



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade e Ciências da Informação e Documentação

Departamento de Administração

WALLACE PEREIRA DA SILVA

**A SUBSTITUIÇÃO DE SACOLAS PLÁSTICAS NOS
SUPERMERCADOS E A ATITUDE DO CONSUMIDOR:**

Um estudo de caso na cidade de Taguatinga - DF

Brasília – DF

2011

WALLACE PEREIRA DA SILVA

**A SUBSTITUIÇÃO DE SACOLAS PLÁSTICAS NOS
SUPERMERCADOS E A ATITUDE DO CONSUMIDOR:
Um estudo de caso na cidade de Taguatinga - DF**

Monografia apresentada a Universidade de Brasília (UnB) como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Professora Orientadora: Me. Maria Neuza da Silva Oliveira

Brasília – DF

2011

Silva, Wallace Pereira.

A substituição de sacolas nos supermercados e a atitude do consumidor: Um estudo de caso na cidade de Taguatinga - DF/ Wallace Pereira da Silva. – Brasília, 2011.

51 f.: il.

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília, Departamento de Administração - EaD, 2011.

Orientadora: Prof^a Me. Maria Neuza da Silva Oliveira, Departamento de Administração.

1. Sacolas Plásticas. 2. Atitude Consumidor 3. Sacolas Alternativas. 4- Meio Ambiente. I. Título.

WALLACE PEREIRA DA SILVA

**A SUBSTITUIÇÃO DE SACOLAS PLÁSTICAS NOS
SUPERMERCADOS E A ATITUDE DO CONSUMIDOR:**

Um estudo de caso na cidade de Taguatinga - DF

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão
do Curso de Administração da Universidade de Brasília do aluno

Wallace Pereira da Silva

Matias Pereira e Selma Lucia
Professores supervisores

Maria Neuza da Silva Oliveira
Professora orientadora

Prof. Dr José Matias Pereira,
Professor-Examinador

Brasília, 03 de dezembro de 2011

A minha família, tão essenciais em todas as conquistas e concretizações. Por permanecerem sempre presentes na minha vida, mesmo quando a dificuldade existe.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela vida que me concedeu!

À professora Maria Neuza da Silva Oliveira, tão querida e prestativa, por ser tudo e muito mais do que eu poderia pedir como orientadora. Obrigado por dividir comigo seus conhecimentos acadêmicos, por me fazer buscar sempre o melhor e contribuir para o meu crescimento.

Os supermercados que permitiram a realização da pesquisa, aos aplicadores dos questionários, meus alunos queridos, que concederam minutos preciosos de suas vidas, e principalmente os consumidores que participaram da pesquisa.

Aos colegas que estiveram comigo nestes quase 05 anos de faculdade e dividiram momentos tão especiais que tornaram estes anos maravilhosos. E amigos que de maneira direta ou indireta contribuíram para que eu chegasse até aqui!

À Universidade de Brasília, por investir seus recursos na minha formação.

A todos meu muito obrigado!

Cuidar é um ato de amor

Leonardo Boff

RESUMO

A preservação ambiental é um dos temas mais debatidos atualmente no mundo, dessa forma, o homem busca alternativas para minimizar seus impactos na natureza. Nesse sentido, o uso excessivo do plástico pela sociedade passou a ser questionado em detrimento dos problemas ambientais produzidos pelo seu descarte indiscriminado no meio ambiente, ocasionando danos ambientais, tais como, a contaminação do lençol freático, em decorrência dos metais pesados encontrados na sua composição; além disso, há diversos estudos que apontam a durabilidade do plástico na natureza. O presente trabalho apresenta os resultados de pesquisa quantitativa e qualitativa, que visou conhecer a atitude do consumidor em relação à sacola plástica oferecida aos seus usuários em dois supermercados de Taguatinga no Distrito Federal. Por meio do objetivo geral e específico da pesquisa, buscou-se identificar se existe mudança de postura do consumidor em relação o uso das sacolas plásticas; verificar a atitude dos consumidores para alternativas ambientais ao emprego da sacola plástica; e apontar possíveis soluções para este problema ambiental. O estudo contou com uma amostra acidental (não-probabilística), formada por 50 consumidores de dois supermercados, um utiliza sacola plástica tradicional feita de polietileno, e o outro substituiu as sacolas plásticas por sacolas alternativas. Os dados permitiram concluir que não haveria uma mudança de atitude do consumidor num cenário em curto prazo.

Palavras-chave: 1. Sacolas Plásticas. 2. Atitude do Consumidor. 3. Sacolas Alternativas. 4. Meio Ambiente.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 - Impactos Ambientais.....	21
Figura 02 - Impactos Ambientais	21
Figura 03 - Sopão de Lixo.....	22

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Nível de Escolaridade do Sexo Masculino.....	32
Gráfico 2: Nível de Escolaridade do Sexo Feminino	32
Gráfico 3: Frequência no Supermercado.....	33
Gráfico 4: Não conhecem as causas ambientais.....	35
Gráfico 5: Conhecem as causas ambientais.....	35
Gráfico 6: Sacolas Alternativas	36
Gráfico 7: Usaria outro meio de Transporte.....	37

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

3R - Reduzir, Reutilizar e Reciclar

ABRA- Associação Brasileira de Supermercado

ABRE - Associação Brasileira de Embalagens

ASTM – American Society for Testing and Materials

CNI-SESI – Confederação Nacional da Indústria e Serviço Social

CO₂ – Dióxido de carbono

CONAMA – Conselho Nacional do Meio Ambiente

DP – Degree of Polymerization

Ecobag – Sacolas Ecológicas

HDPE – high density polyethylene

KG – Kilograma

KM²- Quilômetros quadrados

LDPE –low density polyethylene

ONG – Organização Não Governamental

ONU– Organização das Nações Unidas

OPI – Oxo-biodegradable Plastics Institute

PB – Paraíba

PDAD - Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios

PET – Polietileno Tereftalato

PVC – Policloreto de Vinila

SMA – Secretaria do Meio Ambiente

TNT – Trinitrotolueno

TON.– Toneladas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Contextualização	13
1.2	Formulação do problema	13
1.3	Objetivo Geral.....	14
1.4	Objetivos Específicos.....	15
1.5	Justificativa.....	15
2	REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1	Desenvolvimento Sustentável.	16
2.2	O plástico e sua Aplicação.	18
2.3	As Sacolas Plásticas de Polietileno e os Impactos Ambientais.	19
2.4	Atitude do Consumidor	23
2.5	As Sacolas Plásticas e suas Alternativas	25
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA.....	28
3.1	População e amostra ou participantes do estudo	29
3.2	Caracterização dos instrumentos de pesquisa	30
3.3	Procedimentos de coleta e de análise de dados	30
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	31
4.1	Pesquisa Quantitativa - Análise do Questionário	33
4.2	Consumidor que Utiliza o Supermercado	33
4.3	Sacolas Plásticas.....	34
4.4	Atitude do Consumidor	36
4.5	Pesquisa Qualitativa – Análise das Entrevistas	37
5	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	40
	REFERÊNCIAS	43
	APÊNDICE A	46
	APÊNDICE B	48
	APÊNDICE C	49

1 INTRODUÇÃO

Segundo Fabro *et al.* (2007), introduzida nos anos 70, as sacolas plásticas rapidamente se tornaram populares, em especial através da sua distribuição gratuita nos supermercados e lojas. Dessa forma, os consumidores passaram a adquirir as sacolas plásticas, sem custo nenhum, com a finalidade de acondicionar suas compras. Assim, conforme Thihamer (2009), o mundo consome cerca de um milhão de sacos plásticos por minuto, o que faz deste material, o detrito que mais polui as cidades, prejudica a vida animal, entope a drenagem urbana e rios, colaborando para inundações e detenção de mais lixo.

Nessa concepção, ao longo dos anos o ser humano cada vez mais vem se conscientizando sobre a questão da preservação do meio ambiente, doravante discutida em função da apreensão do governo, sociedade e iniciativa privada que se presta a uma nova postura ambiental. Deste modo, a postura do consumidor em relação ao produto consumido, faz despertar o sentimento de exigência deste perante organizações, por se tratar de questão referente ao futuro da sociedade.

As transformações ocorrem a todo tempo e em diferentes segmentos do comércio, quebrando padrões comportamentais, reconcebendo hábitos, restringindo recursos, reaproveitando o obsoleto ou ainda reciclando os objetos e os conceitos. Um exercício já bem debatido é a utilização por parte de alguns supermercados da substituição das sacolas plásticas de polietileno para o empacotamento das compras por sacolas ecologicamente corretas, em face do apelo ambiental, pois as sacolas convencionais são danosas ao meio ambiente.

De acordo com Associação Brasileira de Supermercados (2009) no Brasil, 12 bilhões de sacolas plásticas são distribuídas nos supermercados mensalmente o que dá 66 sacolas por brasileiro ao mês. O não provimento e uma mudança de atitude por parte de alguns supermercados vêm provocando um bom consentimento por parte dos consumidores e daqueles que lutam pela causa ambiental.

Ressalta-se relevância do tema, em decorrência do uso indiscriminado de recursos naturais e a não conscientização do homem, fez com que a atitude humana em relação meio ao ambiente seja o ponto fundamental de toda a discussão. Portanto, o objetivo do estudo é verificar se há mudança ou não, na atitude dos consumidores que frequentam os supermercados de Taguatinga, no que tange a utilização das sacolas plásticas.

A análise do estudo contou com a participação de 50 clientes e de 02 supermercados. Um faz uso de sacolas convencionais, e o outro substituiu as sacolas plásticas por sacolas alternativas como opção para seus usuários.

1.1 Contextualização

No caso específico das sacolas de supermercado, atualmente, é o polietileno a matéria prima empregada para a produção de sacolas plásticas feitas a partir do petróleo, substância não renovável cuja degradação no meio ambiente pode levar séculos. A preocupação com a conscientização dos consumidores sobre a importância da substituição de sacolas plásticas para a preservação da natureza é atual. O presidente da Organização Não Governamental - ONG Fundação Verde (Funverde), Cláudio José Jorge, afirma que essa conscientização cresce entre a população mundial desde 2003/2004. “No Brasil, o movimento está estourando. Tem cidades e mais cidades que estão fazendo leis de proibição de sacolas plásticas de uso único”.

Estados e municípios federativos tem produzido leis cuja matéria visa coibir o uso de sacolas plásticas. Um exemplo é o da Câmara Municipal de João Pessoa/PB, que aprovou a lei que obriga supermercados, mercados de pequeno porte e lojas de departamento à mudança do uso de sacolas plásticas por sacolas de papel ou sacolas plásticas biodegradáveis. Além desse o Estado do Rio de Janeiro ratificou a lei que obriga os estabelecimentos comerciais a substituírem, gradativamente, sacos plásticos por bolsas reutilizáveis. No caso do Distrito Federal em 2008, houve aprovação da lei nº 4.228 pela Câmara Legislativa, no entanto foi vetado pelo governador em exercício do período.

1.2 Formulação do problema

As atitudes de consumo refletem inteiramente nos hábitos das empresas. A mudança de postura por parte do consumidor fez com que as empresas percebessem novos hábitos dos consumidores, com isso, os produtos ofertados passaram atender esse consumidor mais consciente e preocupado com o meio ambiente. Isso fica evidenciado em pesquisa realizada pelo Instituto Akatu, na qual ressalta que:

[...] 33% dos consumidores adotam atitudes conscientes na hora das compras e 37% aceitam pagar mais por materiais não-nocivos ao meio ambiente - sendo que, deste grupo, oito em cada dez entrevistados aceitariam um sobre-preço entre 25% e 35% pela mercadoria com selo ambiental (AKATU, 2006. p. 80).

E ainda, segundo o Instituto Ethos as empresas varejistas estão percebendo essa postura do consumidor, que adverte:

Por estarem próximas dos consumidores e, portanto, com processos e atividades expostos para avaliação, necessitam adaptar e reavaliar sua gestão expressando as mudanças contextuais, sob o risco de serem questionadas, processadas e cobradas por seus atos. Por ser o elo da cadeia de valor onde termina a produção e inicia-se o consumo, os varejistas que expressarem preocupações ambientais e sociais serão percebidos como comprometidos com uma nova sociedade e, talvez, até mais estimados (ETHOS, 2006. p.40).

Neste contexto, para as empresas conquistarem e conservarem uma boa imagem no mercado, não basta somente proporcionar bons produtos ou serviços, devem também apresentar postura ambiental. Entretanto algumas empresas persistem em continuar com velhos hábitos, não atendendo ao consumidor que busca alternativas para melhorar a qualidade de vida da população.

Essa atitude das organizações é uma tendência atual que perpassa alguns segmentos do mercado varejista, sendo um deles, o setor de supermercado que se utiliza de sacolas plásticas para acondicionamento de produtos obtidos pelos consumidores frequentadores de seu estabelecimento comercial. Com isso o uso e descarte das sacolas plásticas de forma indiscriminada pelo consumidor vêm provocando debates em todo o mundo no que tange os prejuízos causados ao meio ambiente.

Através disso, surge então a seguinte problemática da pesquisa: Há mudança na atitude do consumidor de Taguatinga em relação à utilização das sacolas plásticas?

1.3 Objetivo Geral

Verificar a atitude do consumidor em relação ao uso de sacolas plásticas a partir do estudo de caso com usuários de dois supermercados, em Taguatinga, Distrito Federal.

1.4 Objetivos Específicos

- Identificar se existe mudança de postura do consumidor em relação o uso das sacolas plásticas;
- Verificar a atitude dos consumidores para alternativas ambientais ao emprego da sacola plástica;
- Apontar possíveis soluções para este problema ambiental.

1.5 Justificativa

A questão ambiental a cada dia que passa torna-se uma preocupação para sociedade, pois está relacionada à qualidade de vida presente e das futuras gerações. Em função disso as organizações, entidades representativas e governos passam a discutir medidas incisivas para diminuir os impactos ambientais. Tais medidas estão relacionadas diretamente a mudança de atitude e conscientização do homem na tratativa dos resíduos lançados na natureza.

A partir disso, as organizações adotaram medidas que possibilitassem a redução dos impactos ambientais. Um exemplo está sendo a substituição das sacolas plásticas convencionais feitas de polietileno por sacolas ecologicamente corretas, em alguns estabelecimentos. Essa mudança abre discussão na comunidade científica para saber se, de fato, há uma modificação de atitude do homem na sua relação de consumo e sua conscientização dos impactos que causa no meio ambiente.

Dessa forma, essa pesquisa se justifica, pois, seus resultados poderão mostrar como uma pequena parte da população enfrenta a utilização das sacolas plásticas, e também, demonstrar a abrangência da sua disposição para possíveis alternativas a esse costume. Além disso, poderá abrir discussões sobre alternativas para minimizar os impactos ambientais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico, consistirá abordagem as fundamentações teóricas do trabalho realizado. Ela envolve os seguintes estudos, o conceito desenvolvimento sustentável, o plástico e sua

aplicação, as sacolas plásticas de polietileno e os impactos ambientais, atitude do consumidor e as sacolas plásticas e suas alternativas.

2.1 Desenvolvimento Sustentável

Conforme Maia (2007) a questão ambiental no mundo a partir da década de 1970, obteve um forte apelo para discussão devido ao aumento da exposição dos problemas ambientais. Como marco desse período, temos a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, realizada em Estocolmo (Suécia), em 1972. Esse evento serve de panorama essencial para o conceito de desenvolvimento sustentável, sobretudo na pauta internacional como ponto central para argumentação de soluções ambientais (MAIA, 2007).

A ascendência dessa conferência na Assembléia Geral das Nações Unidas proporcionou mais legitimidade que outras anteriores a essa. Reuniu informações ao debate sobre o desenvolvimento sustentável no contexto mais amplo levando a discussão a esfera econômica e política de desenvolvimento internacional, e solidificou a disposição do tema do meio ambiente na agenda política internacional (MAIA, 2007).

Desse evento produziu-se um relatório que segundo Maia (2007) ressalta a importância desse acontecimento como forma de debate póstumo sobre o tema sustentabilidade. “Como principal contribuição desse evento, o Relatório *Brundtland* que passou a ser utilizado como instrumento chave nas discussões posteriores sobre a noção de sustentabilidade” (MAIA, 2007, p.2).

De acordo com estudos realizados pela Confederação Nacional da Indústria e Serviço Social a aceção da origem do termo desenvolvimento sustentável é retirada do relatório *Brundtland* instituído pela comissão de meio ambiente e desenvolvimento, entende-se como “aquele que atende as necessidades do presente, sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades” (CNI-SESI, 2008 p.87).

O conceito desenvolvimento sustentável alude considerações que remetem a importância da preservação ambiental, que são compreendidas como conjunto de fatores interligados:

Em termos gerais, para atender o conceito de sustentabilidade visto nos parágrafos anteriores foram lançadas algumas metas como objetivo prioritário para o desenvolvimento sustentável: a satisfação das necessidades básicas da população: (educação, alimentação, saúde, lazer, etc.); a solidariedade para com as gerações futuras (preservação do meio ambiente para que haja possibilidade de subsistência); envolvimento da população: (conscientização de todos, da necessidade de conservar

o meio ambiente); preservação dos recursos naturais, como água, oxigênio, fontes energéticas, entre outros; equidade social: (emprego, segurança social, respeito cultural); a efetivação dos programas educativos (CARVALHO, *et al*, 2009, p.21).

No Brasil, o ponto de partida para a disseminação desse conceito foi a realização da ECO 92, no Rio de Janeiro, que na ocasião, foi o fórum da conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Esse fórum contou com a participação de 175 países, colaborando muito para concretizar a importância do conceito de desenvolvimento sustentável, e conseqüentemente a promessa para o tratamento do tema como meta de discussões na política mundial, servindo assim, como parâmetro para o mais abrangente acordo entre as Nações, a Agenda 21 (CARVALHO; SILVA 2009).

A Agenda 21 tornou-se referência como documento elaborado em conjunto com países preocupados com a questão ambiental, servindo de base para um plano de ação que implica no exercício da implementação das preposições estabilizadas na conferência. No respectivo documento foi proposto uma série de medidas, entre elas, estão:

A redução da quantidade de energia e de matérias utilizadas na produção de bens e serviços, a disseminação de tecnologia ambiental e a promoção de pesquisas que visem o desenvolvimento de novas fontes de energias e de recursos naturais renováveis, além de propor incorporação dos custos ambientais nas decisões dos produtores e consumidores, repassando para os preços o valor dos recursos utilizados na prevenção à degradação ambiental (CARVALHO; SILVA, 2009 p.116).

Nesta perceptiva, é fundamental, ao mesmo tempo, o ajustamento de alterações no padrão de consumo da sociedade, não simplesmente limitando o consumo, mas assim, apreciando produtos originados em processos que colaboram para o equilíbrio ambiental. O que provoca a escolha de sistemas de produção, que convencionam duas características essenciais para o processo de sustentabilidade – baixo consumo de energia e menor de grau de impacto ambiental (MAIA 2007).

É que se propõe a discutir este trabalho, uma reflexão em termos de mudança de atitude do padrão de consumo do plástico pela sociedade, no que tange o modelo sustentável desse material para desenvolvimento de qualquer região com qualidade de vida pensando nas futuras gerações.

2.2 O plástico e sua Aplicação

A história do acondicionamento de produtos por um material específico, remete os povos da antiguidade, onde os artigos e alimentos eram carregados em forma de objetos circulares como cestos, potes e barris, mais tarde por material leve e fácil de transportar como bolsas e sacolas que denominavam embalagens ou saquinhos (CAVALCANTI; CHAGAS, 2006).

Com o passar do tempo, o comércio se desenvolveu e as pessoas passaram a consumir mais produtos. Segundo Fabro *et al.* (2007), os produtos, incluindo os perecíveis, eram pesados no balcão e vendidos a granel, sendo o comércio, o propulsor do desenvolvimento das embalagens, tanto no Brasil como no resto do mundo. O sistema de compra era muito pobre e as pessoas que iam fazer suas compras nos armazéns, pesavam os produtos e usavam um saquinho para levar o alimento para casa.

O plástico que é o material utilizado nos saquinho foi idealizado pelo inglês Alexander Parkes em 1862. Mano & Mendes *et al.* (1999) afirma que:

Os plásticos possuem unidades químicas ligadas covalentemente, repetidas regularmente ao longo da cadeia, denominadas “meros”. O número de meros da cadeia polimérica é chamado de “*grau de polimerização*”, sendo geralmente simbolizado por “n” ou então por DP, que são as iniciais da expressão em inglês *Degree of Polymerization* (MANO & MENDES, *et al.*, 1999 *apud* VIANA, 2010 ,p.3).

Nos últimos anos, todas as especificações de plástico eram conseguidas a partir do petróleo. Segundo Kundell (2006), em refinarias especializadas purifica-se este material, convertendo-o a etileno, que é polimerizado e solidificado até criar o polietileno (polímero de etileno), sendo então cortados em grãos e utilizados pela indústria de transformação na fabricação de sacolas plásticas, dentre outros produtos. Dois grupos de polietileno que são mais utilizados na fabricação de sacolas plásticas, os de alta e o de baixa densidade (*high density polyethylene* - HDPE e *low density polyethylene* – LDPE respectivamente), assim como o de densidade linear. Apresentam variações que permitem ressaltar aspectos desejados nas sacolas plásticas (maior ou menor brilho, resistência, tato, facilidade de abertura, etc.). As mais importantes fases de transformação da resina de polietileno são três: a extrusão, a impressão e o corte.

Segundo ABC-PACK (2006) o processo termina nessa etapa para alguns produtos transformados. Tal é o caso de material retrátil ou das lâminas (tubo, semitubo ou lâmina) em bobinas sem imprimir. O processo seguinte é a impressão, sendo que, produtos que não

sofrerão impressão passam diretamente ao corte. As bobinas com o material proveniente da extrusão são introduzidas num dos extremos das rotativas flexográficas e se faz passar a película de polietileno por umas roldanas e tinteiros até que cheguem ao outro extremo com a tinta seca. Uma vez que as bobinas impressas ou não impressas chegam ao corte, a primeira providencia que se toma é programar a cortadora com os parâmetros necessários para dar-lhe a forma desejada, seja um saco camisa, o tipo para supermercado ou uma simples prancha. Ajustam-se a largura do produto, sua altura, as medidas do fole (se for o caso), a altura e a largura das mesmas, quando necessário.

Por conseguinte, desde que foi idealizado, o plástico está sendo cada vez mais usado pela sociedade contemporânea, desde meados do século passado, diminuindo custos comerciais e sustentando acometimentos consumistas. Esse crescimento se dá principalmente pelas características dos plásticos. Segundo estudo realizado pelo *Oxo-biodegradable Plastics Institute* - OPI (2005) o plástico é um produto de bastante aceitação por seus usuários, sobretudo pelas suas peculiaridades, como sua eficácia e resistência, solidez, baixo passivo, resistência à maioria dos agentes químicos e primorosa proteção dos produtos (OPI 2005).

No Brasil, o plástico passou a ser utilizado primeiramente nas grandes redes de supermercados a partir do final da década de 1980, em virtude do aumento do custo do papel, e depois outros estabelecimentos comerciais passaram a utilizá-lo, como forma de acondicionamento de produtos. Com isso, o número de aplicações do plástico ascendeu nas últimas décadas, à medida que a ciência determinava o aprimoramento de suas características e propriedade facilitando o seu consumo (VIANA, 2010).

Na próxima seção, será abordado o problema ambiental ocasionado pelo uso das sacolas plásticas.

2.3 As Sacolas Plásticas de Polietileno e os Impactos Ambientais

Para Ferreira (2001), lixo é aquilo que é imprestável, ou seja, que não possui mais serventia. Assim sendo, esta inutilidade faz com que as pessoas dispensem estes objetos sem serventia em algum lugar, e o fazem no meio ambiente, que fica incumbido de decompor este material, levando anos e anos para dar fim a esta missão, o que impacta significativamente o equilíbrio ambiental (FERREIRA, 2001).

De acordo com Silva e Nolêto (2004), mundialmente, o grande volume de lixo produzido diariamente, causa diversos prejuízos ao meio ambiente, o que compromete a qualidade de vida das pessoas, causa desequilíbrios ecológicos, além de colocar em risco a dinâmica natural da terra.

Nessa perspectiva, o educador ambiental Torres define a ocorrência do desequilíbrio ecológico.

Quando algum elemento (animal ou vegetal) de um ecossistema é reduzido em quantidade, adicionado ou subtraído. [...]. [e seu agente] A ação do homem é a principal causa de desequilíbrio ecológico na atualidade. Entre estas ações, podemos citar o desmatamento, a caça e a pesca sem controle e a urbanização em áreas de matas e florestas (TORRES, 2010)¹.

Portanto, a ação do homem vem gerando impactos ambientais irreversíveis na natureza, que de acordo com a Resolução do Conselho Nacional do Meio Ambiente - CONAMA n.º 001/86, art. 1º, o termo impacto ambiental:

É definido como toda alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas que, direta ou indiretamente afetam a saúde, o bem estar da população e a qualidade do meio ambiente.

O plástico é um dos materiais mais descartados na natureza. Por este motivo, nos últimos anos, tem havido uma preocupação sobre os efeitos da má disposição destes materiais no meio ambiente. Mais de 260 espécies são conhecidas por ingerirem ou ficarem emaranhadas em detritos plásticos, sendo que a ingestão de plásticos pode estar amplamente distribuída em certas populações (chegando a 95% dos indivíduos) comprometendo a alimentação e sobrevivência desses animais. Por outro lado, o emaranhamento por detritos plásticos pode causar ferimentos graves e até a morte para diversas espécies (DERRAIK, 2002; GREGORY 2009).

Isso pode se comprovado, sobretudo quando se fala de animais que estão presente no convívio urbano. É freqüente, entre os animais, a ocorrência de ingestão de sacos plásticos ou fragmentos destes (figura 01). A complicação mais comum, nestes casos, é a obstrução do piloro com conseqüente surgimento de timpanismo pelo bloqueio da eructação normal, acumulando assim gás no lúmen do órgão, distendendo-o a grandes proporções (EL-AMROUSI *et.al.*, 1986).

¹ <http://cesaratorres.blogspot.com/2010/06/desequilibrio-ecologico.html>.



Figura 01: impactos ambientais

Em decorrência da ingestão dos sacos plásticos pelos animais, poderá acontecer “a obstrução dos demais orifícios intercompartimentais das câmeras digestivas dos ruminantes com as conseqüentes complicações devidas à interrupção os processos digestivos” (GUIMARÃES; ALBUQUERQUE, 2010, p.6).

Segundo o Programa Ambiental da Organização das Nações Unidas - ONU (2008) os detritos de plástico constituem 90% de todo o lixo flutuante nos oceanos, conforme figura 02. Estima-se ainda que 46 mil peças de plástico provoca anualmente a morte de mais de um milhão de aves e de outros 100 mil mamíferos, da fauna marinha (REVISTA ISTO É, 2008).



Figura 02: Sopão de lixo

As sacolas plásticas, no mar, são vistas com alimentos por milhares de animais como tartarugas, baleias, focas e pássaros, que falecem debelados ao engolir essas embalagens plásticas, sobretudo, as tartarugas marinhas que as confundem com águas vivas, um de seus alimentos. Com a ingestão desse material, elas morrem por obstrução do aparelho digestivo. Além das complicações e dos prejuízos causados a fauna, a utilização das sacolas o reservatório para lixo doméstico é um relevante dano ao meio ambiente, visto que os aterros

sanitários abrigam 80% das sacolas produzidas e distribuídas no Brasil. As imagens abaixo (figura 03) ilustram alguns dos impactos ambientais causados pelo descarte indiscriminado das sacolas plásticas (CARVALHO; SILVA, 2009).



Figura 03: impactos ambientais

Conforme Guimarães e Albuquerque (2010) o saco plástico está presente em aterros sanitários, nas margens de rios, nos quintais de casas e instalações rurais. O descarte desse material é um dos principais culpados pelas enchentes urbanas, devido o entupimento de bueiros dificultando o escoamento da águas pluviais, pela poluição hídrica e causando a impermeabilização do solo de aterros e lixões.

A compactação desse plástico cria camadas impermeáveis formando bolsões de gases, impossibilitando a degradação dos resíduos orgânicos contidos no interior dos sacos. A decomposição restringida dos resíduos orgânicos acaba concentrando metano e gás carbônico, que são liberados quando a sacola é rasgada, assim contribuindo para aumento de gás carbônico na atmosfera, que é um das substâncias causadoras do aquecimento global (GUIMARÃES; ALBUQUERQUE 2010).

Além disso, o gás contido no plástico é normalmente comburente, consiste de uma combinação de metano, dióxido de carbono, monóxido de carbono e um pouco de outros gases, inclusive o insalubre dissulfeto de hidrogênio. Esses gases são frutos de reações químicas microbianas por sofrerem ação de bactérias *saprófitas gram* positivas. Portanto, deve-se ter a acuidade a destinação apropriada desse material visando à precaução de incidentes (GUIMARÃES; ALBUQUERQUE 2010).

No Brasil o plástico é cada vez mais produzido e consumido pela a população, pois de acordo com Novaes (2007):

[...], o consumo anual de plásticos no Brasil situa-se em torno 19 quilos sendo de 100 Kg por habitante nos Estados Unidos e de 70 Kg por habitante na Europa. [...] O País produziu 18 bilhões de sacolas plásticas em 2007, a maioria fabricada com polietileno de baixa densidade, que pode demorar mais de 100 anos para se decompor. Cerca de um bilhão de sacolas plásticas são distribuídas todo mês pelos supermercados e estabelecimentos congêneres, com média de 66 sacolas por pessoa, sendo que quase 80% delas viram sacos de lixo e vão parar nos aterros sanitários e lixões (NOVAES, 2007 *apud*, VIANA, 2010, p.6)

Baseado na citação anterior percebe-se que a população brasileira não tem nenhuma preocupação com o destino das sacolas e descarte desse material. Por isso é dada à importância de se compreender os consumidores e suas atitudes, a seguir será apresentado o estudo sobre essa relação.

2.4 Atitude do Consumidor

Segundo Almeida, *et al.* (2008) a literatura auferida descreve atitude como componente influenciador no hábito do indivíduo ou proveniente dos valores individuais. E mais. Os valores podem ser entendidos como “um elemento de julgamento, enraizado naquilo que as pessoas imaginam ser o certo; eles influenciam a percepção, [...] compreensão das atitudes e da motivação das pessoas” (ALMEIDA, *et al.*, 2008, p.2).

Conforme Schiffman e Kanuk (2000):

Atitude é uma predisposição aprendida pelo indivíduo, formada a partir de suas experiências e informações obtidas, as quais o influenciam a agir favorável ou desfavoravelmente em relação a um determinado “objeto”. Este “objeto” pode ser um produto ou categoria de produtos, marcas, serviços, bens, pessoas, conceitos/ idéias, propaganda, preço, canais de comércio, mídia, entre outros (SCHIFFMAN; KANUK, 2000, p.167).

Segundo Gade (1998), é por meio do convívio e da influência mútua entre os indivíduos inseridos nos distintos papéis disponíveis na sociedade que se desenha uma extensa variedade de concepções de atitudes, as quais, ao serem afrontadas com os traços típicos dos indivíduos formam, por sua vez, suas próprias atitudes, ajustadas com o contentamento de suas precisões.

Quando os indivíduos são indagados sobre o que ponderam ou suas preferências em relação a um elemento, pessoa ou característica, as réplicas impetradas são uma demonstração de sua atitude. Na maioria das vezes os indivíduos definem se gostam ou não de um

componente, pessoa ou atributo sem aventar as causas que as induzem a este anseio, somente objetam que “gostam mais ou menos” daquele produto ou marca do que de outros. (SOOD *et al.*, 2004).

Las Casas (1997) convencionou que os indivíduos tendem a perceber com certa acuidade, produtos prendidos com as suas demandas, “[...] percebendo estímulos que estão mais compatíveis com seus estilos de vida, também podendo mudar sua percepção em relação ao tipo de produto após um maior conhecimento ou familiarização” (LAS CASAS, 1997 p.144).

Para se apreender a formação da atitude do consumidor, é necessário envolver fatores que advêm diretamente do indivíduo enquanto a formação dessas atitudes.

A formação de atitudes é facilitada pela experiência pessoal direta, sendo influenciada pelas ideias e experiências dos amigos e dos membros da família e pela exposição à comunicação de massa. Além disso, a personalidade de um indivíduo provavelmente desempenha um papel importante na formação da atitude (SCHIFFMAN e KANUK, 2000, p. 195).

Fundamentado na referência anterior, um dos elementos na formação da atitude está relacionado à percepção do indivíduo em suas experiências dentro da sociedade que pode ser definido nas palavras de Blackwell *et al.* (2005):

Como processo que o indivíduo seleciona e organiza e com ele interpreta estímulos visando um quadro significativo e coerente do mundo.[...] A percepção de um indivíduo ajuda a influenciar objetivos específicos selecionados. Os produtos que uma pessoa quer possuir são percebidos em sua capacidade de refletir (BLACKWELL *et al.*, 2005, p. 17).

Ainda, a percepção é ressaltada, quando o indivíduo se presta a pagar por um objeto “[...], tende a realizar um mapeamento da percepção, e isso inclui uma avaliação das satisfações ou insatisfações que podem resultar da compra, como a percepção de risco, dos atributos do produto” (COBRA, 1992, p. 220).

Segundo Cobra (1992), o indivíduo sofre uma cadeia de influências, do meio ambiente físico, econômico, político e legais. O que pode estimular as pessoas a consumir ou não produtos ou serviços disponíveis pela sociedade.

Assim sendo, os fatores socioambientais são importantes para a formação da atitude do consumidor. Esses fatores podem ser percebidos em seu comportamento, no que tange a sua relação de consumo, bem como, a sua rotina habitual, que sem perceber, acaba afetando direta ou indiretamente a sociedade e a natureza. Conforme Trigueiro (2010), o Brasil é tido como o paraíso dos sacos plásticos, pois todos os supermercados, farmácias e o comércio varejista embalam em “saquinhos” tudo o que passa pela caixa registradora. E isso já foi

incorporado na rotina do consumidor, como se o destino de cada produto comprado fosse um saco plástico.

O comportamento do consumidor é baseado em um extenso fundamento teórico:

[...] à medida que as pesquisas avançaram começam a aparecer ideias defendendo que o comportamento do consumidor é extremamente complexo para ser entendido em um único modelo, pois são envolvidos vários processos psicológicos (QUEIROGA; GOUVEIA, 2003, p.2).

Neste entendimento os pesquisadores de comportamento dos consumidores analisam as atitudes por meio de indagações ou da preparação de induções de comportamento, por meio de diferentes instrumentos de coleta de dados ou modelos (COBRA 1992). Ainda, Solomon (2005), as atitudes são persistentes visto que tendem a continuar ao longo do tempo, todavia podem sofrer alterações.

2.5 As Sacolas Plásticas e suas Alternativas

Os plásticos são resultados da quebra de resinas (polímeros), ordinariamente sintéticas e provenientes do petróleo, que sobrepujaram o mercado mundial, sobretudo por suas características (resistência, durabilidade, baixo peso, impermeabilidade) e seu custo baixo de produção. Quando rejeitados, o seu tempo de decomposição é superior a cem anos, o que releva uma ameaça a natureza, justificando estudos para diminuição dos seus impactos (VILLELA 2010).

Conforme a Sociedade Americana para Testes e Materiais (ASTM, 1993), ficou definida na norma (6400-04) uma série de particularidades com relação à definição de degradação e biodegradação de plásticos, significados estes adotados neste trabalho:

Plástico biodegradável: um plástico degradável no qual a degradação resulta da ação de microorganismos de ocorrência natural, tais como bactérias, fungos e algas.

Plástico degradável: um plástico projetado para experimentar uma mudança significativa em sua estrutura química sob condições ambientais específicas, resultando em uma perda de algumas propriedades que podem ser medidas por métodos de teste padrão apropriados ao plástico e sua aplicação em período de tempo que determina a sua classificação.

Plástico compostável: um plástico que experimenta degradação por processos biológicos durante a compostagem, produzindo CO₂, água, componentes inorgânicos e biomassa a uma taxa consistente com outros materiais compostáveis conhecidos e que não deixa qualquer material visível, perceptível ou tóxico (VILLELA, 2010, p.71).

Segundo, Lopes (2010) em meio aos plásticos degradáveis, ressalva que o “plástico fotodegradável é um plástico degradável, cuja degradação resulta da ação da luz natural. E o plástico degradável por oxidação é um plástico degradável cuja degradação resulta da oxidação” (LOPES, 2010, p.5).

Compondo o cenário de vicissitudes a substituição das sacolas de polímeros convencionais, tem-se as sacolas de polímeros verdes ou biopolímeros (polietileno linear), que empregam matéria prima 100% renovável, a exemplo o etanol da cana de açúcar converge para sorver o gás carbônico (CO₂) da atmosfera, em face da alteração entre assimilação propiciada pela fotossíntese da cana de açúcar e as emissões suscitadas no processo de produção (7,4 x 4,9 ton. CO₂). Os polímeros verdes não são biodegradáveis, mas totalmente recicláveis por um processo mecânica e eficientes na incineração (VILLELA 2010).

Além disso, o emprego das sacolas plásticas oxibiodegradáveis que incidem no aproveitamento de um aditivo ao plástico convencional (polipropileno, poliestireno ou polietileno), que modifica seu arranjo estrutural por oxidação, precipitando sua degeneração para em média dois anos, na incidência de calor e luz ultravioleta (VILLELA 2010). Que segundo os fabricantes, “este ativo tornaria o material susceptível à ação dos microrganismos, tornando-o também biodegradável” (RESBRASIL, 2010 *apud* LOPES, 2010, p.13).

E as chamadas sacolas retornáveis ou *Ecobag*, que segundo ESMERALDO² (2010, p.1-2):

São aquelas feitas com os diversos tipos de plásticos [O polietileno, o vinil (PVC), a rafia e o náotecido –TNT (polipropileno), e o PET], uma opção que combina leveza, resistência, durabilidade, segurança, praticidade e versatilidade, além de serem econômicas, pois podem ser utilizadas várias vezes. Por essas razões, as grandes redes do varejo já as adotaram, ao mesmo tempo em que racionalizam a distribuição de sacolas plásticas.

As *ecobags* de plástico proporcionam aos consumidores personalização da impressão. Podem copiar logotipos e textos que não rabiscam nem apagam, em prol da salvaguarda do meio ambiente. Assim, tornando-se um acessório elegante e ratificando a ideia de atitude consciente, colaborando com a apreensão ecológica do consumidor (ESMERALDO 2010).

² Presidente da Plastivida Instituto Sócio-Ambiental dos Plásticos, do Conselho Executivo da Associação Brasileira de Embalagens (ABRE).

Assim sendo, em resumo, de todo que foi exposto, é essencial colocar em exercício o princípio dos 3Rs (Reduzir, Reutilizar e Reciclar), que se alvitra no primeiro momento, tentar reduzir o uso deste material por meio do consumo sustentável, em seguida, reutilizar os artigos ou materiais provenientes do plástico e, somente então, partir para o método de reciclagem.

Na próxima seção serão descritas os elementos empregados na realização da pesquisa. Delineando-se o tipo de pesquisa, bem como a definição dos processos de coleta e apreciação de dados. Além disso, a diferenciação do instrumento de pesquisa e a população e amostra.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

A referida pesquisa foi delineada com a finalidade de garantir a participação dos usuários frequentadores dos supermercados selecionados, no intuito averiguar atitude dos consumidores frente o uso das sacolas plásticas. Segundo Vergara (2000) a pesquisa dispõe de duas vertentes, quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins, esta pesquisa é descritiva, pois mostra peculiaridades de um acurado fenômeno, e quanto aos meios, é uma pesquisa de campo e bibliográfica.

Partindo desse entendimento, no começo, este estudo foi pautado, em observações do cenário a ser examinado e em conversas informais; a seguir, prosseguiu-se para as pesquisas bibliográficas. Nesse contexto, a pesquisa bibliográfica, conforme Vergara (2000) pode ser entendido como um estudo que versa sobre um determinado tema em livros, artigos científicos e rede eletrônica para a verificação do embasamento teórica e metodológico do estudo.

Para isso, realizou-se pesquisas descritivas, por meio de aplicação de questionários com elementos de cunho quantitativos e qualitativos, contento questões fechadas e abertas (APÊNDICES “A”, “B”, e “C”). No decorrer da investigação, preferiu-se focar na pesquisa de campo e interpretação das atitudes dos consumidores por meio das entrevistas, partindo da idéia de Bastos e Keller (1992):

A pesquisa de campo visa suprimir dúvidas, ou obter informações e conhecimentos a respeito de problemas para as quais se procura resposta ou a busca de confirmação para hipóteses levantadas e, finalmente, a descoberta de relações entre fenômenos ou os próprios fatos novos e suas respectivas explicações (BASTOS E KELLER, p. 55).

Com base no que foi elucidado anteriormente, esquematizou-se a pesquisa em duas fases: a primeira, de caráter quantitativo, e a segunda de modo qualitativa, ambas com aplicação de questionários (com questões estruturadas e semi-estruturadas). Denzin e Lincoln (1994, apud Material da Disciplina Métodos e Técnicas de Pesquisa em EaD) distinguem a pesquisa qualitativa – “busca respostas para perguntas que destacam o modo como a experiência social é criada e como se atribui significado a essa experiência” - da pesquisa quantitativa – “ênfata a mensuração e a análise de relações causais entre variáveis”.

Portanto, esta pesquisa procurou desenvolver uma metodologia, embasada nessas duas vertentes, buscando identificar e quantificar características valorativas da atitude do consumidor frente à utilização das sacolas plásticas.

Com a pesquisa qualitativa o objetivo era investigar, a opinião do público alvo do estudo, retratando parte da realidade do envolvimento do consumidor na utilização das sacolas plásticas e o quanto o tema do estudo está perceptível na atitude do consumidor. Os resultados não são baseados em dados numéricos, mas em coleta de opiniões e informações dos pesquisados.

Já a pesquisa quantitativa a finalidade era uma análise mais numérica, sendo que amostra não é significativa. Para isso, foram usados instrumentos específicos, capazes de estabelecer relações e causas ao se pesquisar a atitude do consumidor sobre a utilização das sacolas plásticas, dada importância da existência de poucos estudos que buscam demonstrar essa correlação com os impactos ambientais.

3.1 População e amostra ou participantes do estudo

Segundo a Associação Brasileira de Supermercados, os supermercados são importantes comercializadores e distribuidores de alimentos no Distrito Federal, sendo o setor supermercadista responsável por mais de 85% do volume total de vendas de produtos de largo consumo (alimento, higiene e limpeza.).

O estudo foi feito na cidade satélite de Taguatinga Distrito Federal, do total de 34³ supermercados encontrados nessa região, foram selecionados duas redes supermercados o PraVocê e o Walmart , pois, o primeiro utiliza a sacola de polietileno de forma habitual e outro substitui o emprego das sacolas de polietileno por sacolas alternativas como alternativa aos seus clientes em sua rede de lojas.

Localizada a 20,9 km de Brasília, Taguatinga é 3^o região administrativa do Distrito Federal é considerada a capital econômica, com indústria moderna, comércio forte e variado, é a 12^a maior arrecadadora de ICMS dentre todos os municípios brasileiros, tendo área equivalente a 121,34 km². Atualmente, a população de Taguatinga é estimada em 221. 909 habitantes (PDAD, 2011).

Segundo estudo realizado pelo PDAD⁴ (2011), Taguatinga foi fundada em 5 de junho de 1958, em terras que anteriormente pertenciam a fazenda Taguatinga. Inicialmente a

³ Número referente aos supermercados cadastrados na Associação Brasileira de Supermercados - 2011.

⁴ Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios - Taguatinga

cidade se chamava Vila Sarah Kubitschek, depois foi alterado para Santa Cruz de Taguatinga, permanecendo apenas Taguatinga.

Deste modo, o estudo foi planejado com o intuito de verificar a atitude do consumidor desses supermercados frente à prática ambiental adequada no que tange à substituição das sacolas de polietileno por sacolas alternativas e possíveis mudanças de atitudes dos consumidores em relação ao uso das sacolas plásticas.

3.2 Caracterização dos instrumentos de pesquisa

Para uma melhor disposição estrutural do trabalho, considerou-se mais apropriado dividi-lo em: Pesquisa Quantitativa – primeira fase; e, Pesquisa Qualitativa – segunda fase, seguindo os procedimentos descritos abaixo.

Na primeira fase o instrumento de pesquisa empregado no trabalho constitui num questionário estruturado (APÊNDICE: A) com 9 (nove) questões e foi assim distribuído: I- identificação; II- nível de escolaridade; III- consumidor que utiliza o supermercado; IV- sacolas plásticas; e, V- atitude do consumidor, o mesmo conteve questões fechadas, de múltipla escolha.

Já segunda fase utilizou-se do questionário semi-estruturado (APÊNDICE: B e C) com 2 (duas) questões e foi assim estruturado: I-identificação; II- nível de escolaridade; e, III- atitude do consumidor. O questionário foi organizado e diligente na acepção de não deturpar os efeitos da pesquisa e de não induzir o participante a uma réplica tendenciosa.

Junto ao questionário estabeleceu a assimilação do perfil do usuário, promovendo assim a tabulação dos dados e as relações entre os resultados, e em ambos os casos preferiu-se não fazer referência a nomes e identificá-los quando preciso nas menções através de letras (de “A” até “H”).

3.3 Procedimentos de coleta e de análise de dados

A pesquisa ocorreu entre os dias 3 e 7 de outubro do respectivo ano, no período da tarde, das 14:00 às 16:00, em 02 (duas) redes supermercados na cidade de Taguatinga. Os dados foram coletados com prévia anuência dos supermercados, contou com a colaboração de

04 (quatro) alunos do ensino médio da cidade de Taguatinga na aplicação do questionário que se deu *in loco* numa abordagem individual. Houve anotações das respostas pelo aplicador nas replicas dos entrevistados no sentido de aferir o envolvimento do consumidor em pontos correlatos aos objetivos específicos da pesquisa.

Aos participantes foram comunicados sobre o total segredo das informações dadas, sendo esclarecido que dados recolhidos iriam ser apenas aproveitados para conclusão de pesquisa científica. Desse modo, na fase primeira da pesquisa ocorreu a análise de dados motivada nas respostas conseguidas através do questionário estruturado, foi considerado o uso de ferramenta de compilação de resultados em tabelas, visando o melhor aproveitamento dos resultados, e em seguida, transformando-os em gráficos. Portanto, a avaliação descritiva usada para análise dos dados foi a porcentagem das frequências das réplicas obtidas nas indagações.

Já na segunda fase, a técnica escolhida foi a de análise qualitativa, por meio de um questionário semi-estruturado, por ponderá-la mais apropriada para o tipo de pesquisa realizada, buscando examinar atitude do consumidor frente à utilização das sacolas plásticas, promovendo o melhor juízo das respostas e permitindo inferências a partir das informações disponibilizadas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foi seguida uma proposição conservadora no sentido de perpetrar o maior número de perguntas possíveis para correlacionar os dados com os objetivos da pesquisa, definidas na identificação do perfil do consumidor com as características pesquisadas. Com isso, compreendeu-se que peculiaridades como, religiosidade, estado civil e número de filhos e faixa etária não eram expressivas para o estudo em tese, sendo verdadeiramente elucidativos o sexo e a escolaridade.

Do total dos entrevistados, foram 29 mulheres equivalentes a 58% e 21 homens análogos a 42%, sendo a escolaridade na amostra feminina composta de 31,03% com ensino fundamental, 44,83% com ensino médio e 24,14% com ensino superior e na amostra masculina combinada de 42,86% com ensino fundamental, 33,33% com ensino médio, e 23,81% com ensino superior. Conforme, demonstra os gráficos 1 e 2 a seguir.

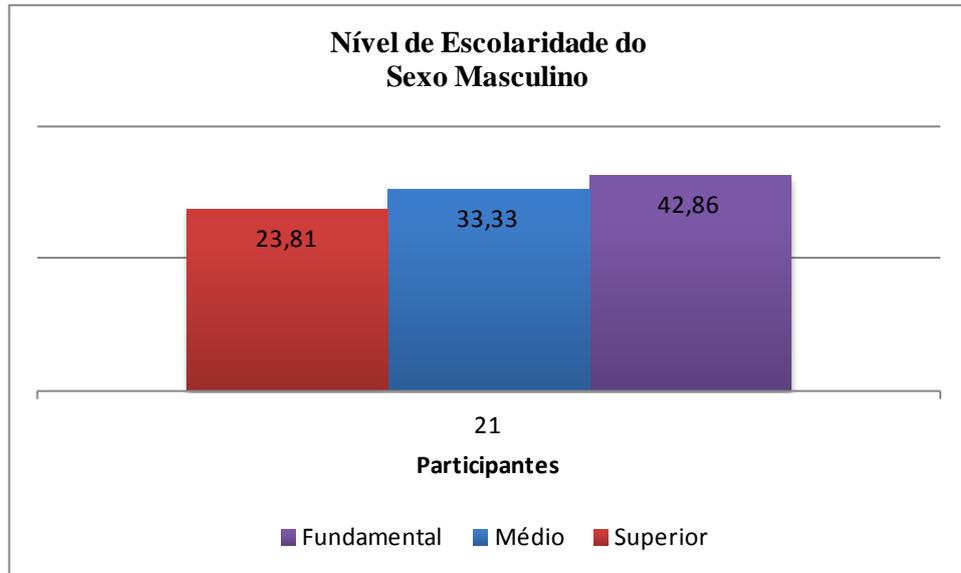


Gráfico 1. Fonte: Elaboração da própria pesquisa, 2011

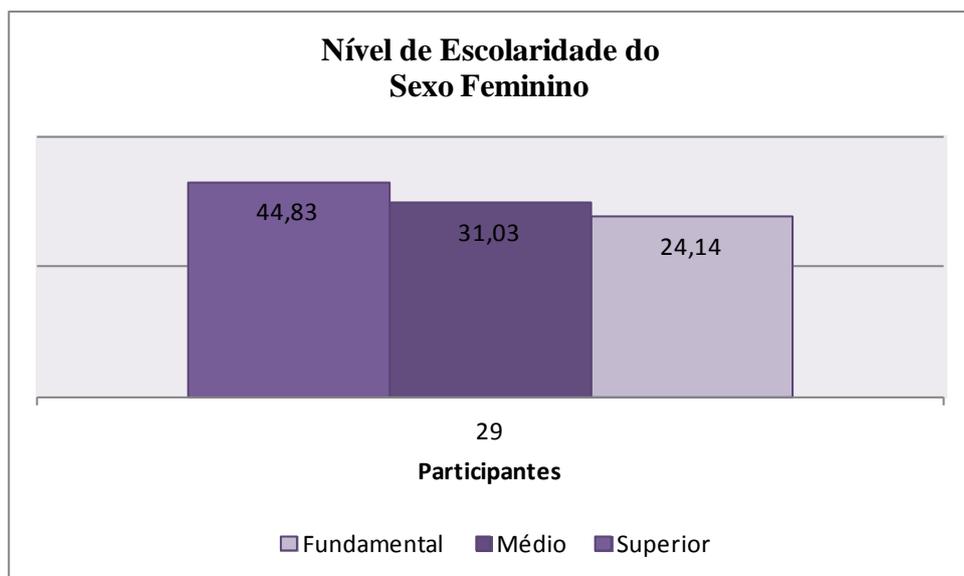


Gráfico 2. Fonte: Elaboração da própria pesquisa, 2011

Para maior entendimento da pesquisa foram feitas dois tipos de análises: inicialmente, a partir dos dados coletados por meio de pesquisa quantitativa, feita com uma amostra de 50 usuários de 02 supermercados de Taguatinga, sendo 25 da rede de supermercado Pravôce que emprega sacolas de polietileno de forma tradicional e os outros 25 do Walmart que substituem as sacolas de polietileno por sacolas alternativas como opção aos seus clientes; e, em seguida, a análise é fundamentada na pesquisa qualitativa com os usuários dos supermercados selecionados.

4.1 Pesquisa Quantitativa - Análise do Questionário

Na primeira fase da pesquisa procurou-se quantificar as respostas por meio de entrevista (APÊNDICE “A”) examinando e buscando a presença ou ausência de fenômeno que motivou os objetivos desse estudo. Para isso as perguntas foram agrupadas nos seguintes aspectos: Consumidor que utiliza o supermercado; Sacolas Plásticas; e Atitude do consumidor.

4.2 Consumidor que Utiliza o Supermercado

Inicialmente a indagação feita ao entrevistado foi: "Com que frequência o Sr.(a) vem ao supermercado?"

Este ponto é relativo à assiduidade dos usuários frequentadores dos supermercados no espaço de um mês. No gráfico 3 são os dados coletados referentes a essa pergunta. Observou-se que nesse intervalo de tempo o número de usuários declarantes que vão aos supermercados mais de duas vezes ao mês foi à maior, isso corresponde a número absoluto de 29 clientes frequentadores desses supermercados no intervalo de 30 dias. Portanto a ocorrência relativa a este número não é uma discrepância, pois há uma rotina das pessoas proverem suas casas de mantimentos mensalmente.

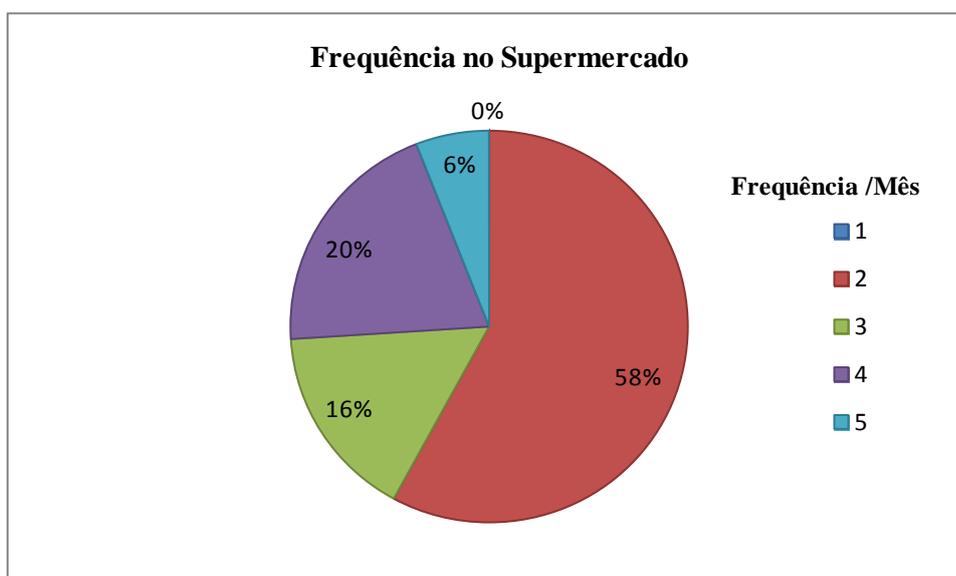


Gráfico 3. Fonte: Elaboração da própria pesquisa, 2011

Na segunda pergunta foi acometida a questão: “Sr(a) estaria disposto (a) a usar outro meio de transportar suas compras?”

Como era de se esperar o resultado percentual alusivo ao número de vezes que foram encontradas a resposta “não”, foi maior que as encontradas com a resposta “sim”, foram considerados ambos os sexos e escolaridade dos clientes que realizam suas compras nos dias indicados, da verificação da pesquisa. Desse modo, foi mesurado para essa pergunta 60% de resposta “Não”, contra 40% de resposta “Sim”, o que releva um número de cliente não dispostos a mudança de atitude num período curto de tempo.

Na terceira inquirição foi abordada a questão: “O Sr.(a) acha importante o supermercado ter preocupação com o meio ambiente?”

Nesse aspecto a informação e o conhecimento sobre problemas ambientais, levaram os usuários de ambos os sexos e escolaridade a responderem de forma categórica o “Sim”, com 90% da totalidade das respostas, versus 10% da resposta “Não”. As porcentagens indicam que os compradores, em sua maioria, não levam outra forma de acondicionamento em suas aquisições, entretanto entendem a importância da preocupação ambiental por parte do supermercado.

4.3 Sacolas Plásticas

Na quarta inquirição foi introduzida a questão: Sr.(a) conhece algum impacto ambiental causado pelas sacolas plásticas?

Em relação essa questão, 56% dos clientes de ambos os sexos não conheciam os problemas ambientais ocasionados pelas sacolas plásticas, o que é equivalente a 28 consumidores, sendo que deste total, 43% tem o ensino fundamental, 36% o ensino médio e 21% nível superior, os dados são referentes ao gráfico 4.

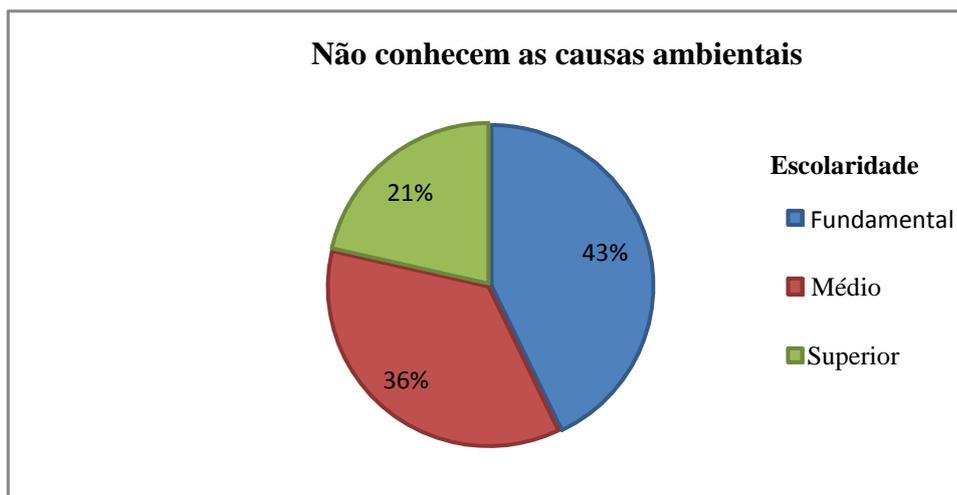


Gráfico 4. Fonte: Elaboração da própria pesquisa, 2011

Quando observado os outros 44% dos clientes, análogos a 22 consumidores, vê-se uma relação direta com o conhecimento do impacto ambiental ao nível de escolaridade, chegando quase 68% dos usuários que se declaram com o nível superior, conforme a gráfico 5.

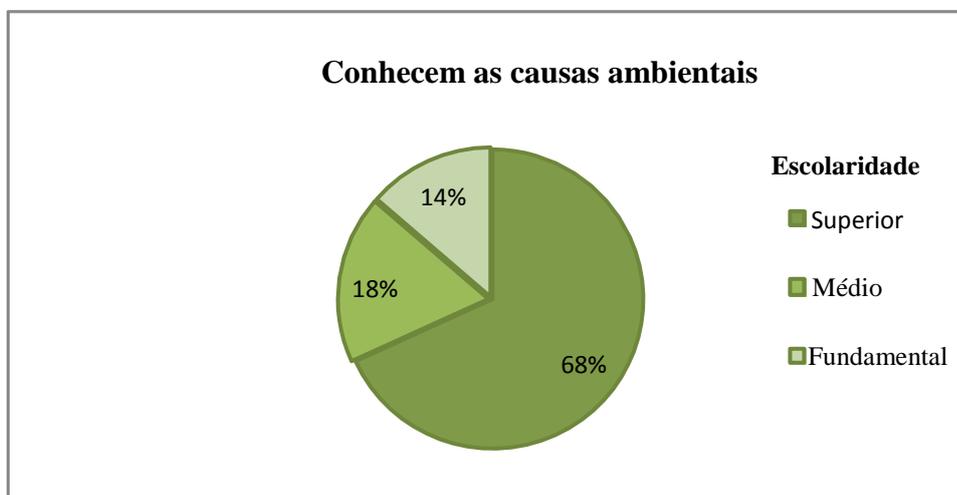


Gráfico 5. Fonte: Elaboração da própria pesquisa, 2011

Na quinta questão: Sr.(a) utilizaria outro tipo de sacola conhecendo o impacto ambiental da sacola plástica na natureza? Em caso afirmativo, qual desses?

() Sacolas Biodegradáveis () Sacolas Oxiodegradáveis () Sacolas Retornáveis

Do total das pessoas entrevistadas de ambas as escolaridades e sexos, 46% optaram pelo “Sim”. Portanto se o supermercado disponibiliza outras opções, como os exemplos

mencionados na indagação, 23 consumidores utilizariam essas formas de embalar seus mantimentos, enquanto os outros 54% correspondente a 27 consumidores fazem questão da sacolinha para acomodar suas mercadorias.

Dos 46% dos entrevistados confrontados com alternativas selecionadas em caso afirmativo, a maioria preferiu as Sacolas Retornáveis em relação às outras, como mostra o gráfico 6. Verificou-se que o material escolhido pelos usuários dos supermercados já é experimentado em relação outros materiais, e possui boa aceitação dos clientes, sendo estes, empregados para outras finalidades.

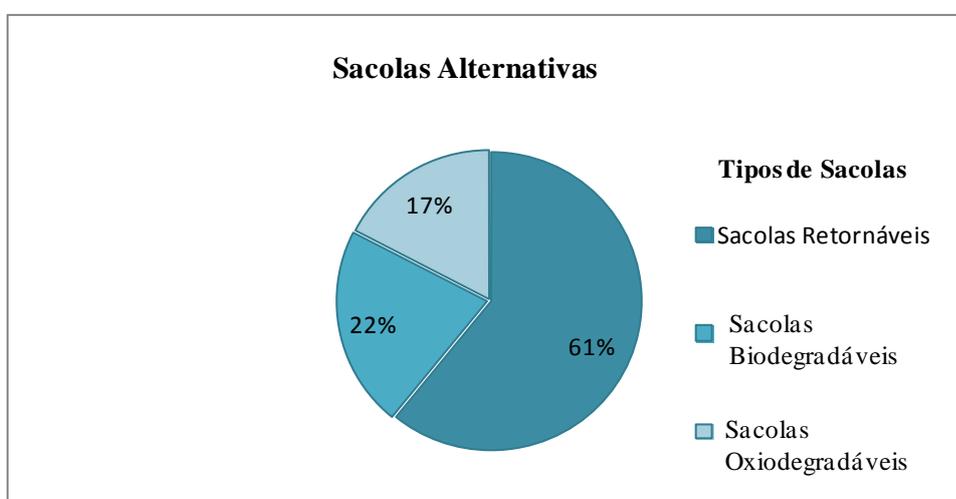


Gráfico 6. Fonte: Elaboração da própria pesquisa, 2011

Na sexta pergunta foi abordado: “Sacolas plásticas são reutilizadas para outros fins em sua casa?”

Constatou-se que 94 % dos indivíduos sujeitos a entrevista de ambos os sexos e escolaridades, escolheram o “Sim” como resposta. Desse modo, verifica-se que os usuários aproveitam as sacolas plásticas auferidas nos supermercados para outras finalidades, por exemplo, em embalar o lixo doméstico, enquanto que somente 6 % não reutilizam as sacolas com outros fins.

4.4 Atitude do Consumidor

Na sétima questão os clientes foram indagados: “Sr.(a) daria preferência á um supermercado que não utilizasse sacolas plásticas por razões ambientais?”

Do total de entrevistados de ambos os sexos e escolaridade, 66,3% não dariam preferência ao supermercado, pelo fato, do mesmo não fornecer a sacola plástica, pois os clientes encaram a mesma como um artigo fundamental em qualquer supermercado, enquanto 33,7% dariam preferência outro supermercado, mesmo sendo fora de sua localidade habitual.

Na oitava pergunta os usuários foram questionados: Se este supermercado cobrasse pelas sacolas você compraria em outro?

No conjunto das repostas a essa indagação houve praticamente unanimidade em relação a sua negativa, com 98% de “Não”, contra 2% de “Sim”, levando consideração tanto o nível de escolaridade e sexo. Constatou-se que o usuário não está disposto a pagar mais para embalar suas compras.

Na última questão abordada o cliente foi perguntado: Caso todos cobrassem, compraria a embalagem fornecida pelo supermercado ou usaria outro transporte?

A posição do entrevistado nessa questão foi de 58% optariam por “outro transporte”, enquanto 42% obteriam a embalagem provida pelo supermercado. Desse total de 58%, a maioria era do sexo feminino com 72,41%, contra 27,59%, com demonstra a gráfico 7. Isso releva uma pré-disposição das mulheres em apoiar a substituição do uso das sacolas plásticas, como forma de minimizar os impactos causados a natureza.

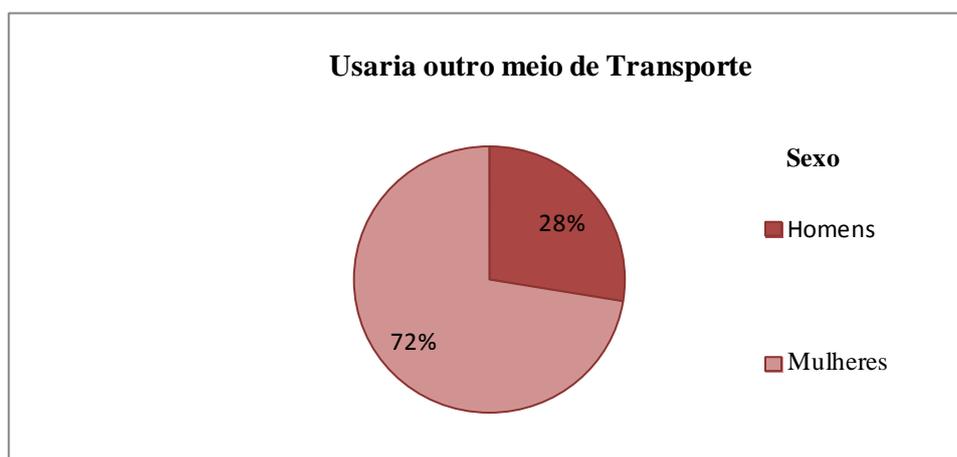


Gráfico 7. Fonte: Elaboração da própria pesquisa, 2011

4.5 Pesquisa Qualitativa – Análise das Entrevistas

Na segunda fase da pesquisa o objetivo foi analisar a atitude do consumidor, para isso, foram realizadas entrevistas com 50 pessoas de diferentes níveis de escolaridades e

ambos os sexos, frequentadores dos supermercados. Dessa amostra, 45% não quiseram responder e 40% não tinha opinião formada sobre o assunto. Deste modo, foram considerado para finalidade da pesquisa 7 respostas dessa amostra.

As questões abordadas nas entrevistas (APÊNDICE “B”) foram em torno de aspecto relacionado à apreciação e às atitudes do consumidor em relação às sacolas plásticas, nos seguintes aspectos: A opinião do consumidor acerca do supermercado não fornecer as sacolas plásticas e a atitude do mesmo caso o Estado proibisse ou taxasse a utilização de sacolas.

Foi verificado que a opinião do consumidor acerca do supermercado não fornecer as sacolas plásticas, obteve uma diversidade de respostas, isto é, as opiniões divergiram. Isso pode ser determinado a partir da fala de uma das entrevistas: *Acredito ser uma atitude válida, temos que preservar o meio ambiente para as gerações futuras (Consumidora “A”)*. Em contrapeso outro cliente do mesmo modo afirmou que a deliberação do supermercado em não fornecer as sacolas plásticas é *Uma atitude que tira a liberdade de livre escolha do cliente, e não é racional (Consumidor “B”)*.

É provável associarmos ao conceito de atitude proposto por Schiffman e Kanunk (2000, p.167) as réplicas dos entrevistados, em que descreve as atitudes com "uma expressão dos sentimentos mais íntimos que refletem se uma pessoa está favorável ou desfavoravelmente inclinada para algum ‘objeto’”. Nesse sentido, quando os indivíduos são argüidos sobre o que pensam ou sentem em relação a um objeto, pessoa ou atributo, as respostas conseguidas são uma expressão de sua atitude.

Assim, o dilema das organizações está em descobrir as reais atitudes do consumidor, e tomar decisões em oferecer o produto cabível dentro das atitudes existentes, ou criando produtos que podem gerar atitudes, necessidades novas (SOOD et al., 2004). Como é constatado na alocação dos entrevistados:

Eles não apresentam outras formas de empacotar nossas compras, por isso uso as sacolas plásticas, único meio para embrulhar as nossas compras (Consumidor “C”).

Se oferecessem outros meios de empacotar as minhas compras, certamente utilizaria para contribuir com a sociedade na preservação da natureza (Consumidor “D”).

Desta forma, já são perceptíveis mudanças de atitude, ainda que sejam pequenas, nos costumes dos consumidores em favor de produtos ambientalmente adequados, como no caso das sacolas retornáveis, mencionadas pelos usuários dos supermercados na pesquisa, referente ao gráfico 6, apesar de serem mais caros que os convencionais, já detêm um mercado cativo e em expansão.

Em relação à atitude do consumidor caso o Estado proibisse ou taxasse a utilização de sacolas, é possível inferimos, - a partir da abordagem de Cobra (1992), o indivíduo recebe do meio ambiente uma série de influências - assim, há influências do meio ambiente físico, o lugar, as pessoas, as coisas, o clima, os costumes do ambiente, influências políticas, o sistema político vigente em um país poderá estimular o consumo de certos produtos e tolher o de outros, e as influências legais, normas, leis e regulamentos do poder executivo, judiciário e legislativo podem inibir ou estimular a compra de determinados bens (COBRA, 1992).

No caso das sacolas plásticas, isso não é diferente, como aborda uma das entrevistadas,

Deixaria de fazer compras com sacolas plásticas, porque não gostaria de pagar mais e acharia uma medida muito importante para que as pessoas se educassem ecologicamente pensando no futuro do planeta, que hoje se encontra muito prejudicado em relação ao meio ambiente (Consumidora "E").

Embora uma parcela aceitável dos indivíduos desconheça os problemas causados pelas sacolas plásticas, os números assinalados pela pesquisa indicaram que os consumidores estão atentos as causas ambientais e cobram certas atitudes das organizações e governos de forma atender as suas reivindicações, como é verificado nas falas das entrevistadas:

Uma bela iniciativa do governo haja vista o tanto de sacolas plástico que encontramos no meio da rua que acabam entupindo bueiros e vielas, alagando as vias públicas, com isso prejudicando locomoção das pessoas (Consumidora "F").

Pagaria mais sim, porque é uma medida que beneficia a todos nosso e é uma forma de alertar e educar a população sobre os impactos ambientais que sacolinhas plásticas podem ocasionar no presente e futuro (Consumidora "G").

Portanto, governos e empresas privadas devem se posicionar em relação aos problemas ambientais e procurar medidas que tornem mínimos os impactos do uso indiscriminado das sacolas plásticas.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Ponderou-se começar as conclusões expondo a relevância da educação e da pesquisa, entendida na visão de Brandão (1988): a educação existe para perpetuar a pesquisa e esta é uma busca, investigação, uma vontade de conhecer as coisas para, se necessário for, modificá-las, pois as pesquisas não são feitas sem nenhum propósito - o/a pesquisador/a deve envolver os sujeitos pesquisados de modo que percebam que, através da pesquisa, os indivíduos conhecem a realidade em que se encontram para avaliarem se esta deve continuar do jeito que está ou pode ser melhorada, transformada.

O estudo não pode ser generalizado, em função da quantidade da amostra e peculiaridades constitutivas do município de Taguatinga. Portanto objetivo geral era verificar a atitude do consumidor em relação ao uso de sacolas plásticas, o que foi alcançado, bem como os objetivos específicos. O público-alvo da pesquisa foram os consumidores de dois supermercados em Taguatinga, Distrito Federal.

De forma específica, procurou-se identificar se existe, neste grupo, mudança de postura em relação o uso das sacolas plásticas; verificar a atitude destes para alternativas ambientais ao emprego da sacola plástica; e, bem como, apontar possíveis soluções para este problema ambiental, provenientes dessa amostra. Nesse decurso, buscou-se descobrir a resposta para a seguinte problematização: Há mudança na atitude do consumidor de Taguatinga em relação à utilização das sacolas plásticas?

O trabalho realizado possui algumas limitações. Em virtude da urgência em realizar a pesquisa o quanto antes, houve dificuldades em se obter a autorização dos supermercados, devido a prazo exíguo para o fechamento de uma das fases do estudo. A falta de colaboração dos consumidores em responder as indagações para análise do trabalho. E locomoção dos agentes aplicadores do questionário, em virtude da greve ocorrida dos rodoviários nos dias que sucederam as entrevistas.

Depois de algumas observações, da construção do referencial teórico e da análise dos dados coletados dos consumidores participantes da pesquisa, frequentadores dos supermercados selecionados, chegou-se à conclusão de que existe uma apreensão do consumidor para que haja uma postura ambiental dos supermercados, em contra partida, dificilmente o consumidor irá mudar a sua atitude em relação o uso e o emprego das sacolas plásticas, em um curto espaço de tempo, haja vista, o número significativo de consumidores que reutilizam as sacolas plásticas para outra finalidade.

Isso fica evidenciado, na sexta questão, onde 94% dos clientes entrevistados o fazem. Portanto há uma disposição dos supermercados na continuação do uso das sacolas de polietileno, amparada na exigência dos consumidores, que utilizam as sacolas para levar as compras e aproveitam para empacotar seus lixos domésticos.

Desta forma, os resultados ratificam esta disposição de embalar lixo em sacolas de polietileno, provenientes das compras acontecidas nos supermercados. Assim, o supermercado que não provê as sacolas plásticas, contribui de forma que as mesmas, não vão parar em aterros sanitários e ocasionar uma série de problemas ambientais.

Os resultados obtidos apontam que uma quantidade presumível de consumidores ainda não conhece os impactos que as sacolas plásticas geram na natureza. Pode se imputar esse fato a pretextos distintos, como falhas no sistema educacional e uma aculturação da consciência ambiental. Revelada pelo número considerável de usuários com o nível de escolaridade baixa, em comparação aos que sabem os problemas ambientais decorrentes das sacolas plásticas verificados com nível superior.

Ainda, analisando os dados obtidos, dificilmente o consumidor irá levar de sua residência uma sacola retornável, apontada na pesquisa pelos usuários como a forma alternativa mais conhecida para acondicionamento de suas compras, sem que haja uma campanha de conscientização e estímulo por parte dos órgãos governamentais ou da iniciativa privada.

No que diz respeito às questões que mediam e apreciavam atitude do consumidor, constatou-se, primeiro que quando cobrado o fornecimento das sacolas plásticas pelos supermercados, as mulheres em comparação as homens estariam mais suscetíveis a mudança de atitude em relação ao uso das sacolas plásticas, como forma de minimizar os impactos causados a natureza, isso está relacionado ao nível de escolaridade encontrado na pesquisa.

Segundo, há uma barreira à substituição do uso da sacola plástica habitual pelos consumidores. Isso fica claro, quando 66,3% dos entrevistados optariam por outro supermercado, caso este não fornecesse a sacola plástica, portanto, o mesmo, tornou-se um artigo atrativo para maioria dos consumidores. Isso revela que não haveria uma mudança de atitude do consumidor no curto prazo.

Terceiro, os entrevistados, de modo geral, apresentaram atitude favorável ao processo de substituição das sacolas plásticas, embora as opiniões divergissem em relação à cobrança da sacola plástica, tanto por parte do supermercado e do Estado.

E por fim, a quarta, quanto a uma eventual taxaço na utiliza o da sacola plástica, percebe-se opinião contrária e favorável ao emprego desse mecanismo. Essa constata o revela a aceita o do cliente a uma possível medida por parte do Estado, como forma de diminuir a utiliza o da sacola plástica pela popula o.

Como contribui o prática deste trabalho   possível apontar solu es educacionais e culturais visando a conscientiza o no longo prazo dos consumidores frequentadores dos supermercados selecionados. Além disso, incentivar o uso das sacolas retornáveis, pelos supermercados, haja vista, o conhecimento e boa aceita o por parte dos consumidores.

Conforme, Almeida *et al.*(2008) no Brasil a preocupa o efetiva com a matéria   muito recente (2007), embora haja o registro da iniciativa pioneira de uma rede de supermercados, em 2005. Desta forma a pesquisa enriquece a produ o de pesquisas na área de gestão ambiental, um nicho que com o passar dos anos vem ganhando força e importância no país.

Portanto, sugere-se uma pesquisa específica voltada para o supermercado no que tange o fato correlato com objeto de estudo. E outra sugestão seria a realiza o de uma pesquisa em grandes centros urbanos a fim que se tenha uma ampla percep o em nível nacional da atitude do consumidor em rela o   substitui o das sacolas plásticas.

REFERÊNCIAS

ABC PACK. **Como se fabrica um saco de plástico.** Disponível em: <<http://www.abcpack.com/br/>>. Acesso em: 15 abril 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADO. **O GLOBO ON LINE**, Rio de Janeiro, 03 de agosto de 2009. Disponível em:<http://oglobo.globo.com/rio/mat/2009/08/03/campanha-saco-um-saco-contr-uso-de-sacolasplasticas-lancada-na-mare-757083877.asp> . Acesso em 30.03.2011

AKATU. **Pesquisa nº 7 – 2006: como e por que os brasileiros praticam o consumo consciente?** São Paulo: Instituto Akatu. p.80, 2007.

ALMEIDA, S. R. et al.. **Meio ambiente e sacolas plásticas: a atitude do cliente do varejo na cidade de São Paulo.** 5ª Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Rio de Janeiro, p.1-4, 2008.

AMERICAN SOCIETY FOR TESTING AND MATERIALS. **ASTM D 6400-04-99: Standard specification for compostable plastics.** In: Annual Book of ASTM Standards, 1993.

BASTOS, Cleverson Leite; KELLER, Vicente. 1992. 3. ed. **Aprendendo a aprender: introdução à metodologia científica.** Petrópolis: Vozes.

BEHRENS, J. H. e SILVA, M. A. A. P.. **Atitude do Consumidor em Relação à Soja e Produtos derivados.** Ciênc. Tecnol. Aliment., Campinas, p.431-439 jul./set., 2004, disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cta/v24n3/21939.pdf>. Acesso em 23 de maio, 2011.

BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P.W.; ENGEL, J. F.. **Comportamento do consumidor.** 9. ed. São Paulo: Thompson, 2005.

BRANDÃO, C.. Pesquisa participante – **pesquisa social e ação educativa: conhecer a realidade para poder transformá-la.** In: BRANDÃO, Carlos Rodrigues (Org.). Editora Brasiliense, São Paulo, 1988 p. 17-33.

CARVALHO, L. R. F. et al..**Demonstração da responsabilidade social: Editor: Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, p. 21, julho., 2009,** disponível: http://www.crcrs.org.br/arquivos/livros/livro_resposocial.pdf. Acesso: 19 de maio de 2011.

CAVALCANTI, P.;CHAGAS, C.. **História da embalagem no Brasil.** São Paulo: Grifos Projetos Históricos e Editoriais, 2006.

CNI-SESI. **Responsabilidade social e cidadania.** Brasília: 2008.

COBRA, M.. **Administração de marketing.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

CONAMA, O CONSELHO NACIONAL DO MEIO AMBIENTE – IBAMA. **Resolução Nº 001 de 23 janeiro de 1986. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, DF, DOU DE 17/02/1986.** Disponível: http://www.ibraop.org.br/site/media/legislacao/ambiental/resolucao_conama_001-86.pdf. Acesso 14 de maio de 2011.

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO RIO GRANDE DO SUL. Porto Alegre, p. 21, 2009.

DERRAIK, J.G.B. **the pollution of the marine environment by plastic debris: a review.** Mar.Pollut. Bull., v.44, P.842-852, 2002.

EL-AMROUSI, S.; G OHAR, H.M.; H AFES, A.M. *Cuerpos extraños no habituales en una vaca.* Not. Med. Vet (Bayer), v.1, p.30-32, 1986.

ESMERALDO, F. A.. **Ecobag sustentável é de plástico.** São Paulo, p.1-2, outubro., 2010, disponível: <http://www.plastivida.com.br/2009/pdfs/artigos/Ecobag-sustentavel-e-de-plastico.pdf>. Acesso em 27 de maio 2011.

ETHOS. **Responsabilidade Social das Empresas: percepção do consumidor brasileiro:** São Paulo, Instituto Ethos, p.40, 2005.

FABRO, A. T. et al.. **Utilização de sacolas plásticas em supermercados.** Revista Ciências do Ambiente On- Line, v. 3, nº 1, p.15-17, 2007.

FERREIRA, A. B. H. O Miniaurélio Século XXI Escolar: **O minidicionário da língua portuguesa.** Português/Português. 5ª ed.rev. Ampliada: Nova Fronteira, 2001.

GADE, C. **Psicologia do consumidor.** São Paulo: EPU, 1998.

GARBI, Luciana. **A sopa de lixo no Pacífico.** REVISTA ISTO É, São Paulo, Ed. 1997, 13 de fevereiro de 2008. Disponível em: http://www.istoe.com.br/reportagens/790_A+SOPA+DE+LIXO+NO+PACIFICO. Acesso em 20.07.2011.

GREGORY, M.R.**Environmental implications of plastic debris in marine settings-entanglement, ingestion, smothering, hangers-on, hitch-hiking and alien invasions.** Philos. Trans. R. Soc.B., v.364, p.2013-2025, 2009.

GUIMARÃES, L. D. D. e ALBUQUERQUE, Elaine C. B. S.. **Embalagens Plásticas Num Contexto Maior.** Seminário Nacional de Educação Profissional e Tecnológico, 2.,s.n.t., 2010. Anais. s.n.t., Currículo, Ciência e Tecnologia, 2010. p.4-6.

JORGE, C. J.. **ONG FUNVERDE luta para substituir sacolas plásticas por materiais menos agressivos.** Rio de Janeiro: Agência Brasil, 21 jun. 2009. Entrevista a Alana Gandra. FUNVERDE - Fundação Verde. Disponível em: <http://funverde.wordpress.com>. Acesso: 31.03.2011.

KUNDELL, F. A. **The polymer primer: A Modular Introduction to Polymer Science,** s.d. Disponível em: <http://jchemed.chem.wisc.edu/JCEBooks/jceSubscribers/jceBookPolymers.pdf> > Acesso em: 08 de maio 2011.

LAS CASAS, A. L.. **Marketing: conceitos, exercícios, casos.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

LOPES, M. S. G.. **Produção de plásticos biodegradáveis utilizando hidrolisado hemicelulósico de bagaço de cana-de-açúcar.** São Paulo, 2010. 5p.,13p. Tese (Pós-Graduação) – Biotecnologia USP- Instituto Butantan-IPT.

MAIA, C. M.. **As Dimensões da Sustentabilidade e a Multifuncionalidade da Agricultura Familiar: Reflexões Sobre a Sustentabilidade**. 2º Seminário sobre Sustentabilidade, 2007. Curitiba: FAE CENTRO UNIVERSITARIO, p.2, 2007.

Material da **Disciplina Métodos e Técnicas de Pesquisa em EaD**, criada por **Fátima Bruno**, do Curso de Pós-Graduação em EaD, ofertado pelo CEAD/UnB no período de 2006-2007.

OLIVEIRA, S. L.. **Tratado de Metodologia Científica**. 4. Reimpressão da 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

Oxo-biodegradable Plastics Institute. Trad. de Michael Jack Ktisti. Campinas, 2005.

PDAD, **PESQUISA DISTRITAL POR AMOSTRA DE DOMÍLIO – TAGUATINGA**. 2011. Disponível: <http://www.codeplan.df.gov.br/sites/200/216/00000600.pdf>. Acesso 06 dezembro de 2011.

QUEIROGA, F; GOUVEIA, V. V.. **A intenção de comportamento socialmente responsável: sua relação com os valores humanos básicos**. Brasília, Universidade de Brasília, 2003.

SCHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. L. **Comportamento do consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SILVA, N. M; NOLÊTO, T. M. S. J. **Reflexões Sobre Lixo, Cidadania e Consciência Ecológica**.

SOLOMON, M. **Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

SOOD, S.; ROTTENSTREICH, Y.; BRENNER, L. *On decisions that lead to decisions: direct and derived evaluations of preference*. Journal of Consumer Research. Jun. 2004, vol. 31, n. 1, p. 17-25.

THIHAMER, M.. **Sacolas plásticas, as vilãs da atualidade**. Mairiporã Sempre Verde – Educação Ambiental e Ecologia., disponível em: http://mairiporasempreverde.blogspot.com/2009_06_01_archive.html. Acesso em 29.03.2011

TORRES, C. A.. **Desequilíbrio Ecológico**, disponível, <http://cesaratorres.blogspot.com/2010/06/desequilibrio-ecologico.html>. Acesso 14 de maio de 2011.

TRIGUEIRO, André. **A farra dos sacos plásticos [online]**. Disponível em: <http://ashera0008.multiply.com/journal/item/14>. Acesso: 15 de maio 2011

VERGARA, S. C.. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

VIANA, M. B.. **Sacolas Plásticas: Aspectos Controversos de Seu Uso e Iniciativas Legislativas**. Brasília, p.3-6, 2010.

VILLELA, J. N.. **Mudança Comportamental do Consumidor a Partir de Sacolas Plásticas: Iniciativa em Prol da Sustentabilidade em Comunidade Cristã**. Niterói, 2010, 71p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Fluminense.

APÊNDICE A



Universidade de Brasília – UnB

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciências da Informação e Documentação

Departamento de Administração

Questionário para Pesquisa Quantitativa

Prezado(a) Sr(a),

Estou finalizando o Curso de Graduação em Administração a Distância e desenvolvendo o elemento curricular Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), averiguando A SUBSTITUIÇÃO DE SACOLAS PLÁSTICAS NOS SUPERMERCADOS E A ATITUDE DO CONSUMIDOR. O objetivo da pesquisa é verificar a atitude do consumidor em relação ao uso de sacolas plásticas.

Uma das fases do estudo consiste na coleta de dados junto aos usuários do supermercado selecionado. Em razão disso, solicito seu precioso auxílio respondendo às questões apresentadas a seguir. Esclareço que Sr(a) não precisa se identificar, a não ser que deseje fazê-lo.

Obrigado,

Wallace Pereira da Silva

I – IDENTIFICAÇÃO

1. Nome (optativo): _____.
2. Sexo: () Feminino () Masculino

II – NÍVEL DE ESCOLARIDADE

- () Fundamental () Médio () Superior

III – CONSUMIDOR QUE UTILIZA O SUPERMERCADO

Com que frequência Sr.(a) vem ao supermercado?

- () Uma () Duas () Três () Quatro () Cinco

Sr(a) estaria disposto (a) a usar outro meio de transportar suas compras?

Sim Não

O Sr.(a) acha importante o supermercado ter preocupação com o meio ambiente?

Sim Não

IV - SACOLAS PLÁSTICAS

Sr.(a) conhece algum impacto ambiental causado pelas sacolas plásticas?

Sim Não

Sr.(a) utilizaria outro tipo de sacola conhecendo o impacto ambiental da sacola plástica na natureza? Em caso afirmativo, qual desses?

Sim Não Sacolas Biodegradáveis Sacolas Oxiodegradáveis Sacolas Retornáveis

Sacolas plásticas são reutilizadas para outros fins em sua casa?

Sim Não

V-ATITUDE DO CONSUMIDOR

Sr.(a) daria preferência á um supermercado que não utilizasse sacolas plásticas por razões ambientais?

Sim Não

Se este supermercado cobrasse pelas sacolas você compraria em outro?

Sim Não

Caso todos cobrassem, compraria a embalagem fornecida pelo supermercado ou usaria outro transporte?

Embalagem Transporte .

APÊNDICE B



Universidade de Brasília – UnB

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciências da Informação e Documentação

Departamento de Administração

Questionário para Pesquisa Qualitativa

Prezado(a) Sr(a),

Estou finalizando o Curso de Graduação em Administração a Distância e desenvolvendo o elemento curricular Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), averiguando A SUBSTITUIÇÃO DE SACOLAS PLÁSTICAS NOS SUPERMERCADOS E A ATITUDE DO CONSUMIDOR. O objetivo da pesquisa é verificar a atitude do consumidor em relação ao uso de sacolas plásticas.

Uma das fases do estudo consiste na coleta de dados junto aos usuários do supermercado selecionado. Em razão disso, solicito seu precioso auxílio respondendo às questões apresentadas a seguir. Esclareço que Sr(a) não precisa se identificar, a não ser que deseje fazê-lo.

Obrigado,

Wallace Pereira da Silva

I – IDENTIFICAÇÃO

1. Nome (optativo): _____.

2. Sexo: () Feminino () Masculino

II – NÍVEL DE ESCOLARIDADE

() Fundamental () Médio () Superior

III - ATITUDE DO CONSUMIDOR

Qual a opinião do Sr.(a) com relação ao não fornecimento de sacolas plásticas?

Dados os impactos ambientais, qual seria a atitude do Sr(a) caso o Estado proibisse ou taxasse a utilização de sacolas?

APÊNDICE C



Universidade de Brasília – UnB

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciências da Informação e Documentação

Departamento de Administração

Transcrição da Pesquisa Qualitativa

ENTREVISTA COM SETE CONSUMIDORES DOS SUPERMERCADOS ENVOLVIDOS

Questão 1: Qual a opinião do Sr.(a) com relação ao não fornecimento de sacolas plásticas?

Consumidora “A”: *Acredito ser uma atitude válida, temos que preservar o meio ambiente para as gerações futuras.*

Consumidor “B”: *Uma atitude que tira a liberdade de livre escolha do cliente, e não é racional.*

Consumidor “C”: *Eles não apresentam outras formas de empacotar nossas compras, por isso uso as sacolas plásticas, único meio para embrulhar as nossas compras.*

Consumidora “D”: *Se oferecessem outros meios de empacotar as minhas compras, certamente utilizaria para contribuir com a sociedade na preservação da natureza.*

Questão 2: Dados os impactos ambientais, qual seria a atitude do Sr(a) caso o Estado proibisse ou taxasse a utilização de sacolas?

Consumidor “E”: *Deixaria de fazer compras com sacolas plásticas, porque não gostaria de pagar mais e acharia uma medida muito importante para que as pessoas se educassem ecologicamente pensando no futuro do planeta, que hoje se encontra muito prejudicado em relação ao meio ambiente.*

Consumidora “F”: *Uma bela iniciativa do governo haja vista o tanto de sacolas plástico que encontramos no meio da rua que acabam entupindo bueiros e vielas, alagando as vias públicas, com isso prejudicando locomoção das pessoas.*

Consumidora “G”: *Pagaria mais sim, porque é uma medida que beneficia a todos nosso e é uma forma de alertar e educar a população sobre os impactos ambientais que as sacolinhas plásticas podem ocasionar no presente e futuro.*