

# SUSTENTABILIDADE AQUÍ Y AHORA

Brasileños de 11 capitales hablan sobre medio ambiente,  
hábitos de consumo y reciclaje



Apoio



Realização



Ministério do  
Meio Ambiente



# Sumario

## 1. Introducción

Presentación - Izabella Mónica Vieira Teixeira, Ministra de Medio Ambiente

Lo que el brasileño piensa del medio ambiente - Samyra Brollo de Serpa Crespo, secretaria de Articulación Institucional y Ciudadanía Ambiental y Christianne Urioste Canavero, directora de Sustentabilidad Walmart Brasil

Conocer para movilizar - Marcos Samaha, CEO y presidente de Walmart Brasil

El camino desde el Recuerdo hasta el Comportamiento - Eduardo Sincovsky, vicepresidente de Synovate Brasil

## 2. Resumen y metodología

Resumen ejecutivo

Metodología y muestra

Perfil de los entrevistados

## 3. Principales destaques

La cuestión de la felicidad

Información sobre medio ambiente

Salud y violencia son prioridades

Limpieza pública

Soluciones para los problemas ambientales

Quién trabaja por el medio ambiente

Pensamientos con relación al medio ambiente - 1

Pensamientos con relación al medio ambiente - 2

El papel de las escuelas - la nueva generación

Actitudes del día a día

Hábitos con relación al medio ambiente

Consumo y desecho responsable

Separación de residuos

Recolección selectiva - la importancia de los recicladores

Supermercados - reciclaje y eliminación de bolsas plásticas

El mundo sin bolsas plásticas

Prohibición de las bolsas plásticas Comportamiento durante las compras

Residuo electrónico

Portada: Banco de imágenes Shutterstock

# Presentación

**Isabella Mónica Teixeira**  
**Ministra de Medio Ambiente**



Enormes desafíos se presentan para nuestro país, especialmente para el área de saneamiento ambiental con la creación de un marco reglamentario nacional para la gestión de residuos sólidos, después de entrar en vigor la Ley 12.305 de 2010. Hablo particularmente de la gestión de aquello que llamamos “residuo” en los centros urbanos. Hoy, más del 75% de la población brasileña vive en las ciudades, buena parte se concentra en las llamadas áreas metropolitanas, configurando las ciudades sin límites (endless cities), con territorios enormes y gran diversidad social y cultural, pero con una característica común: son, cada vez más, verdaderas usinas de consumo de energía, bienes, servicios ambientales y materias primas.

El IBGE afirma en una encuesta de 2008 con informe publicado en 2010, que solamente el 17% de los municipios brasileños, la mayoría en el sudeste - un poco más de 900 municipios - tiene recolección selectiva; un poco más del 40% posee relleno sanitario y, para completar, solamente el 11% de los hogares brasileños acostumbra a separar los residuos domésticos.

Para añadir apenas una pincelada a este cuadro preocupante, cerca de 12 mil millones de bolsas plásticas son tiradas anualmente, sin un manejo adecuado, causando visibles estragos en el ambiente urbano y en la naturaleza, lo que llevó al Ministerio de Medio Ambiente a realizar la campaña “Saco é um saco” (“La bolsa es un inconveniente”) que se encuentra en curso hace poco más de un año.

Por ello, tomar la iniciativa de realizar una encuesta en las 11 principales capitales brasileñas sobre hábitos de consumo, desecho, reciclaje, ciudades escogidas justamente por presentar tendencias crecientes en el consumo per cápita, nos parece oportuno y útil.

Para alcanzar metas ambiciosas, como la erradicación de los basureros y el mejor aprovechamiento de los materiales que hoy se tiran, configurando una verdadera economía del desperdicio, es necesario conocer los hábitos de consumo, de desecho y sobre todo la disposición de la población para adherir a políticas públicas que necesariamente resultarán de la reglamentación de la Ley Nacional de Residuos Sólidos.

La Política Nacional de Residuos Sólidos trae y aplicará el concepto de responsabilidad compartida, donde la sociedad tiene responsabilidades definidas y deberá hacer su parte. Ella también ilumina e inspira actividades de educación ambiental y de compromiso de los consumidores que están previstos en el Plan Nacional de Producción y Consumo Sustentables (PPCS) que será lanzado aún este año. El Plan estuvo dos meses en consulta

**“Para combatir la economía del desperdicio, es necesario conocer los hábitos de consumo y de desecho de la población”**

pública y prevé una serie de acciones que promoverán, como una de las principales prioridades, el aumento del reciclaje en Brasil.

El Ministerio viene realizando cada cuatro años, desde 1992, una encuesta nacional que acompaña la evolución de la conciencia ambiental en el País. Los datos de la encuesta “Lo que los Brasileños piensan del Medio Ambiente y del Desarrollo Sustentable (MMA-ISER, 1992, 1997, 2002, 2006) revelan que la conciencia crece en todas las clases sociales y regiones brasileñas, pero que todavía existe un abismo entre la preocupación y el comportamiento efectivo. Más que eso, persiste la tendencia por parte de los brasileños a considerar como “medio ambiente” apenas la flora y la fauna, dejando afuera el ambiente humano por excelencia que son las ciudades.

Nuestro desafío, por lo tanto, con la presentación de los datos de esta encuesta, realizada por la SAIC - Secretaría de Articulación Institucional del MMA, juntamente con el Instituto Synovate y el área de sustentabilidad de WALMART Brasil, nuestros aliados estratégicos, es identificar por un lado, el potencial de adhesión de la población a comportamientos ambientalmente responsables, y por el otro, las contradicciones, mitos y errores de información, que llevan a miles de ciudadanos a actuar de un modo aún pre-dador y poco comprometido.

La encuesta trae datos interesantes y animadores sobre la disposición de la población para abandonar el uso excesivo de bolsas plásticas; muestra nuestro acierto en realizar la exitosa campaña con el apoyo de las principales redes de supermercados, y nos invita a una reflexión seria sobre cómo aprovechar el potencial de disposición de la población para participar en campañas para separar residuos, eliminar el desperdicio de agua y de energía: áreas sensibles para la gestión pública, temas cruciales para nuestra sociedad.

# Una lectura optimista de los datos

Por Samyra Crespo, Secretaria de Articulación Institucional y Ciudadanía Ambientalista y Christianne Urioste Canavero, Directora de Sustentabilidad de Walmart Brasil

La motivación para realizar la encuesta, cuyos principales resultados damos a conocer por medio de esta publicación, nació del deseo conjunto de Walmart Brasil y del Ministerio de Medio Ambiente, de verificar si la campaña de reducción de bolsas plásticas había llegado a la punta, al conjunto mayor de consumidores. Al final, es el consumidor - ciudadano común - quien define el cambio de un hábito si no existe ninguna legislación estableciendo una obligatoriedad o prohibición.

Durante casi un año y medio de esfuerzos para mantener la campaña con la llama encendida, recibimos muchas informaciones sobre la adhesión de consumidores y de otras redes minoristas; también tomamos conocimiento de las controversias generadas en varios estados y municipios. Fue gratificante tener noticias de excelentes resultados obtenidos en municipios pequeños que consiguieron hacer acuerdos con la población y con las redes de supermercados locales, disminuyendo significativamente el uso de la bolsa plástica convencional, sin ninguna ley que lo prohibiera. Muchas ecobags, las bolsas retornables, fueron vendidas por todo Brasil. Bueno para los negocios, bueno para los ciudadanos, bueno para el medio ambiente.

Pero no sabíamos, entre las varias tomas de posición existentes a favor de la reducción, del cobro de las bolsitas, de la prohibición, cuál era realmente el nivel de adhesión a la idea de que las bolsas plásticas utilizadas para colocar las compras causan problemas graves a la biodiversidad y a la calidad de vida de las personas, y que es razonable imaginar un mundo sin ellas. Y fue exactamente ese el escenario que le propusimos a los ciudadanos de 11 capitales brasileñas: ¿Qué haría usted si mañana se despertara y no existieran más las bolsas plásticas?

Aprovechamos la oferta de la asociación de Synovate, instituto especializado, y nos dispusimos, en una verdadera creación colectiva, a armar el escopo de la encuesta. Con los equipos de Walmart Brasil, de la Secretaría de Articulación Institucional y Ciudadanía Ambiental del MMA, y del instituto, buscamos construir tres bloques de cuestiones que nos pareció que ayudarían en la comprensión de una serie de cuestiones relacionadas a los hábitos de consumo y desecho y reciclaje de los brasileños.

Muchas de las cuestiones que aplicamos fueron traídas de la encuesta "Lo que los Brasileños piensan del Medio Ambiente y de la Sustentabilidad" (MMA--ISER), en el deseo de contribuir con la serie histórica que viene siendo construida desde 1991. Otras fueron especialmente diseñadas para destacar cuestiones actuales de una agenda bastante "caliente", expuesta a toda la sociedad en los días actuales con la Ley Nacional de Residuos Sólidos recientemente sancionada, y el Plan Nacional de Producción y Consumo Sustentables. Tanto la Ley como el Plan postulan la responsabilidad compartida entre el gobierno, el sector productivo y la sociedad, en la administración y en la destinación correcta de aquello que hoy llamamos de residuo, pero que engloba una serie de materiales que pueden - si fueran debidamente reciclados - retornar a la cadena productiva de otros bienes.

Realizado el campo y conocidos los primeros resultados, ya que una apreciación más completa llevará tiempo y procedimientos más complejos de análisis, verificamos con satisfacción que la sociedad brasileña se muestra bastante simpática ante la idea de excluir las bolsas plásticas de su vida y del medio ambiente. Nada más y nada menos que el 60% está a favor de que se prohíba la utilización de bolsas plásticas. En un lenguaje menos formal, podemos decir que la campaña "pegó" y que la sociedad está madura para realizar este importante debate:

¿Vale más el "confort" aparente y la practicidad, o nuestro conocimiento sobre el impacto negativo de cierto tipo de consumo?

También obtuvimos una serie de insumos sobre el comportamiento de los brasileños, habitantes de las capitales encuestadas, que pueden ayudar bastante en la formulación de políticas públicas y privadas, así como orientar programas educacionales diversos en lo que se refiere al desecho adecuado de los productos "pos consumo". Es el caso claro de materiales como pilas, pinturas, solventes y remedios vencidos. Uno de los datos más interesantes es la afirmación del 17% de la población encuestada de que almacena residuo electrónico en casa.

Otra información a ser considerada, pero solo aparentemente animadora, es el hecho de que la mayoría indique la escuela como el lugar privilegiado para las acciones que promueven actitudes más afines al medio ambiente. La vieja y clásica idea de que la "educación ambiental" se hace en la escuela. En otras palabras, se le atribuye a los niños y a la escuela la responsabilidad de ser el lugar donde la nueva sociedad será forjada. Nuestra hipótesis, sin desmerecer el papel de la escuela, es que esta visión esconde una posible omisión, el hecho de que en verdad no nos consideramos capaces de realizar (o no queremos) los cambios necesarios. Pero el título de la publicación es bien claro: queremos hablar de sustentabilidad aquí, ahora, hoy.

También les solicitamos a los ciudadanos que opinasen sobre la forma que les parecía más adecuada para que los supermercados, lugares donde hoy se compra prácticamente todo, contribuyan con el consumo responsable. Las respuestas son inspiradoras y de cierta forma corresponden a lo que redes como Walmart ya hacen hoy: ofrecer información sobre los productos, facilitando el proceso de elección, colocando puestos de recolección voluntarios de materiales descartables en las tiendas, y participando en las campañas de reducción de bolsas plásticas.

Otros resultados también nos animan y ofrecen un buen material para la reflexión: es el caso, por ejemplo, del dato sobre "lo que le trae más felicidad" a la población. Divididos en cuatro grupos por el patrón de respuestas, tuvimos la grata sorpresa de ver que el grupo de los más materialistas, los que relacionan su expectativa de felicidad con "tener más dinero", no es mucho mayor al de aquellos que todavía privilegian la auto realización en la profesión o que les gustaría tener más tiempo para el ocio y la familia. Cada grupo, representando cerca de 1/4 de los entrevistados, muestra que casi la mitad de la población de los mayores centros urbanos del país ve en los bienes "intangibles" su mayor fuente de bienestar.

Esta verificación nos permite sin duda afirmar que hay un campo fértil para la adopción del consumo responsable y también para el consumo afectivo, aquel que nos conecta solidariamente con el medio ambiente o con los demás seres humanos. Basta ver el potencial enorme de aquellos que se declaran dispuestos a participar en grupos de voluntarios para resolver o ayudar en la solución de algún problema ambiental.

Pues bien: estos y otros datos que los lectores podrán verificar en esta publicación, e íntegramente en la encuesta que en breve estará disponible en los sitios de Walmart Brasil y del MMA muestran, claramente, que la población brasileña es cada vez más sensible a las cuestiones ambientales y de sustentabilidad, y que es posible utilizar encuestas como ésta para informar acciones tanto del sector público como del sector privado, fortaleciendo el vínculo necesario entre los tomadores de decisión y la opinión de la población.

# Conocer para movilizar

Por Marcos Samaha,  
Presidente y CEO de Walmart Brasil



La construcción del conocimiento sobre una sociedad requiere la comprensión de quiénes son las personas que la componen, cuáles son sus necesidades, aspiraciones y, sobre todo, cómo desean compartir sus valores para la construcción de un futuro cuyas premisas puedan estar orientadas por los principios de sustentabilidad y de respeto a la individualidad y derechos de elección.

Walmart Brasil apoya la encuesta “Sustentabilidad: Aquí y Ahora”, realizada en alianza estratégica con el Ministerio de Medio Ambiente (MMA) de Brasil, justamente porque cree que solo conociendo los valores de esta sociedad será posible establecer acciones, iniciativas y políticas públicas adecuadas a estos valores.

Este estudio muestra que el brasileño está alineado con las necesidades de su tiempo en lo que se refiere a la preservación del medio ambiente. Desea productos y servicios que tengan la innovación como valor y la visión de un mundo más sustentable como compromiso. Walmart Brasil ha apoyado al Ministerio de Medio Ambiente en la disseminación de la campaña “Saco é um Saco” (“La bolsa es un inconveniente”), con el objetivo de reducir el uso de bolsas plásticas en el comercio. Quedamos especialmente entusiasmados al ver que la sociedad brasileña anhela la creación de políticas públicas que sigan estimulando la reducción del uso de este material.

Analizando los resultados de esta encuesta es posible constatar que la sociedad brasileña es sensible a los desafíos que precisa enfrentar para mantener saludable el medio ambiente y que cada brasileño está dispuesto a contribuir con su esfuerzo personal - muchas veces bastando que le sea mostrado el camino. Nosotros, de Walmart Brasil, también queremos ser parte de esta historia de movilización y superación. Estamos trabajando para llevar a la sociedad productos con atributos de sustentabilidad y que están siendo demandados cada vez más por los brasileños. Sin dudas, este esfuerzo refleja la misión del sector minorista de ser parte de la solución para los grandes desafíos que enfrentamos en este siglo.

Para Walmart, la contribución para conquistar el equilibrio económico, social y ambiental es parte del proceso de construcción de una empresa mejor por medio del diálogo permanente con la sociedad y, en consecuencia, por la adopción de prácticas y políticas que posibiliten alcanzar la perennidad de los negocios y de las comunidades en las cuales estamos presentes en Brasil y en el mundo.

“El brasileño está alineado con las necesidades de su tiempo en lo que se refiere a la preservación del medio ambiente”

# El camino desde el recuerdo hasta el comportamiento

Eduardo Sincovsky,  
vicepresidente de Synovate Brasil

Los datos de la encuesta sobre Sustentabilidad y Hábitos de Compra de Synovate, en asociación con Walmart y el Ministerio de Medio Ambiente, confirman una tendencia ya detectada: Brasil da sus pasos en la agenda “verde”, por ahora más centrada en conocer y adherir al asunto, que en cambiar el comportamiento.

En este escenario, la formación de la opinión pública revela un entrelazado de percepciones y hechos concretos.

Podemos enumerar tres pasos para construir la causa ambiental: recuerdo del asunto, “cualificación” del mismo, cuando alguna idea u opinión sobre el tema aparece, y, finalmente, el momento de la acción, cuando los recuerdos y sujeciones parten a la práctica.

Por los resultados analizados, el brasileño, hoy, da los primeros dos pasos en el asunto, exhibiendo adherencia en la preocupación de la población por cuestiones ambientales. Aunque todavía esté lejos de ser el principal problema de la ciudad o del barrio, surgen datos irrefutables que delimitan la cuestión: 9 de cada 10 brasileños creen que “de la forma como la usamos, dentro de poco tiempo no tendremos agua para beber”, y apenas 1 de cada 5 está de acuerdo con que “la preocupación por el medio ambiente en Brasil es exagerada”.

Inicialmente podríamos caracterizar estos hechos como comportamientos “políticamente correctos”. Sin duda. Sin embargo, esto no invalida el momento de cualificación que el brasileño comienza a hacer del tema.

Ya en el análisis sobre aquello que está dispuesto a hacer, se confirma un resultado claro: el brasileño no está dispuesto a pagar “con dinero” por productos ambientalmente correctos. ¿Qué es lo que estaría dispuesto a hacer, entonces? Del mismo modo que fue detectado en otros trabajos, aparecen actividades que no “duelen” en el bolsillo, como “eliminar el desperdicio de agua”, “separar el residuo doméstico” y “reducir el consumo de energía”.

Dos datos ya conocidos se consolidan en esta encuesta:

- Curitiba se muestra, en la mayoría de las cuestiones, como una ciudad donde la población se destaca como la más favorable a las acciones y que efectivamente toma actitudes en pro del medio ambiente.
- Las clases más altas se muestran más comprometidas con la causa.

La encuesta muestra que aún hay un largo camino a ser recorrido hasta el paso tres. Al ser abordados sobre lo que efectivamente hacen en favor del medio ambiente, queda claro que existe un

abismo entre comportamientos y pensamientos. Mirando algunas prácticas de lo cotidiano, se ve un enorme territorio de objetos que aún se depositan en la basura común. Y probablemente el dato más revelador de la encuesta: casi 1/5 de la población posee residuo electrónico en casa por no saber qué hacer con él.

Seguramente uno de los mayores desafíos sea cómo articular junto con el sector productivo el cómo la industria puede absorber las inversiones en productos verdes. Si el consumidor no está dispuesto a pagar por productos “ambientalmente correctos”, alguien tendrá que asumir esa cuenta. Si comparamos solamente una cuestión con otros países (encuesta Synovate en 22 países en 2010), constatamos nuevamente cuánto Brasil tiene todavía para evolucionar en esta arena.

## Recicló residuos en casa



Fuente: Global Trends Synovate, julio de 2010, muestra de 22 mil entrevistados

# El brasileño se preocupa por el medio ambiente, pero aún hace poco

- La encuesta fue realizada entre los días 27 de septiembre y 13 de octubre de 2010 en 11 capitales brasileñas, seleccionadas por presentar tendencias crecientes con relación al consumo per cápita; el estudio fue conducido por Synovate por solicitud del Ministerio de Medio Ambiente y de Walmart Brasil.
- El estudio es de naturaleza cuantitativa, aplicó 1.100 cuestionarios estructurados a una muestra con perfil semejante a la población de cada capital; los resultados pueden ser separados por capital y segmentados por renta, edad, sexo y escolaridad.
- Las entrevistas fueron realizadas en los domicilios de los entrevistados seleccionados aleatoriamente por el método PPT (proporcional al tamaño de los municipios, luego al de los barrios y después al de los sectores censitarios) y trataron sobre los siguientes temas: conocimiento y opinión sobre temas ambientales generales; sobre hábitos de consumo y reciclaje; y sobre la disposición para participar y apoyar actividades que ayuden en la protección del medio ambiente.
- El foco de la encuesta estuvo dirigido a identificar los comportamientos, opiniones y actitudes de los brasileños residentes en estas capitales que demostrasen mayor adhesión y mayor pro actividad en lo que se refiere a la protección del medio ambiente y a la adopción de hábitos de consumo más responsables.
- Definimos como consumo responsable o "consciente" aquel realizado después de una elección juiciosa en la que el individuo selecciona la opción más saludable y menos dañina al medio ambiente. El ideal de consumo responsable es la minimización del impacto sobre recursos naturales, principalmente aquellos de fuente no renovable, considerando igualmente neutralizar otros impactos negativos, sociales o culturales. En una sola frase, el consumo consciente está relacionado a valores que el individuo practica o defiende.

## HALLAZGOS Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

- Confirmando la tendencia verificada en la mayor parte de las encuestas, el binomio violencia y criminalidad, seguido de la preocupación por la salud y por la educación son los tres problemas principales identificados por la población en sus ciudades. Prácticamente no existe diferenciación en este resultado cuando lo separamos por cada capital.
  - El Medio Ambiente, entre nueve posibilidades de opción, recibe el último lugar; pero otros problemas asociados a la problemática ambiental, como cloacas, basura e inundaciones aparecen bien posicionados, mostrando que los problemas ambientales son bien reconocidos por la población. Queda señalado el hecho de que el saneamiento ambiental no es visto como "medio ambiente" por la población.
  - Cuando se hace referencia a problemas ambientales propiamente dichos, en mención espontánea, por ejemplo, con relación al barrio donde las personas residen, el principal problema apuntado es la limpieza urbana, seguido de la ausencia de áreas verdes y de la contaminación.
  - Entre los datos más positivos, tenemos que el 59% afirma que "el Medio Ambiente debe tener prioridad sobre el crecimiento económico".
  - Pero, el 85% dice que "cualquier cambio que el ser humano cause en la naturaleza probablemente va a empeorar las cosas" y la mayoría absoluta de los entrevistados cree que "solo con grandes cambios de hábito y de consumo" es posible conservar los recursos naturales.
  - Confirmando la percepción de que los problemas ambientales deben ser resueltos por el poder público, la mayoría indicó como principal responsable por solucionar los problemas ambientales identificados, en primer lugar a la municipalidad y en segundo, al gobierno estatal.
  - Aún demostrando una gran preocupación con relación a las cuestiones ambientales, hay una gran resistencia a pensar en soluciones que involucren costos. En general, las personas se muestran mucho más dispuestas a donar tiempo y trabajo comunitario, que a comprar productos más caros aunque sean más ecoeficientes, o a contribuir con dinero para fondos u organizaciones ecológicas.
  - Además, uno de los hallazgos de la encuesta fue el bajo índice de conocimiento que la población tiene sobre las organizaciones e instituciones que cuidan el medio ambiente o trabajan por alguna causa ambiental. Más del 80% de la población no supo citar a ninguna organización espontáneamente. Entre las citadas se destacaron la organización pública IBAMA, y la internacional Greenpeace.
  - Con relación a los hábitos de consumo, el dato más interesante es la amplia inclinación de la sociedad hacia programas o acciones de sustitución de bolsas plásticas; el 60% se manifiesta a favor de una ley que instituya su eliminación.
  - Más del 40% de la muestra afirma que existe recolección selectiva de residuos en el Barrio, 44% de latas y botellas, 42% de papel y 36% de otros. Se confirma que la gran parte de la recolección es realizada por los recicladores de basura; las municipalidades se mencionan en segundo lugar y las ONG en tercero.
- No obstante, hay mucho para hacer con relación al correcto destino de los residuos. Algunos alertas:
- 70% de los entrevistados tira pilas y baterías en la basura doméstica;
  - 66% desecha remedios en la basura doméstica;
  - 33% tira pinturas y solventes en la basura doméstica;
  - 39% desecha aceite usado en el fregadero de la cocina;
  - 17% posee residuo electrónico guardado en casa.
- Con relación a lo que la población está dispuesta a hacer, las acciones preferidas son: separar residuos para el reciclaje, eliminar el desperdicio de agua y participar en campañas de reducción de energía, apuntando un alto potencial de adhesión a políticas públicas en estos temas;
  - La población parece apostar en la escuela y en los niños y jóvenes, como aquellos que tendrán actitudes más responsables con relación al medio ambiente y al consumo. La escuela fue elegida como el lugar por excelencia - el más adecuado - para impartir educación ambiental;
  - También fue recordado con destaque el papel positivo que los supermercados pueden desempeñar en la educación para el consumo. Fueron señaladas 3 acciones principales como siendo de la esfera de los supermercados: información para facilitar la elección del consumidor; puestos de recolección de material descartable; y la oferta de productos más saludables.
  - Finalmente, cuestionados sobre lo que podría proporcionar más felicidad, dinero, tiempo o profesión, la muestra se dividió en dos grupos distintos, con porcentajes parecidos (aquellos que prefieren apostar en tener más dinero y mejorar la profesión = 56%) y aquellos que prefieren tener más tiempo con los amigos y la familia y defienden valores como la esperanza y la fe en la humanidad (44%).
  - Como conclusión general, podemos decir, a partir de los datos de la encuesta, que los brasileños revelan una preocupación significativa con relación a los temas del medio ambiente, de la salud y de la calidad de vida, afirmando practicar varios hábitos de consumo y de desecho que caracterizan a una sociedad con un grado considerable de consumo responsable.
  - Sin embargo, la poca disposición para los cambios que dan trabajo o que lo obligan a "meter la mano en el bolsillo" demuestra que todavía hay una distancia razonable entre la intención y el gesto, la actitud propiamente dicha.
  - Pero los resultados, basados principalmente en la opinión sobre crecimiento económico versus ecología, y otras como el comprometimiento en la problemática de la reducción de las bolsas plásticas, muestran que hay un terreno fértil para los programas de educación ambiental y para las campañas que permitan que el medio ambiente se torne un asunto cotidiano.
  - De forma general, la escolarización y la renta asociadas, determinaron patrones de respuesta más comprometidos. En términos etarios, los individuos en los dos extremos de la escala (los más jóvenes y los mayores) presentan el mayor índice de contradicción entre el pensar y el hacer.
  - En la comparación entre las capitales, Curitiba se destaca como la "capital" de hábitos y comportamientos más "verdes", desafiando a los encuestadores en el sentido de identificar qué estrategias educacionales o de otra naturaleza dieron resultado para que pudiesen ostentar este envidiable primer lugar.

## Quién

Población en general, hombres y mujeres de entre 16 y 70 años, de todas las clases, en cantidad equivalente a la proporción de género de la ciudad donde fueron realizadas las entrevistas.

## Dónde

11 capitales pertenecientes a las 5 regiones brasileñas: Centro-Oeste, Sudeste, Sur, Nordeste y Norte.

## Cómo

Estudio cuantitativo realizado por medio de entrevistas domiciliarias en los sectores censitarios de las ciudades, utilizando cuestionario estructurado, con duración de aproximadamente 40 minutos.

## Cuándo

Estudio realizado entre los días 27 de septiembre y 13 de octubre de 2010.



Ranking	Capital	Estado	Región	PIB per cápita	Población (Estimativa IBGE jul/2009)
1°	SAN PABLO	SAN PABLO	SUDESTE	R\$ 25.675	11.037.593
2°	RÍO DE JANEIRO	RÍO DE JANEIRO	SUDESTE	R\$ 20.851	6.186.710
3°	BRASILIA	DISTRITO FEDERAL	CENTRO-OESTE	R\$ 37.600	2.606.885
4°	BELO HORIZONTE	MINAS GERAIS	SUDESTE	R\$ 13.636	2.452.617
5°	CURITIBA	PARANÁ	SUR	R\$ 17.977	1.851.215
6°	MANAOS*	AMAZONAS	NORTE	R\$ 18.902	1.738.641
7°	PORTO ALEGRE	RIO GRANDE DO SUL	SUR	R\$ 20.900	1.436.123
8°	SALVADOR	BAHIA	NORDESTE	R\$ 8.870	2.998.056
9°	FORTALEZA	CEARÁ	NORDESTE	R\$ 9.325	2.505.552
10°	RECIFE	PERNAMBUCO	NORDESTE	R\$ 12.091	1.561.659
11°	GOIÂNIA	GOIÁS	CENTRO-OESTE	R\$ 13.006	1.281.975
12°	BELÉN	PARÁ	NORTE	R\$ 8.765	1.437.600

MUESTRA					
Belén/PA	Belo Horizonte/MG	Brasilia/DF	Curitiba/PR	Fortaleza/CE	Goiania/GO
100	100	100	100	100	100
Porto Alegre/RS	Recife/PE	Río de Janeiro/RJ	Salvador/BH	San Pablo/SP	
100	100	100	100	100	
<b>Total: 1100</b>					

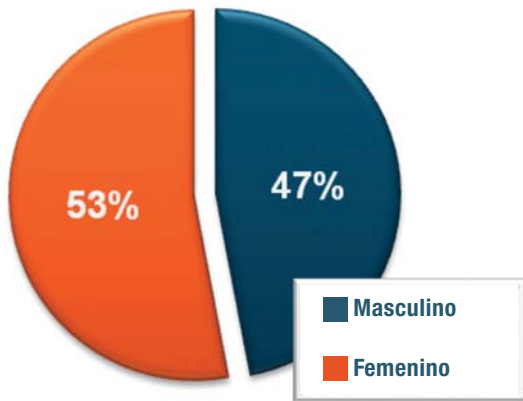
\* Los datos totales fueron ponderados proporcionalmente de acuerdo al tamaño de la población de cada una de las plazas.

\* Error de la muestra: 3,0% para la muestra Total y 9,8% para la muestra de cada una de las ciudades

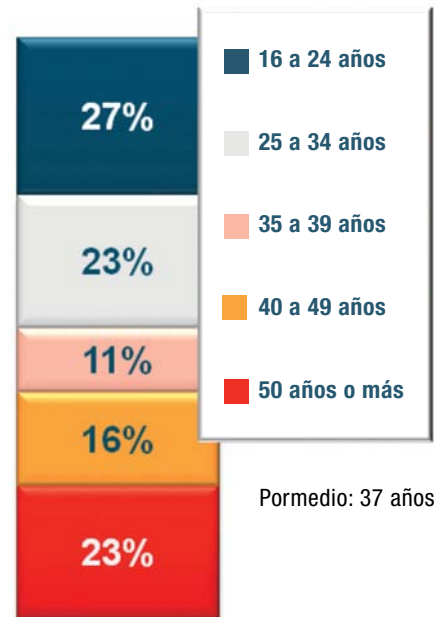
\* Grado de confianza: 95% del nivel de confianza

## Perfil de los Entrevistados - Total

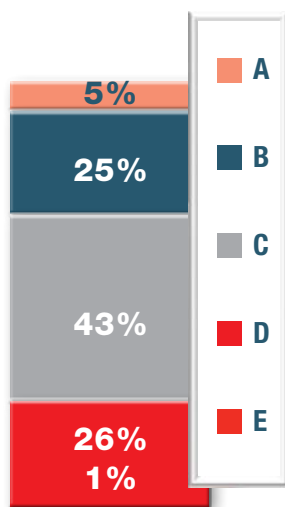
### Sexo



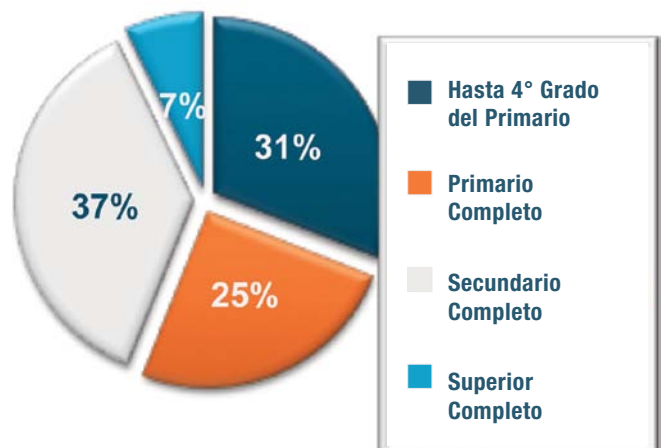
### Edad



### Clase social



### Escolaridad



\* Criterio Brasil de clasificación socio económica ABEP

Base: 1100 Casos

# Una sociedad con valores y esperanza en la humanidad

El tiempo para estar con la familia y los amigos, y la fe en la capacidad humana para superar las dificultades están entre los principales valores del brasileño, con el 44% de las respuestas. A un cuarto de las personas le gustaría tener condiciones más favorables para profundizar sus estudios y mejorar su desempeño profesional.

El 31 % de los entrevistados demostró deseo de aumentar el nivel de consumo, argumentando querer más dinero para comprar más cosas de las que precisa.

## ¿Qué es importante para su felicidad actualmente?



Base: 1100 Casos

	EDAD				
	16 a 24 años	25 to 34 años	35 to 39 años	40 to 49 años	50 años o más
<b>Bases</b>	310	252	119	176	243
<b>Más dinero: comprar más cosas de las que necesito</b>	36%	30%	31%	25%	30%
<b>Más fe en la capacidad humana para superar las dificultades</b>	13%	22%	26%	34%	36%
<b>Más condiciones para mejorar estudios o profesión</b>	29%	31%	21%	18%	7%
<b>Más tiempo para convivir con familia y amigos</b>	21%	16%	22%	24%	27%

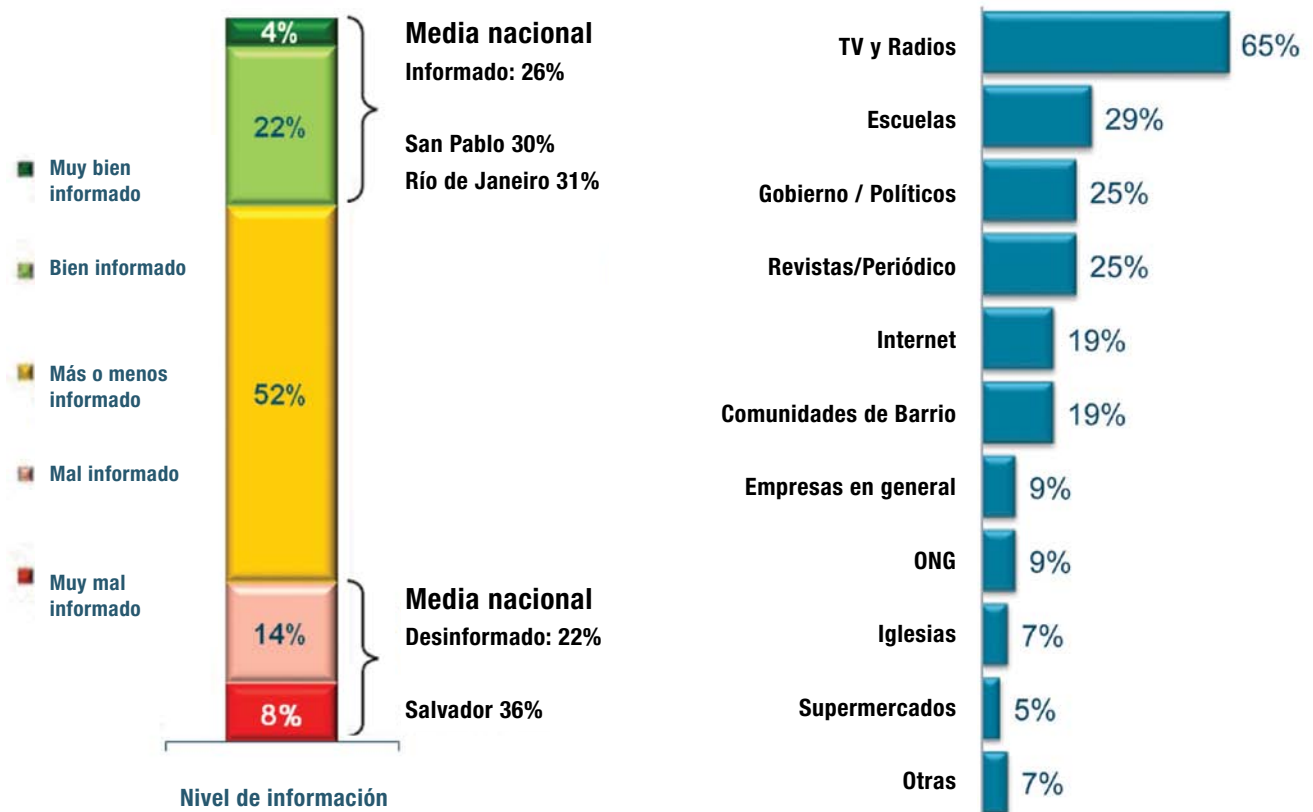
# El brasileño no se siente cómodo para hablar sobre el medio ambiente

Casi un cuarto (22%) de las personas cree estar mal informada sobre el medio ambiente, mientras que el 26% cree estar bien informada sobre cuestiones ambientales y de ecología. Sin embargo, cerca de la mitad de las personas que participaron en la

encuesta dijeron estar "más o menos" informadas sobre el medio ambiente. La información parece ser uno de los factores clave para impulsar el cambio de hábitos de la sociedad brasileña en pro del medio ambiente.

## ¿Considera usted que está informado sobre el medio ambiente o ecología?

Pregunta: ¿Usted se siente informado a respecto del medio ambiente y de la ecología? (ÚNICA OPCIÓN DE RESPUESTA - RESPUESTA ESTIMULADA)



Base: 1100 Casos

# El brasileño señala la salud y la violencia como los principales problemas urbanos

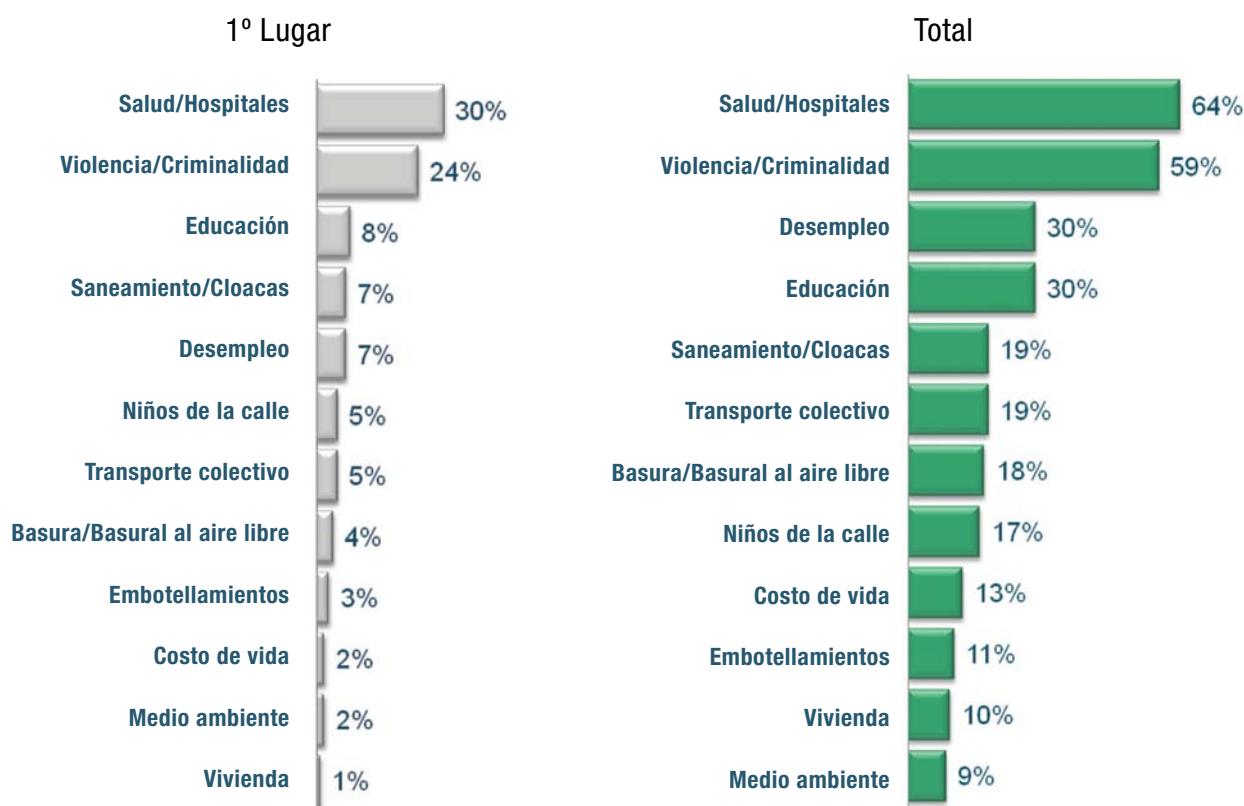
La salud y la violencia se perciben como los principales problemas urbanos. El medio ambiente queda al "final de la fila", con apenas el 2% de las respuestas. No obstante, muchas cuestiones claramente "ambientales" ocupan un lugar de destaque sin que las personas las identifiquen como cuestiones relacionadas al medio ambiente o a la calidad de los recursos naturales. Ejemplo de esto son el saneamiento, la recolección y destinación de residuos y también los embotellamientos que, además de ser uno de los principales responsables por la emisión de gases de efecto invernadero en las grandes ciudades, transforman el ambiente urbano en un espacio nada confortable.

Otra cuestión con fuerte impacto en la calidad de vida relacionada al medio ambiente, y que quedó prácticamente fuera de las respuestas, con baja percepción por parte de los entrevistados, es el de la vivienda, en un país donde una parte significativa de la población vive en sub habitaciones, principalmente en los grandes núcleos urbanos. En el 2000, según datos del Instituto de Pesquisas Económicas Avanzadas (IPEA), había 1,4 millones de viviendas consideradas subnormales. El transporte colectivo también tuvo una baja clasificación entre los problemas ambientales urbanos.

## Es baja la percepción de lo que es medio ambiente en las ciudades

Pregunta: Pensando en la ciudad donde vive, ¿cuál problema de esta lista usted considera más importante? ¿Y en segundo lugar? ¿Y en tercero?  
(MÚLTIPLES OPCIONES DE RESPUESTA - RESPUESTA ESTIMULADA)

### Generales



#### DESTAQUES-1º LUGAR

Salud/Hospitales: Brasilia, 50%

Violencia/Criminalidad: Curitiba, 40%

Educación: San Pablo, 12%

Saneamiento/Cloaca: Río de Janeiro, 17%

Base: 1100 casos

# La limpieza pública es la gran cuestión en los barrios

La percepción de la sociedad sobre las cuestiones ambientales del día a día está enfocada en puntos muy objetivos. La limpieza pública, por ejemplo, es vista como el mayor de los problemas ambientales que se manifiesta cerca de la casa de la gente. Con porcentajes muchos menores, la falta de áreas verdes y la contaminación ambiental vienen en seguida. Y estas son cuestiones que, para la mayoría de las personas, deben ser resueltas por el poder público, ya sea municipio o gobierno estatal.

Sin embargo, existe disposición para participar en la solución. Mientras que el 80% de los entrevistados está dispuesto a firmar un manifiesto a favor de las soluciones, casi el 60% muestra disposición para "arremangarse" y participar en grupos de trabajo en los barrios para mejorar la calidad ambiental, revelando el significativo potencial de participación a ser aprovechado.

## En los barrios la cuestión ambiental tampoco es percibida

1a Pregunta: ¿Cuál es el principal problema de su barrio o comunidad? (MÚLTIPLES OPCIONES DE RESPUESTA - RESPUESTA ESPONTÁNEA)  
 2a Pregunta: ¿Cuál es el principal problema AMBIENTAL del barrio donde vive? (MÚLTIPLES OPCIONES DE RESPUESTA - RESPUESTA ESPONTÁNEA)  
 3a Pregunta: ¿Cuál de estos grupos debería resolver ese problema? (ÚNICA OPCIÓN DE RESPUESTA - RESPUESTA ESTIMULADA)

### Generales



Base: 1100 casos

### Ambientales



Base: 1100 casos

### ¿Responsable?



Base: 667 casos

#### DESTAQUES

Seguridad: Fortaleza y Belén, 50%  
 Salud: Belo Horizonte, 22%  
 Infraestructura: San Pablo y Brasilia, 15%;  
 Belo Horizonte, 14%

#### ¿Está dispuesto a ayudar a resolver?

Firmando una petición:	80%
Participando en reuniones con moradores:	73%
Participando en grupos de trabajo:	59%

Base: 667 casos

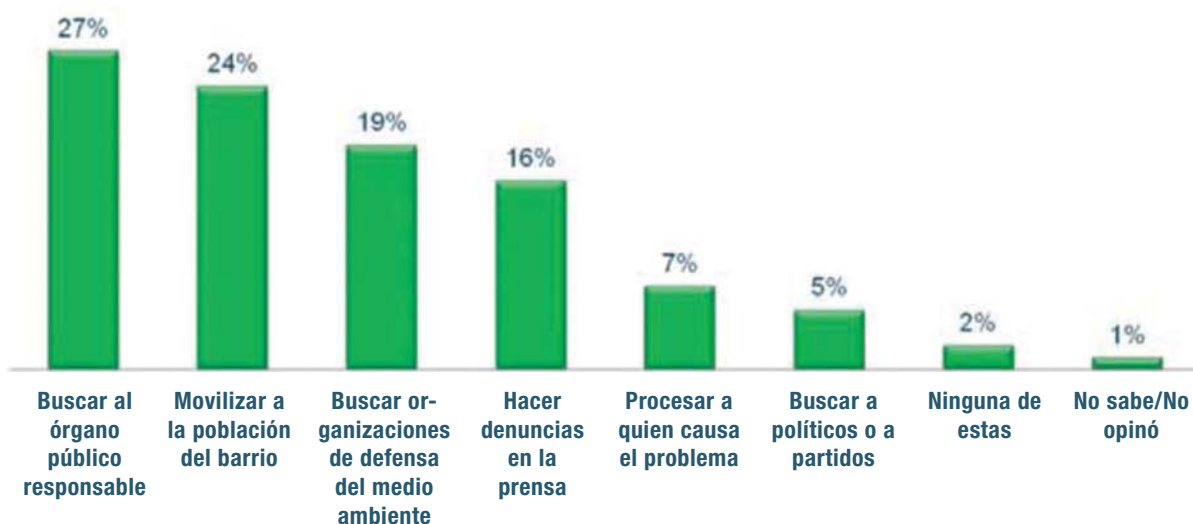
## Reclamar al gobierno o juntar a los vecinos

Al depararse con problemas ambientales en su barrio, la gente tiende a una serie de medidas diferentes, que van desde buscar al gobierno (municipal o estatal) hasta buscar a partidos y a políticos. No obstante, una gran parte de la sociedad todavía cree que la movilización es un buen camino. Entre la denuncia al poder público y juntar a los vecinos para protestar está más de la mitad de los entrevistados. En seguida viene la búsqueda de apoyo de organizaciones ambientalistas y la denuncia a órganos de prensa.

Están también, los que prefieren el camino de la Justicia, procesando al causador del problema ambiental y solamente el 1 % de las personas parece no saber qué hacer en el caso de problemas ambientales en su barrio.

### Solución para los desafíos ambientales

Pregunta: ¿Cuál de estas alternativas permite conseguir una mejor solución para un problema ambiental que lo afecta?  
(ÚNICA OPCIÓN DE RESPUESTA - RESPUESTA ESTIMULADA)



Base: 1100 Casos

#### DESTAQUES

Buscar al órgano público responsable: Porto Alegre, 40%  
Movilizar a la población del barrio: Belén, 38%  
Buscar a organizaciones de defensa del medio ambiente: Belo Horizonte, 32%  
Hacer denuncias en la prensa: Salvador, 26%

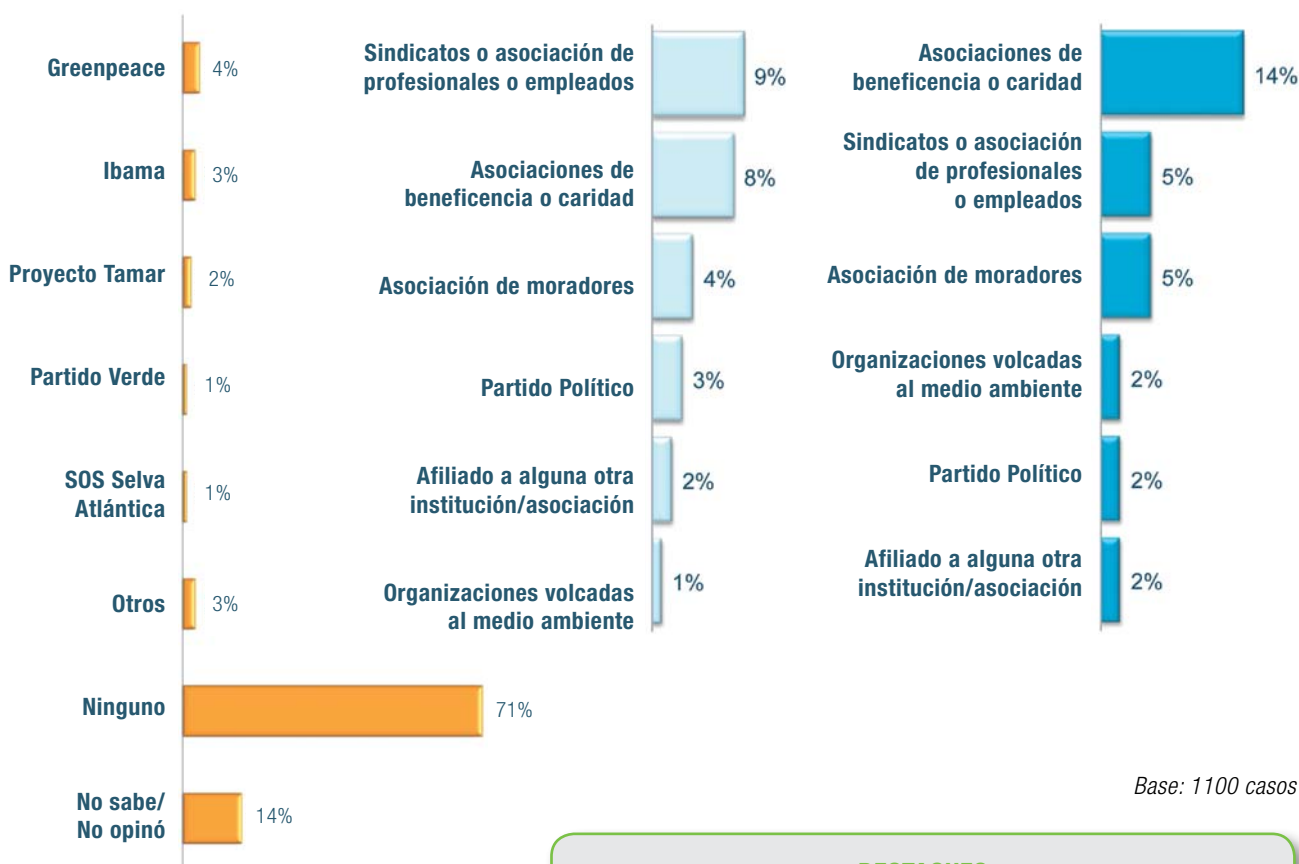
# La población no conoce a las organizaciones que protegen al medio ambiente

Más del 70% de las personas declara que no conoce a nadie que trabaje por la defensa del medio ambiente, ya sean órganos públicos u organizaciones de la sociedad civil (ONG) - lo que, sin dudas, es una información muy importante. La organización más conocida, con apenas el 4% de las respuestas, es la organización no gubernamental Greenpeace, mientras que el IBAMA - Instituto Brasileño de Medio Ambiente, principal órgano gubernamental responsable por la defensa del medio ambiente, lo sigue, con el 3% de las respuestas.

Otros que se recuerdan son el Proyecto Tamar, que defiende tortugas marinas, el Partido Verde y la organización no gubernamental SOS Selva Atlántica, que juntos representan apenas el 4% de las respuestas. El 14% de las personas ni siquiera respondió la pregunta. Aún con el gran movimiento en torno de temas ambientales, la sociedad no identifica con claridad quiénes son los actores de la defensa del medio ambiente. Y también, de un modo general, participan poco en las organizaciones de defensa del medio ambiente.

## Greenpeace e Ibama son los nombres más recordados

Pregunta: ¿Conoce a algún grupo, entidad u organización que trabaje en la protección del medio ambiente?  
(MÚLTIPLES OPCIONES DE RESPUESTA - RESPUESTA ESPONTÁNEA)



Base: 1100 casos

### DESTAQUES

Greenpeace: Belén, 14%; Belo Horizonte, 11%  
 Ibama: Fortaleza, 9%  
 Proyecto Tamar: Salvador, 6%; San Pablo, 4%  
 Ninguno: Porto Alegre, 89%  
 No sabe/No opinó: Recife, 31%; Goiania, 26%; Salvador, 24%

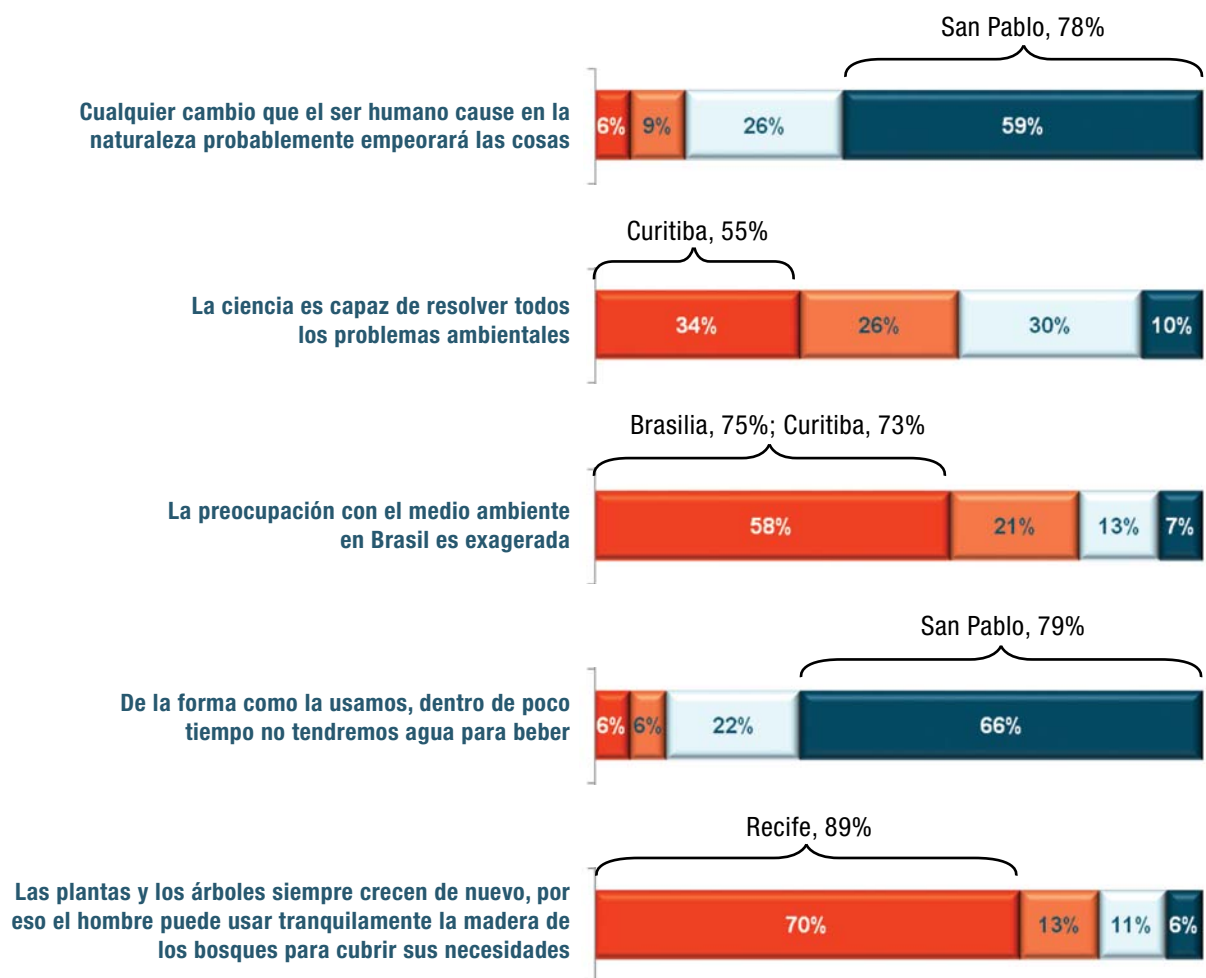
# La preocupación con el medio ambiente en Brasil es necesaria

La encuesta muestra que la mayoría de las personas cree que la intervención humana en la naturaleza tiende a empeorar las cosas. Además de esto, el creer que la ciencia pueda resolver todos los problemas causados al medio ambiente está en decadencia, y apenas el 10% de las personas cree en ello. Y casi el 60% cree que las preocupaciones existentes en el País sobre problemas ambientales son pertinentes.

La mayor parte de las personas también demuestra que debería haber en Brasil programas de control de la natalidad. Además, existe la creencia de que la negligencia con los recursos hídricos puede llevar a la falta de agua para el consumo humano en poco tiempo. Los recursos forestales también son vistos por el 70% de la sociedad como finitos y que su uso debe ser controlado.

## Pensamientos con relación al medio ambiente

Pregunta: ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de estas frases?  
(ÚNICA OPCIÓN DE RESPUESTA - RESPUESTA ESTIMULADA)



Base: 1100 casos

■ Totalmente en desacuerdo   
 ■ Parcialmente en desacuerdo   
 ■ Parcialmente de acuerdo   
 ■ Totalmente de acuerdo

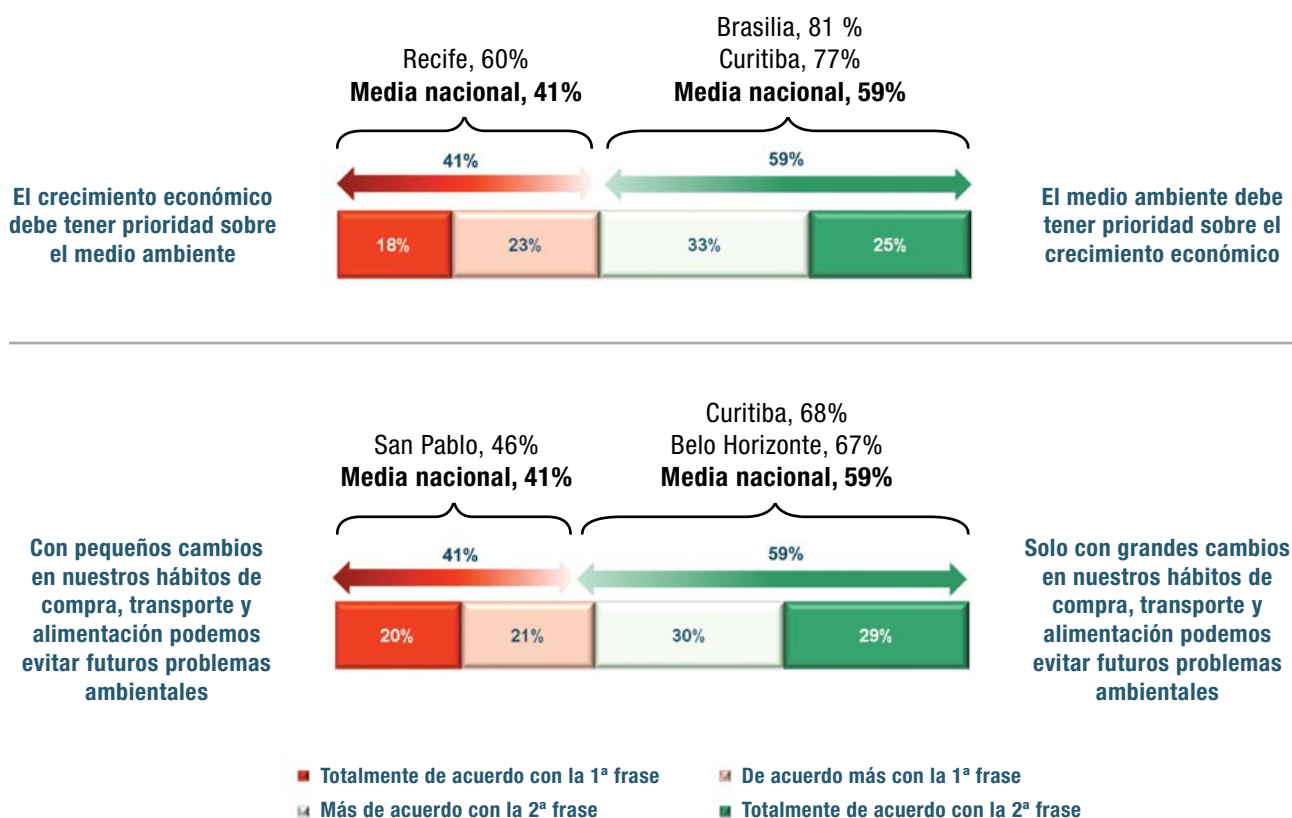
# Economía versus Ecología, un falso dilema

La contraposición entre crecimiento económico y medio ambiente muestra que el 59% de las personas cree que la preservación de los recursos naturales debe estar por encima de las cuestiones relacionadas a la economía. También el 59% de las personas no cree que los problemas ambientales puedan ser solucionados con pequeños cambios de hábitos: para la mayoría de la socie-

dad, solo grandes cambios en los hábitos de consumo, transporte y alimentación pueden realmente ayudar a mantener un ambiente saludable en el futuro. Esta cuestión muestra que la sociedad tiene la percepción de que la contraposición entre crecimiento económico y desarrollo sustentable es un falso dilema.

## Pensamientos con relación al medio ambiente

Pregunta: ¿Cuánto está de acuerdo con estas frases?  
(ÚNICA OPCIÓN DE RESPUESTA - RESPUESTA ESTIMULADA)



Base: 1100 casos

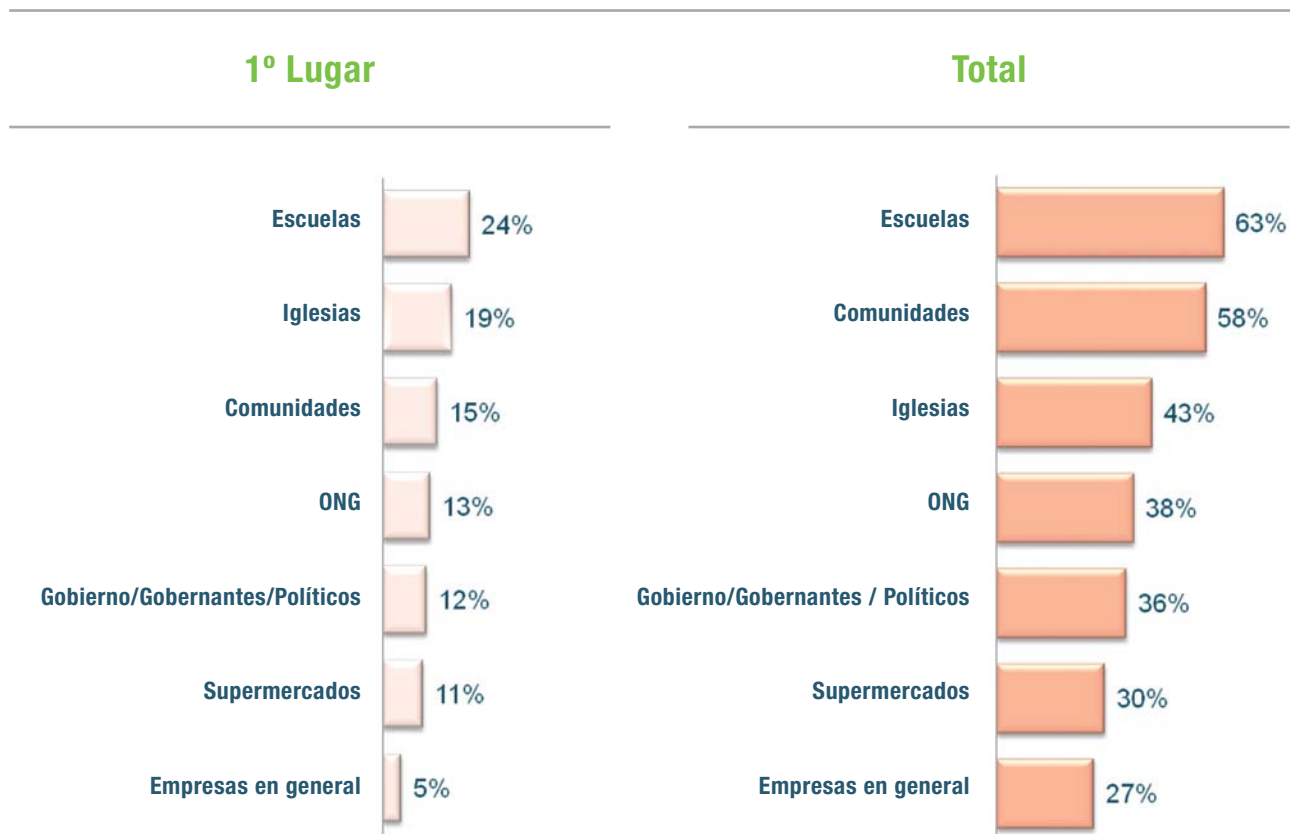
# Una apuesta en la próxima generación

Las escuelas se señalan como el lugar más apropiado para la construcción de una conciencia ambiental en la sociedad, viniendo en seguida las iglesias, las comunidades y las ONG, gobiernos y partidos vienen detrás, con muchas menos respuestas. Esta apuesta en las futuras generaciones y la esperanza en la generosidad característica de las iglesias, muestran poca confianza en los programas públicos formales.

Los supermercados se señalan como un aliado para la construcción de políticas ambientales por una importante parte de los entrevistados, y una parte significativa de las personas cree que las empresas pueden ser el camino para la solución de cuestiones ambientales que afectan a la sociedad.

## Los brasileños eligen la escuela como la organización más importante en la educación ambiental

Pregunta: ¿Cuáles de estas instituciones son capaces de influir más sus acciones con relación al medio ambiente?  
(MÚLTIPLES OPCIONES DE RESPUESTA - RESPUESTA ESTIMULADA)



Base: 1100 casos

### DESTAQUES

Escuelas: Belo Horizonte, 33%  
Iglesias: Brasilia, 27%  
Comunidades: Recife, 24%; Salvador, 23%

# La disposición para el reciclaje y la reducción del consumo de agua son prioridades de la sociedad

Entre los tres principales ítems con los cuales las personas se demostraron más dispuestas a colaborar, dos de ellos pueden ayudar también a economizar dinero. El primer lugar entre las actitudes del día a día quedó con la economía de agua, en segundo viene la separación de residuo doméstico y, en tercero, la reducción del consumo de energía eléctrica en casa. Sorprendentemente en seguida viene la disposición para no usar bolsas plásticas. Este es un indicativo de que hay una aceptación por parte de la sociedad de iniciativas o de políticas públicas para la eliminación de las bolsas.

No obstante, en los últimos lugares se encuentran las actitudes que podrían acarrearles algún costo adicional a los entrevistados, como la compra de electrodomésticos de mayor eficiencia energética o la contribución con dinero para organizaciones que cuidan el medio ambiente. Entre las ciudades que más cultivan hábitos amistosos con relación al medio ambiente están San Pablo y Curitiba.

## Actitudes del día a día en pro del medio ambiente

Pregunta: ¿Cuáles de estas cosas usted personalmente estaría dispuesto a hacer?  
(MÚLTIPLES OPCIONES DE RESPUESTA - RESPUESTA ESTIMULADA)

### Total



### DESTAQUES

Reducir el consumo de energía eléctrica en su casa:  
Goiania, 62%; Recife, 59%  
No usar bolsas plásticas: Goiania, 55%

Base: 1100 casos

## Entre gestos e intenciones

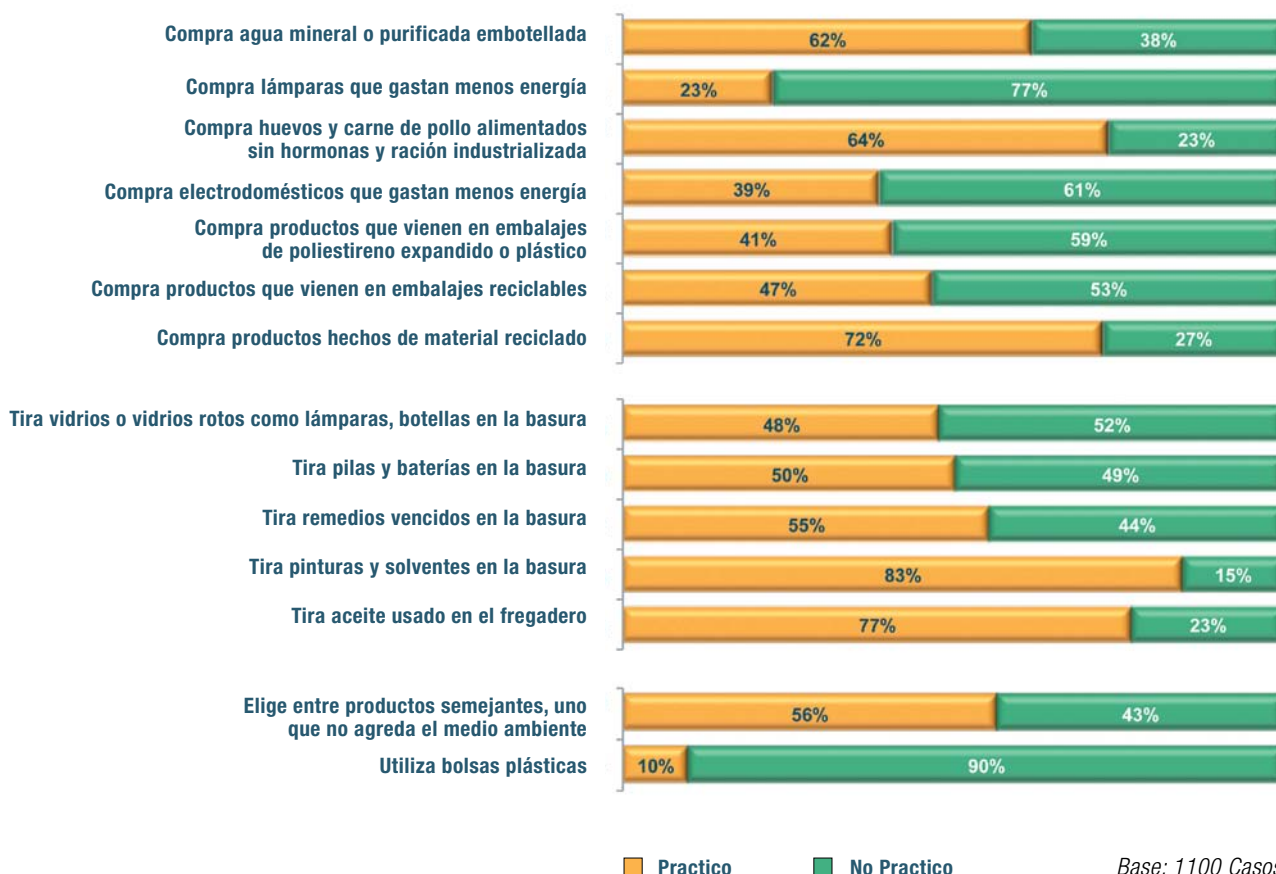
El desecho de residuos de vidrio en la basura común es una práctica de casi la mitad de las personas, así como ésta es, también, la proporción entre los que buscan en productos semejantes aquel que tiene menor impacto sobre el medio ambiente. Sin embargo, casi el 40% de las personas busca el agua embotellada para beber, en lugar del agua ofrecida por el servicio público. Menos de un cuarto de las personas entrevistadas compra lámparas incandescentes, que consumen más energía.

La mitad de los entrevistados todavía tira las pilas y las baterías en la basura común, mientras que, aún con alta disposición de abandonar el uso de bolsas plásticas, el 90% de los encuestados todavía usa diariamente este producto. La búsqueda de carnes, pollos y huevos sin hormonas tampoco ganó muchos adeptos: el 64% de las personas no le presta atención a esto.

Más del 80% de las personas desecha pinturas y solventes en la basura común, y más del 75% de los entrevistados tira sus residuos de aceite de cocina por el resumidero del fregadero. En los hábitos de consumo, la cuestión ambiental aún precisa de un mayor compromiso para dejar de ser un problema.

## Hábitos con relación al medio ambiente

Pregunta: Diga si usted practica siempre, con mucha frecuencia, raramente, o si nunca practicó estos hábitos en su día a día. (ÚNICA OPCIÓN DE RESPUESTA)



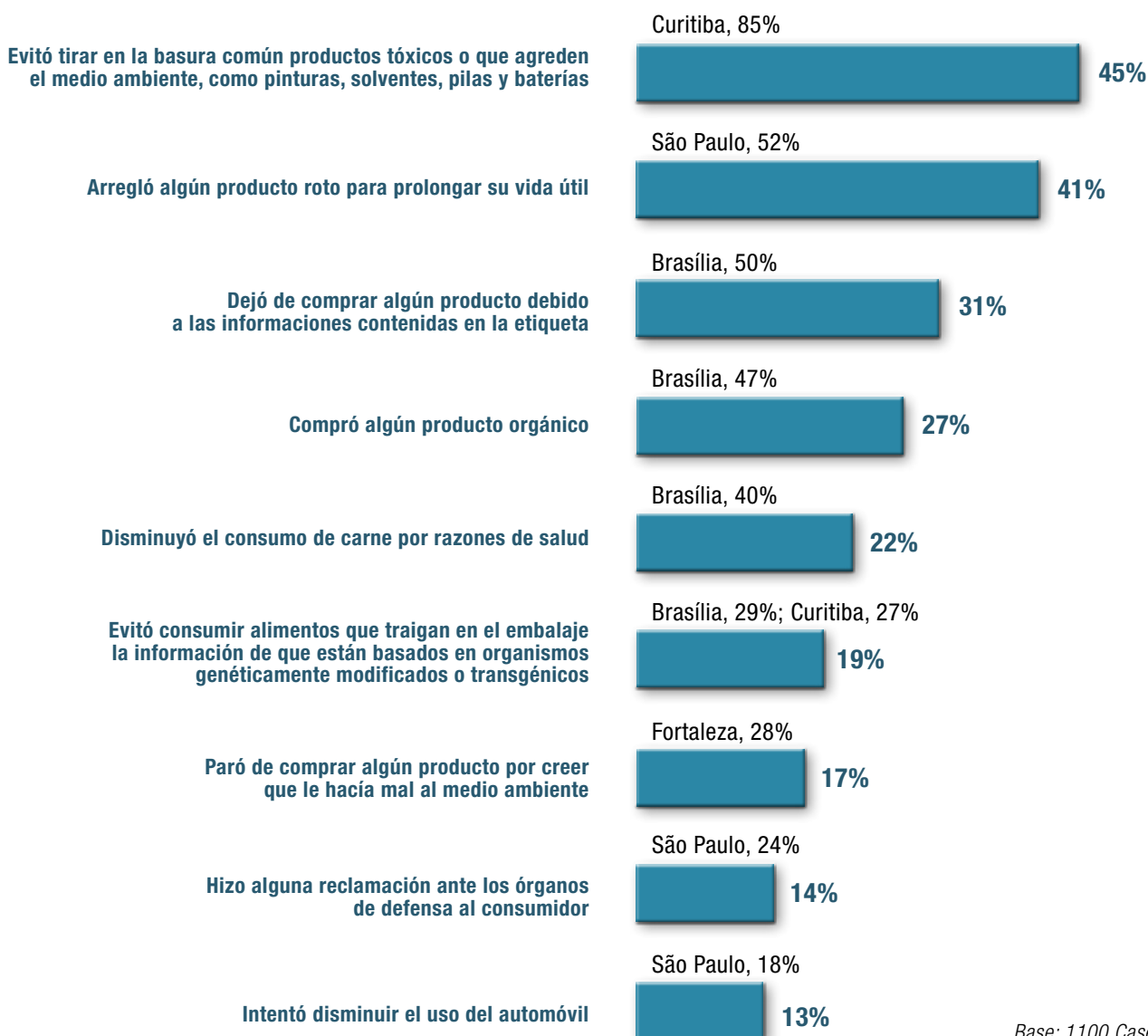
## Hábitos de consumo en transformación

La sociedad está dispuesta a evitar la contaminación del medio ambiente, con cuidados como el desecho de productos que contengan materiales peligrosos, tales como pilas, baterías, pinturas y solventes. El 45% de las personas informa tomar cuidado con relación a esto, mientras que apenas el 13% de las personas buscó reducir el uso de automóviles. El hábito de arreglar cosas para prolongar su vida útil también tiene muchos adeptos.

No obstante, solamente el 17% de las personas paró de comprar algún producto por creer que le hace mal al medio ambiente. Menos aún, el 14% de los entrevistados, llegó a hacer algún reclamo ante los órganos de defensa al consumidor. Un número que llama la atención es que el 22% de las personas disminuyó el consumo de carne por cuestiones de salud, y el 27% compró algún tipo de producto orgánico. Curitiba es la ciudad más atenta al desecho de residuos; mientras que Brasilia es donde los hábitos de consumo están cambiando más rápidamente.

### En los últimos 12 meses usted...

En los últimos 12 meses, ¿usted realizó alguna de estas acciones? (ÚNICA OPCIÓN DE RESPUESTA)



Base: 1100 Cases

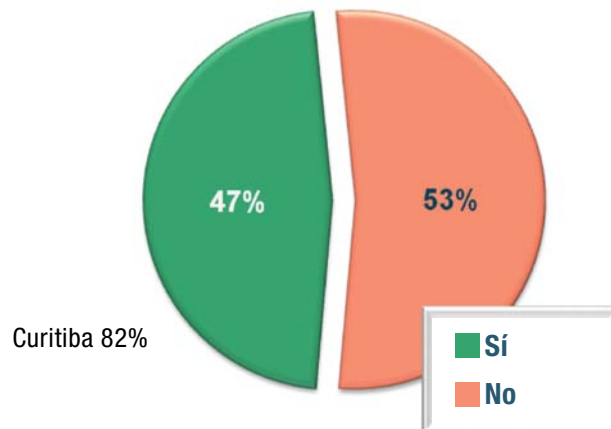
## Curitiba se destaca en la separación de residuos

La cuestión de la separación de residuos domésticos en basura seca y basura mojada divide a las personas. El 47% declaró que hace esta separación, mientras que el 53% mezcla sus residuos en un mismo recipiente para su recolección. Esta es una cuestión que involucra la oferta de servicios de recolección con destinación separada para cada clase de residuos.

Sin embargo, la propia encuesta muestra que puede haber otras formas de encaminar los residuos reciclables, no solamente la recolección pública. Los supermercados se señalan como un local hacia donde se podrían encaminar los reciclables acumulados en las residencias.

### ¿Separa la basura mojada de la seca?

(ÚNICA OPCIÓN DE RESPUESTA)



	Total	Porto Alegre	Curitiba	San Pablo	Río de Janeiro	Belo Horizonte	Brasilia	Recife	Salvador	Fortaleza	Goiania	Belén
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
<b>Bases</b>	<b>1100</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>Sí</b>	<b>47,0</b>	58,0	82,0	55,0	38,0	39,0	31,0	39,0	36,0	56,0	61,0	22,0
<b>No</b>	<b>53,0</b>	42,0	18,0	45,0	62,0	61,0	69,0	61,0	64,0	44,0	39,0	78,0

Base: 1100 casos

# La población confirma a los recicladores como principales agentes de la recolección selectiva

En torno del 40% de los barrios donde viven los entrevistados de esta encuesta tiene algún tipo de recolección selectiva. De esta forma, más o menos el mismo porcentaje de latas, botellas, papeles y embalajes acaba teniendo una destinación más amistosa hacia el medio ambiente. No obstante, cerca del 7% al 9% de las personas no tiene información sobre este tipo de servicio cerca de sus casas.

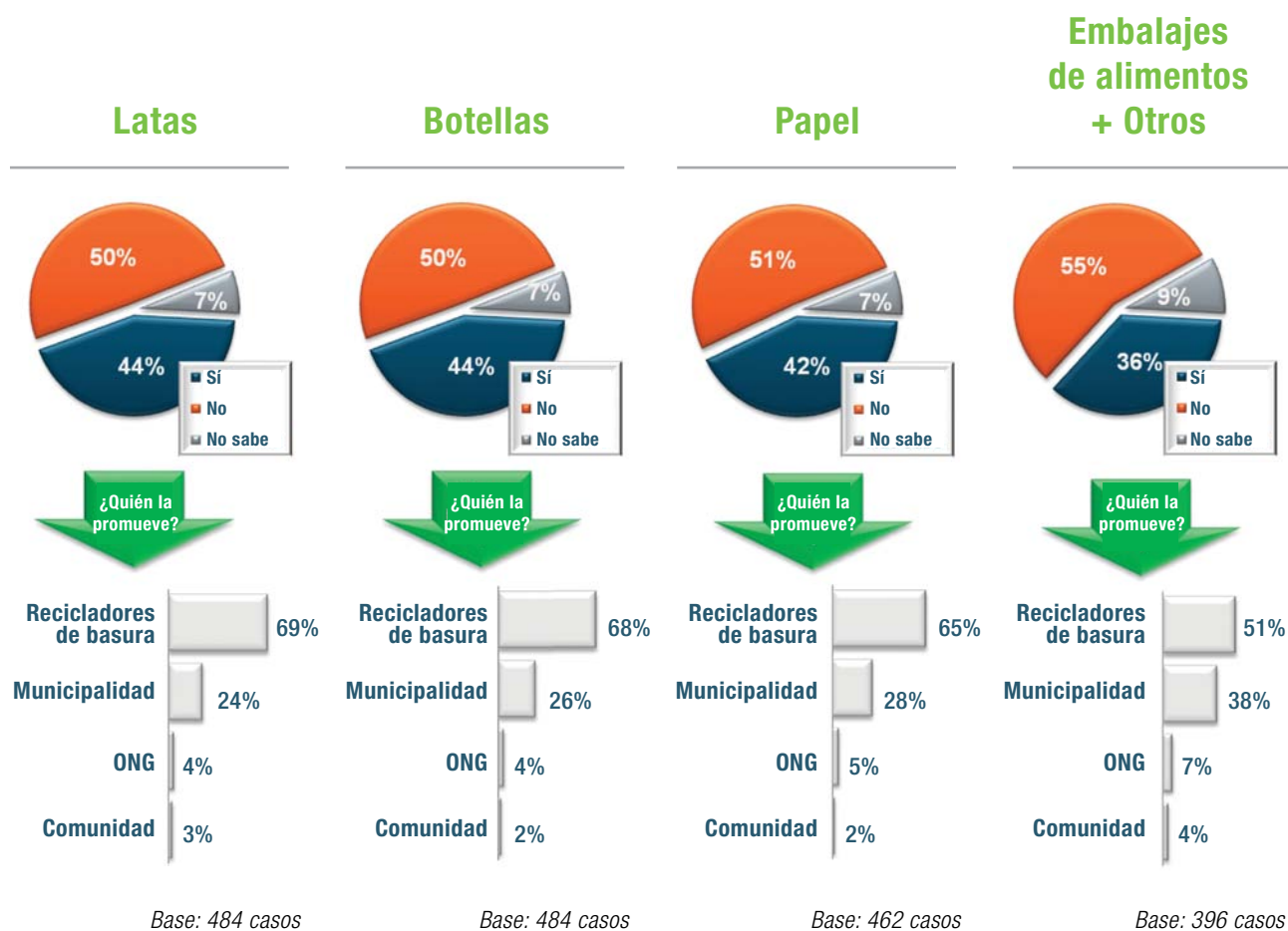
Los recicladores de residuos son los principales agentes de la recolección selectiva en los barrios. Entre el 65% y el 69% de

todas las latas, botellas y papel encaminado al reciclaje en estas comunidades tiene el trabajo de los recicladores como soporte - productos que tienen un mercado más estable. Las municipalidades quedan con cerca de un tercio de la responsabilidad por el encaminamiento de los productos a reciclar. La ciudad campeona en recolección es Curitiba, con un promedio del 90% para todos los materiales.

La sociedad reconoce la importancia del trabajo de los recicladores de residuos para la estructuración de los procesos de reciclaje.

## ¿Existe recolección selectiva en el barrio? ¿De qué?

Gráficos pizza: Base 1100 casos y ÚNICA OPCIÓN DE RESPUESTA - RESPUESTA ESTIMULADA Gráficos "¿Quién la promueve?" Bases variables, MÚLTIPLES OPCIONES DE RESPUESTA - RESPUESTA ESPONTÁNEA



# La sociedad apoya el reciclaje y la disminución de bolsas plásticas

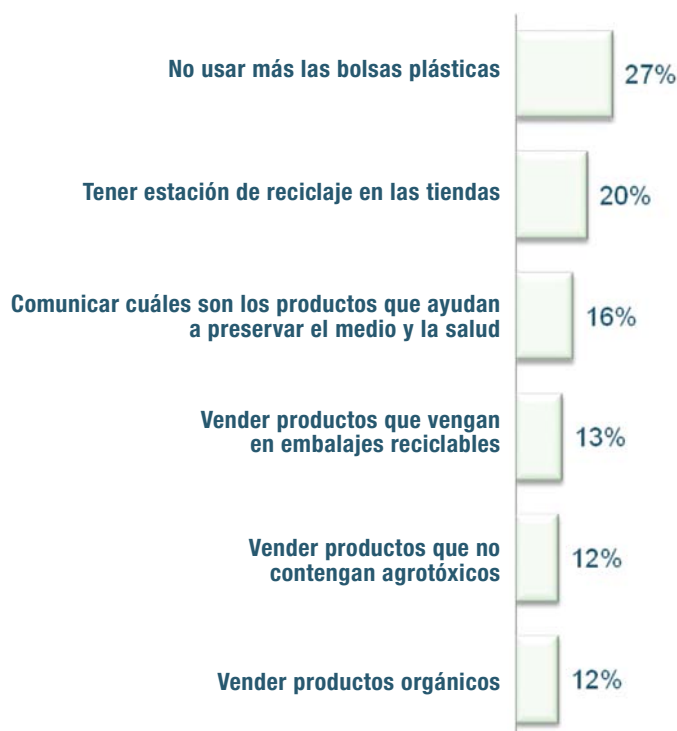
Los supermercados son vistos por la sociedad como una importante interfaz en las cuestiones ambientales. El principal punto con relación a los supermercados es la eliminación del uso de bolsas plásticas. No obstante, otros datos demuestran la relevancia de la oferta de productos con embalajes reciclables, además de la de mantener en las góndolas productos libres de agrotóxicos u orgánicos.

Los supermercados también son señalados como puntos de recolección de residuos a ser encaminados al reciclaje y, también, como fuente de información sobre el impacto ambiental provocado por cada producto. La necesidad de brindar más información a los consumidores se identifica como un factor esencial para la preservación del medio ambiente.

## Los supermercados son vistos por la sociedad como aliados para la reducción de bolsas plásticas y puntos de recolección para reciclaje

Pregunta: ¿Cuáles son las tres acciones más importantes que los supermercados pueden o deben hacer a favor del medio ambiente?  
(ÚNICA OPCIÓN DE RESPUESTA - RESPUESTA ESTIMULADA)

### 1º Lugar



Base: 1100 casos

### DESTAQUES

No usar más las bolsas plásticas: San Pablo y Curitiba, 33%  
Tener estación de reciclaje en las tiendas: Salvador, 34%  
Comunicar cuáles son los productos que ayudan a preservar el medio ambiente y la salud: Río de Janeiro, 22%  
Vender productos que vengan en embalajes reciclables: San Pablo, 18%

# El mundo sin bolsas plásticas

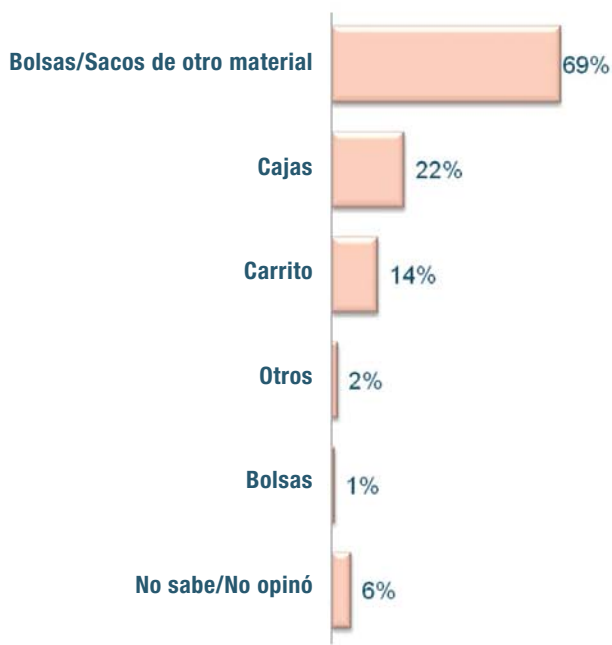
En un mundo sin bolsas, casi el 70% de las personas llevaría sus compras en bolsas de otros materiales, mientras que el 22% elegiría cajas.

En las residencias, no obstante, queda la necesidad de una solución para el desecho de residuos de lo cotidiano. El 47% de las personas depositaría sus residuos en el basurero, en latas o tachos, mientras que el 21 % no sabe o no opinó sobre cómo desechar la basura.

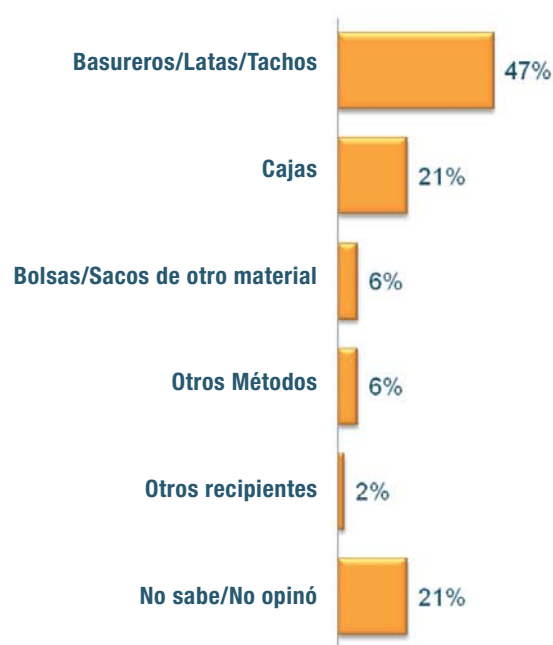
## Si las bolsas plásticas desaparecieran del mundo.

MÚLTIPLES OPCIONES DE RESPUESTA - RESPUESTA ESPONTÁNEA

### ¿... cómo cargaría la compra del supermercado?



### ¿... dónde depositaría la basura y los residuos de casa?



Base: 1100 Cases

#### DESTAQUES

- 1) En la cuestión “¿... cómo cargaría las compras del supermercado?”
  - a. Bolsas/ sacos de otro material: Belo Horizonte y Recife, 82%
  - b. Cajas: Recife, 93%; San Pablo, 30%
- 2) En la cuestión “¿... dónde depositaría la basura y los residuos de casa?”
  - a. Basureros/latas/tachos: Recife, 77%

# Hay mucha gente a favor de la prohibición de las bolsas plásticas

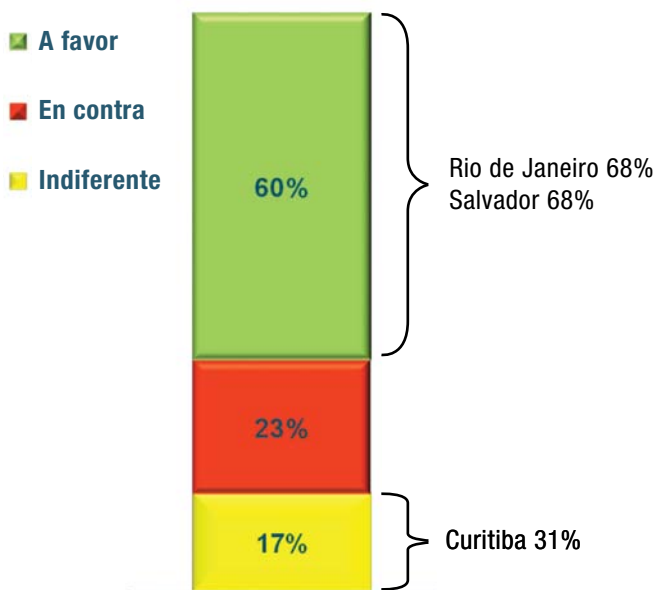
La eliminación de las bolsas plásticas podrá recibir el apoyo del 60% de la sociedad, mientras que un 23% está en contra de la prohibición del uso de este elemento y el 17% no tiene una posición definida. Está abierto el camino para políticas públicas que inhiban el uso de bolsas plásticas en Brasil.

Mientras que el 39% de las personas no oyó hablar en ninguna campaña contra el uso de las bolsas plásticas, el 60% ya tuvo acceso a este tipo de campaña. Este resultado muestra que existe un recuerdo muy claro por parte de la sociedad con relación a las campañas hechas contra el uso de bolsas plásticas por el comercio en general.

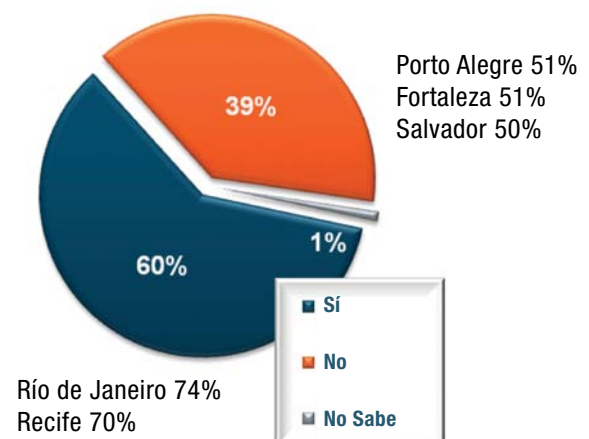
## La ley contra bolsas plásticas tendría el apoyo de la sociedad

MÚLTIPLES OPCIONES DE RESPUESTA - RESPUESTA ESTIMULADA

¿Si existiera una ley que prohibiera la distribución de bolsas plásticas, usted estaría...



¿Ya oyó hablar de alguna campaña relacionada a la reducción del consumo de bolsas plásticas?



Base: 1100 Casos

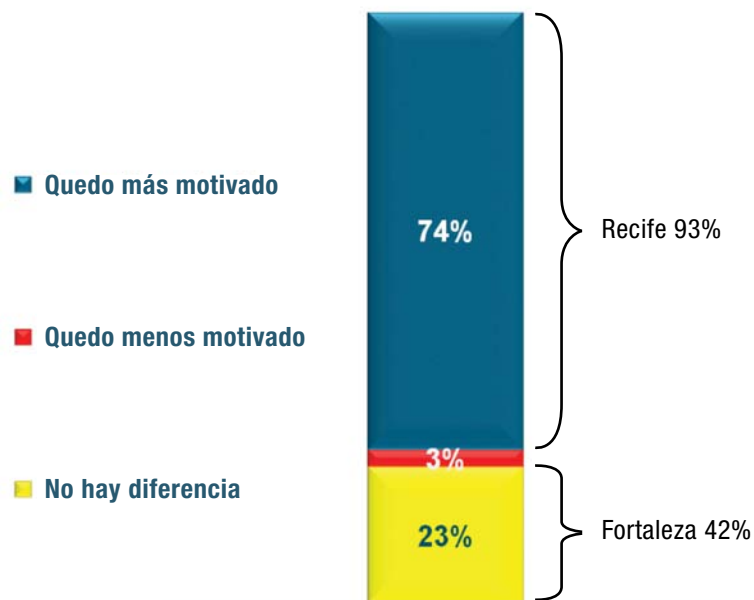
# La mayoría prefiere productos de menor impacto en el medio ambiente

De forma general, la sociedad desea consumir productos que sean más amistosos con el medio ambiente. El 74% de las personas se declara más motivado a comprar productos que hayan sido producidos con técnicas de menor impacto ambiental. No obstante, de acuerdo con esta encuesta, el factor costo es un limitante en el momento de decidirse por productos ambientalmente amistosos que sean más caros.

Sin embargo, para casi un cuarto de las personas, esas son informaciones que no tienen la menor diferencia a la hora de elegir sus productos de consumo o alimentos.

## Comportamiento durante las compras

Si encuentra un producto que fue fabricado de manera ambientalmente correcta... - ÚNICA OPCIÓN DE RESPUESTA - RESPUESTA ESTIMULADA



Si encuentra un producto que fue fabricado de manera ambientalmente correcta

Base: 1100 Casos

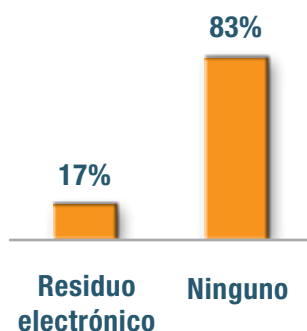
## El 17% guarda residuo electrónico en casa

Televisores, equipos de música, computadoras, teléfonos celulares, pilas y baterías forman los principales ítems del residuo electrónico que se acumula en la casa de las personas. El 17% de ellas no sabe qué hacer con eso y lo guarda en casa a la espera de poder darle un destino adecuado, que recicle sus componentes.

Sin embargo, el 83% de las personas no tiene más equipos viejos o fuera de uso en casa. La destinación del residuo electrónico es un problema importante para las políticas ambientales y de residuos, una vez que contienen metales pesados de todos los órdenes y materiales que pueden ser reaprovechados en otros ciclos productivos. La ciudad donde las personas guardan más equipos electrónicos en casa es San Pablo.

### La gente no sabe dónde desechar el residuo electrónico

MÚLTIPLES OPCIONES DE RESPUESTA - RESPUESTA ESPONTÁNEA



	Total	Porto Alegre	Curitiba	San Pablo	Río de Janeiro	Belo Horizonte	Brasilia	Recife	Salvador	Fortaleza	Goiania	Belén
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Bases	1100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TV	3,0	1,0	5,0	3,0	1,0	4,0	7,0	4,0	3,0	1,0	0,0	4,0
Aparelho de som/rádio	3,0	0,0	3,0	4,0	3,0	3,0	3,0	2,0	1,0	0,0	0,0	4,0
Computador	3,0	1,0	1,0	4,0	4,0	2,0	3,0	3,0	1,0	0,0	0,0	1,0
Aparelho de telefone celular	2,0	0,0	1,0	3,0	3,0	0,0	7,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pilhas	2,0	0,0	0,0	4,0	0,0	0,0	5,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Baterias de celular	1,0	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0	8,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vídeo-game	1,0	0,0	0,0	2,0	1,0	2,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,0
DVD	1,0	1,0	0,0	0,0	0,0	3,0	2,0	1,0	1,0	0,0	0,0	4,0
Vídeo-cassete	1,0	0,0	1,0	1,0	0,0	0,0	2,0	1,0	0,0	0,0	0,0	3,0
Nenhum	82,0	91,0	85,0	79,0	93,0	84,0	69,0	87,0	89,0	97,0	7,0	81,0
Não sabe/ Não opinou	3,0	2,0	5,0	4,0	1,0	1,0	4,0	2,0	1,0	1,0	18,0	3,0

Base: 1100 casos

## Portada

Esta encuesta fue realizada en 2010 por Walmart Brasil y el Ministerio de Medio Ambiente, con el apoyo del Instituto de Pesquisa Synovate de Brasil y de Envolverde.

### Coordinación Institucional

Samyra Crespo, secretaria de Articulación Institucional del Ministerio de Medio Ambiente  
Christianne Urioste Canavero, Directora de Sustentabilidad de Walmart Brasil

### Coordinación

Marcos Carvalho, director de Marketing de Walmart Brasil Eduardo Sincofsky, vicepresidente de Synovate de Brasil

### Coordinación Técnica

Lílian Amaral, coordinadora de Encuestas de Walmart Brasil  
Julia Noble, gerente asistente de Sustentabilidad de Walmart Brasil  
Ricardo Barbosa, gerente de Encuestas de Synovate de Brasil

### Publicación

Agencia Envolverde y Ruschel & Associados Coordinación y Redacción:  
Adalberto (Dal) Marcondes Edición: Rogerio Ruschel Diagramación:  
Rafael Boni Ruschel Revisión: Nanci Vieira

[www.walmartbrasil.com/sustentabilidade](http://www.walmartbrasil.com/sustentabilidade)  
[www.mma.gov.br](http://www.mma.gov.br)





# SUSTENTABILIDAD AQUÍ Y AHORA

Brasileños de 11 capitales hablan sobre medio ambiente,  
hábitos de consumo y reciclaje

Apoio



Realização



Ministério do  
Meio Ambiente

