoras. Já que as economias emergentes têm se destacado nesse assunto, elas podem sair ganhando, com a atração de novos investimentos.”

Outros resultados do estudo mostram que 96% dos brasileiros acreditam que as mudanças climáticas provável ou certamente terão impacto direto em suas vidas, em comparação com 83% no mundo. Com uma ação para minimizar isso, 97% dos consumidores do país garantem que trocariam de fornecedor de energia para ajudar na redução de emissão de carbono, contra 89% em outros países. Porém, dos brasileiros consultados na pesquisa de 2007, 99% afirmaram que mudariam de fornecedores e apenas 13,4% o fizeram. Mesmo assim, esse número ainda está acima da média global (9%).

“O poder dos consumidores certamente fará as companhias desenvolverem produtos que levem em conta a preocupação com as mudanças climáticas”, disse o líder da área de Recursos para o Brasil da Accenture, Miguel Zweig. “Os provedores de energia devem oferecer pouco a pouco serviços que tenham como

## Ações dos brasileiros

- Para auxiliar na redução de energia, o brasileiro busca: adquirir produtos mais econômicos (89%); desligar aparelhos ao invés de deixá-los em *stand by* (86%); comprar produtos feitos de material reciclado (84%); e usar transporte público (80%). A média global das principais ações nesse sentido é de desligar eletrodomésticos na tomada e usar dispositivos mais econômicos; reduzir o uso de ar-condicionado e aquecedores, além de reciclar o lixo.

- 98% dos brasileiros alegaram que trocariam de fornecedor se um produto fosse certificado, com o objetivo de impactar menos as mudanças climáticas, contra 90% no mundo.
- Dados do Brasil mostram que nos últimos 12 meses os consumidores trocaram de fornecedores (ex. automóveis, vestuário, alimentos, eletroeletrônicos), levando em consideração as mudanças climáticas, com a avaliação das seguintes ações: 48% pelo melhor uso de materiais reciclados, 40% pelo melhor uso de materiais mais amigáveis com o meio ambiente e 39% pelo melhor uso de materiais biodegradáveis.



meta a baixa emissão de carbono. Além disso, os governos devem apoiar essa transformação, com políticas claras e incentivos definidos. As companhias de *utilities* são essenciais nesse pro-

cesso e devem analisar as oportunidades comerciais da entrega desses serviços inovadores”, finaliza Zweig.

A pesquisa “Mudanças climáticas para os consumidores finais”

tem base em questionários *online* respondidos nas línguas nativas por 10.733 consumidores de 22 países, entre setembro e outubro de 2008. Eles foram entrevistados na América do Norte (1.732 entrevistas), Europa Ocidental (4.244), Japão e Austrália (1.100), assim como nas economias emergentes, no Brasil, Rússia, Índia, China, Argentina, Chile e África do Sul (3.657 entrevistas). A mostra foi representativa da população geral nos diferentes países; nos emergentes foi concentrada na população urbana. ■