Cai a resistência às sacolas retornáveis

Consumidor mais jovem e de baixa renda ainda resiste mais ao uso, segundo estudo feito pela consultoria Kantar

Supermercados voltam a dar sacolinhas de plástico no Estado de São Paulo para cumprir decisão da Justiça

CLAUDIA ROLLI
DE SÃO PAULO

A resistência dos consumidores ao uso de sacolas retornáveis diminuiu.

O resultado é apontado em estudo feito no primeiro trimestre pela Kantar Worldpanel, consultoria que acompanha semanalmente o comportamento de famílias de 8.200 residências do Brasil. Uma vez ao ano o estudo é feito em parte para a Apas (associação de supermercados).

No levantamento, 20% informaram que sempre levam sacolas retornáveis às compras. Em 2010, eram 14%.

São em sua maioria consumidores com 50 anos ou mais, de famílias das classes A e B, formadas por um ou dois membros. Vão aos supermercados, em média, 14 vezes ao mês e gastam R$ 225.

"As reutilizáveis ganham força. Mas ainda é alto o percentual dos que nunca usam esse tipo de sacola", diz Christine Pereira, diretora da consultoria.

Neste ano, 43% informaram que nunca levam a sacola e 14% o fazem raramente. Em 2010, 58% nunca haviam levado e 13%, raramente.

Entre os mais resistentes ao uso de sacolas reutilizáveis estão donas de casa de até 29 anos, das classes D e E, e famílias com cinco ou mais membros. Têm o hábito de fazer compras 16 vezes ao mês e gastam, em média, R$ 228.

"O que se nota é que há maior preocupação com o ambiente. Mas o consumidor opta por produtos sustentáveis quando trazem benefício ao seu bolso", diz Christine.

Ela cita como exemplo o uso de lâmpadas econômicas —neste ano, 59% afirmam usá-las, ante 49% em 2010.

Ontem, os supermercados voltaram a entregar as sacolas plásticas sem cobrança. "Estamos preparando material para esclarecer à Justiça o plano para substituir as descartáveis", diz João Galassi, presidente da Apas.

MAIS SUSTENTÁVEL
Pesquisa mostra que compra com sacola retornável ganha força entre consumidores

*Pesquisa feita no 1º trimestre em 8.200 residências do país Fonte: Kantar WorldPanel