

**Sindicatos | F&CSP**

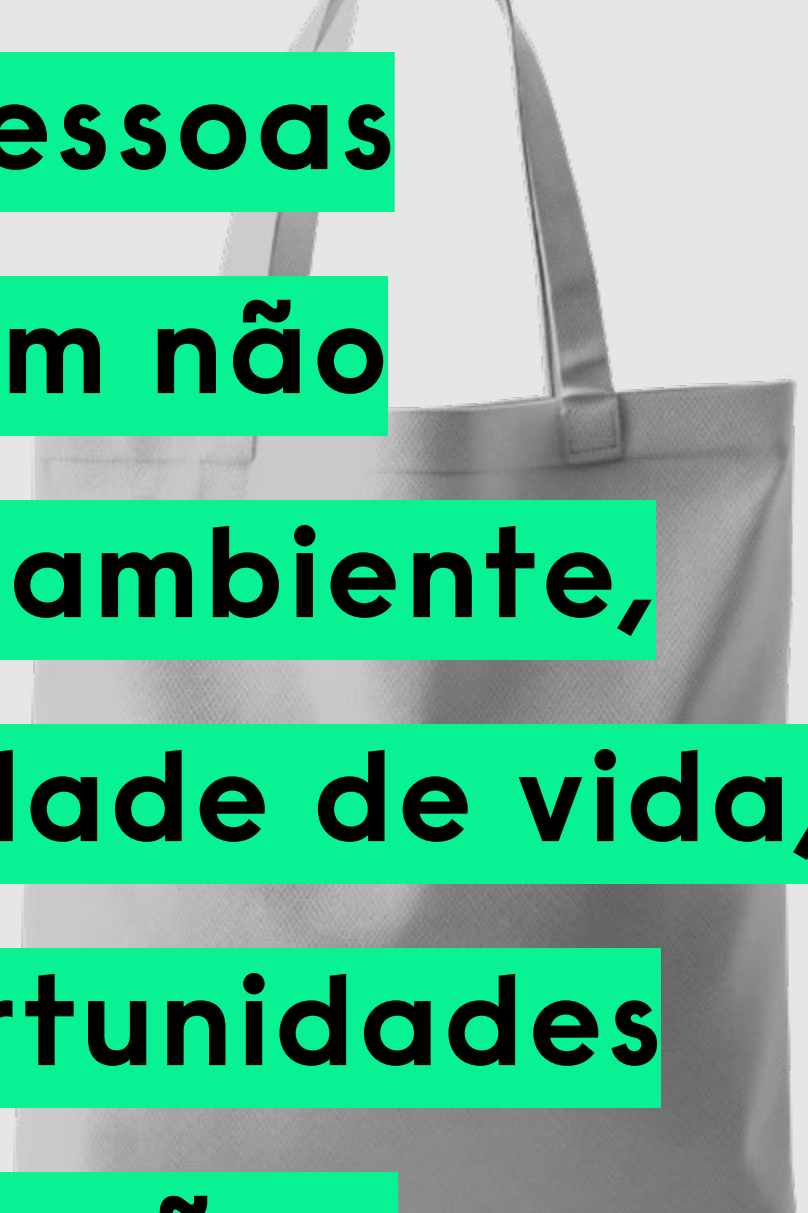


# CONSUMO CONSCIENTE NO COMÉRCIO

UM GUIA PRÁTICO PARA  
ENGAJAR CLIENTES E  
INCENTIVAR O IMPACTO  
POSITIVO DO SEU  
ESTABELECIMENTO

Já parou para pensar nos efeitos das suas escolhas na hora de fazer compras? Desde 1972, quando a Organização das Nações Unidas (ONU) lançou um alerta global sobre a importância do consumo consciente, essa questão se tornou essencial para o futuro do planeta — e também para os negócios.

**A maneira como as pessoas produzem e consomem não afeta apenas o meio ambiente, mas também a qualidade de vida, a economia e as oportunidades para as próximas gerações.**



Para a ONU, os padrões insustentáveis de consumo e produção são, atualmente, os principais responsáveis pela tripla crise planetária: mudanças climáticas, perda de biodiversidade e poluição. Esses desafios põem em risco a prosperidade e a qualidade de vida das gerações de hoje e do futuro. Em razão disso, as transformações sistêmicas e estruturais na forma como a sociedade produz e consome são fundamentais para lidar com essas crises e possibilitar um desenvolvimento sustentável em escala mundial.

A produção sustentável é a base para o consumo consciente e está relacionada à economia circular, ao combate ao desperdício, à gestão ambientalmente adequada dos resíduos sólidos (gerados por empresas e consumidores domésticos) e ao descarte de embalagens e produtos pós-consumo para os sistemas de coleta seletiva municipal e logística reversa.

Essas medidas podem contribuir para a redução das desigualdades e o alcance da transição justa para a economia circular e o desenvolvimento sustentável, na medida em que geram emprego e renda e reduzem a poluição (do ar, da água e do solo) e a extração de recursos naturais.

Além do impacto positivo ao meio ambiente e à sociedade, a adoção de boas práticas ambientais amplia as possibilidades de contratação por outras empresas, seja por exigência de normas internacionais — aplicáveis às companhias multinacionais, as quais refletem nos pequenos fornecedores —, seja por determinação do Poder Público, uma vez que a lei de licitações contempla regras relacionadas a produtos e serviços sustentáveis.

O consumo consciente deve ser uma premissa para a atividade empresarial do comércio de bens, serviços e turismo, de forma a melhorar processos, reduzir custos, agregar valor à marca e aumentar a reputação. Este e-book é o convite para esta missão!



---

## ETAPAS DO CONSUMO CONSCIENTE

---

COMO AS EMPRESAS  
PODEM CONTRIBUIR PARA  
O CONSUMO CONSCIENTE?

---

BENEFÍCIOS DO  
CONSUMO CONSCIENTE

---

COMUNICANDO-SE  
ADEQUADAMENTE  
COM O CLIENTE

---

COMO EVITAR  
O 'GREENWASHING'  
E O 'SOCIALWASHING'?

---

POR QUE COMUNICAR  
É IMPORTANTE?

---

CONCLUSÃO

---

CARTAZ

---



# ETAPAS DO CONSUMO CONSCIENTE

O consumo consciente envolve a adoção de padrões sustentáveis de produção, consumo e responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos e suas embalagens, incluindo fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes e, especialmente, os consumidores finais, os quais têm a responsabilidade de garantir a destinação ambientalmente adequada após o consumo.

É importante que esse compromisso observe os objetivos da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS): “Não geração, redução, reutilização, reciclagem e tratamento dos resíduos sólidos, bem como a disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos”.

Veja, a seguir, como aplicar essas diretrizes em cada etapa do ciclo.

## 1 Pré-consumo: escolhas que fazem a diferença em toda a cadeia produtiva

Nesta etapa, tomam-se decisões que refletem em todo o ciclo de vida dos produtos. Algumas escolhas incluem:

- **sustentabilidade na produção:** considerar a quantidade de água consumida, o uso de materiais reciclados e de origem sustentável (por exemplo, madeira de reflorestamento ou não proveniente de desmatamento), os produtos sem testes em animais etc. Além disso, priorizar os produtores locais e cadeias que valorizem o bem-estar social, como remuneração justa para os seus colaboradores;
- **benefícios durante o uso:** optar por produtos que economizem recursos, como energia (selo Procel) e água (por exemplo, torneiras com sistema *dual flush*, com fechamento automático, sistemas de descarga com menos consumo, entre outros), e reduzam a geração de resíduos, como produtos duráveis feitos em vidro, plástico rígido ou outro material que possibilite o reúso de uma embalagem em finalidade diversa.

## 2 Durante o consumo: prolongue o ciclo de vida

Adotar práticas que aumentem a durabilidade dos produtos é importante para um consumo mais consciente. Dentre as ações, destacam-se:

- **reutilização e reparos:** explore formas de dar uma segunda vida a itens que, de outra forma, seriam descartados. Manutenções e consertos são grandes aliados;

**Dicas extras:** o e-book sobre economia circular da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) traz *insights* práticos sobre como estender a vida útil dos produtos. Acesse [aqui](#).

## 3 Pós-consumo: a destinação correta é indispensável

Após o uso, é hora de dar o destino ambientalmente adequado aos resíduos gerados. Algumas medidas incluem:

- **Logística Reversa (LR):** devolver aos pontos de entrega dos Sistemas de Logística Reversa (SLRs) os produtos pós-consumo de significativo impacto ambiental, como pilhas e baterias portáteis, eletroeletrônicos, lâmpadas, baterias de chumbo-ácido, óleo vegetal alimentar residual e embalagens;
- **reciclagem:** separar os recicláveis para entregá-los ao sistema de coleta seletiva municipal ou destiná-los aos Pontos de Entrega Voluntária (PEVs) instalados em locais públicos e privados;
- **compostagem:** transformar resíduos orgânicos em adubo natural, reduzindo a quantidade de lixo enviada aos aterros.

**Cada etapa desse ciclo é uma oportunidade de impactar positivamente o planeta e a sociedade.**

**Escolher com responsabilidade, usar com cuidado e descartar com consciência são ações que, juntas, contribuem para um futuro mais sustentável.**



# COMO AS EMPRESAS PODEM CONTRIBUIR PARA O CONSUMO CONSCIENTE?

As empresas são determinantes na promoção da sustentabilidade de duas formas:

**A**dotando melhores práticas nos processos, como:

- preferir produtos que apresentem os atributos socioambientais citados na etapa pré-consumo;
- substituir itens descartáveis por outros da linha de bens duráveis, como copos, pratos, talheres e sacolas;
- consertar e reutilizar produtos e embalagens antes de adquirir novos itens;
- destinar resíduos de forma ambientalmente adequada:
  - ▶ se for um grande gerador, ou seja, caso gere a partir de 200 litros diários de resíduos, elabore seu Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS) e contrate serviço privado de coleta, destinação e disposição de resíduos;
  - ▶ se for um pequeno gerador (abaixo de 200 litros diários), separe os resíduos para destiná-los ao serviço público municipal de coletas seletiva e comum, use os PEVs dos SLRs e, se possível, faça a compostagem dos orgânicos.
- participar dos SLRs sendo um PEV para o descarte de produtos de impacto ambiental.

Saiba mais, acessando a [Plataforma de LR da FecomercioSP](#) e o [e-book de LR](#).

**O**rientando o consumidor: educar e conscientizar é uma maneira poderosa de promover o consumo consciente. Para isso, é importante adotar estratégias para engajar clientes e reforçar a responsabilidade socioambiental em todas as etapas do ciclo de vida do produto.

Confira, a seguir, algumas medidas práticas para disseminar a cultura do consumo consciente.

- **Preferência a produtos com atributos socioambientais:** destaque os itens com selos de sustentabilidade, códigos QR ou sites que detalhem essas características.
- **Substituição de itens descartáveis:** oriente os clientes a preferirem itens da linha de bens duráveis, encorajando-os a adotar sacolas de tecido, ráfia e lona, em substituição àquelas de plástico.
- **Reúso e conserto:** informe o cliente que essas ações devem ser priorizadas antes do descarte de produtos e embalagens, quando aplicável.
- **Destinação ambientalmente adequada:**
  - ▶ **Comunique os clientes sobre a necessidade de triagem de resíduos:** separe os resíduos em dois tipos — recicláveis e orgânicos/rejeitos para a destinação ambientalmente adequada. Os resíduos recicláveis devem ser entregues aos sistemas de coleta seletiva ou aos PEVs do município, e os orgânicos para compostagem ou junto com os rejeitos, à coleta comum;
  - ▶ **participação na LR:** oriente a respeito do descarte correto de produtos pós-consumo de impacto ambiental sujeitos à LR, como eletrônicos, lâmpadas, pilhas, óleo de cozinha, produtos e embalagens, nos outros pontos de entrega de SLRs. Para tanto, use canais digitais, como redes sociais e e-mails, e pontos de venda físicos, como gôndolas e etiquetas, para lembrar os consumidores sobre a importância do descarte ambientalmente responsável de produtos pós-consumo;
  - ▶ **Compostagem:** ofereça dicas simples e práticas para que os clientes reciclem os resíduos orgânicos em casa, com compostagem caseira.

**Cartaz destaca ações aos consumidores para um consumo mais consciente**

Imprima o cartaz a seguir em A3 ou A4, pendure no seu estabelecimento e deixe visível para os clientes. Ressalte que a sua equipe está pronta para tirar todas as dúvidas sobre consumo consciente!

# ADOTAR O CONSUMO CONSCIENTE É SIMPLES

**Pequenas ações no momento da compra e do descarte fazem uma grande diferença para você e para o planeta.**

**Que tal começar agora?**

**Dicas para praticar o consumo consciente**

- Prefira produtos com selos de sustentabilidade ou informações claras sobre seus atributos socioambientais.

- Separe os resíduos: divida entre recicláveis, orgânicos e rejeitos para garantir o descarte adequado.
- O descarte de produtos como eletrônicos, lâmpadas e baterias precisa de atenção especial. Procure os pontos de entrega dos Sistemas de Logística Reversa (SLRs).
- Reutilize, conserte e prolongue a vida útil dos produtos.
- Transforme restos de alimentos em adubo natural e reduza o volume de lixo descartado.
- Apoie os produtores locais e as marcas comprometidas com o meio ambiente e as pessoas.

**Quer fazer mais?**

**Veja outras ações simples**

- Evite o desperdício: compre apenas o indispensável e planeje as compras para evitar descartes desnecessários. Você vai perceber que economizará dinheiro para adquirir outros produtos e serviços da sua lista de desejos!
- Valorize o reúso: dê preferência a embalagens retornáveis ou reutilizáveis e reduza ao máximo o uso de descartáveis como copos, pratos, talheres etc.

- Economize recursos: prefira produtos que poupem água e energia, como torneiras de fechamento automático e eletrodomésticos com notas máximas do selo Procel de eficiência energética.
- Divulgue boas práticas: compartilhe estas dicas com amigos e familiares. Juntos, podemos ampliar o impacto positivo!



FECOMERCIOSP | Sesc Senac

Conselho de Sustentabilidade  
da FecomercioSP



# BENEFÍCIOS DO CONSUMO CONSCIENTE

A escolha consciente por produtos que ofereçam mais atributos socioambientais contribui para a prevenção de danos, como a poluição e a exploração de matéria-prima, garantindo a preservação dos recursos naturais para as atuais e futuras gerações, além de promover o desenvolvimento sustentável.

**Esta abordagem estimula a responsabilidade compartilhada com todos os envolvidos no ciclo de vida dos produtos, desde a criação até o descarte.**



Ao mesmo tempo, valoriza os resíduos recicláveis como ativos econômicos e sociais, capazes de gerar trabalho, renda e cidadania. A transparência também ganha destaque com o direito à informação, permitindo que consumidores tenham acesso a dados claros e relevantes sobre os produtos que consomem.

# COMUNICANDO-SE ADEQUADAMENTE COM O CLIENTE

Garantir que consumidores tenham acesso a informações confiáveis sobre produtos e serviços é uma peça-chave para atingir a meta 12.8 dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Essa meta visa, até 2030, assegurar que todas as pessoas estejam conscientes acerca do desenvolvimento sustentável e possam adotar estilos de vida alinhados com a preservação do meio ambiente.

O programa One Planet Network, um compromisso mundial assumido pelos 193 Estados-membros da ONU em 2012 para incentivar padrões de consumo e produção sustentáveis, destaca os desafios do consumo consciente, como transparência, informações incompletas ou não confiáveis e excesso de rótulos e padrões que dificultem a comparação de produtos.

A iniciativa recomenda o uso de rótulos ou selos com auditoria de terceira parte que certifiquem o desempenho socioambiental e as realizações de publicidade, campanhas de conscientização e estratégias de marketing que ajudem os consumidores quanto a escolhas mais sustentáveis, desde a compra até o descarte. No entanto, essas orientações precisam ser desenvolvidas com cuidado para evitar práticas como o *greenwashing* (afirmações enganosas sobre sustentabilidade) e o *socialwashing* (distorções sobre impacto social).



# COMO EVITAR O 'GREENWASHING' E O 'SOCIALWASHING'?

O One Planet Network oferece diretrizes para o fornecimento de informações confiáveis sobre produtos, como:

- **fontes comprováveis:** dados de atributos ambientais devem ser comprovados por meio de selos ou certificações, além de disponibilizados em recursos digitais, como códigos QR, aplicativos e sites;
- **linguagem acessível:** as informações devem evitar termos técnicos e complexos, de forma a facilitar a compreensão pelo consumidor;
- **Princípios fundamentais:**
  - ▶ **confiabilidade:** oferecer informações fundamentadas e verificáveis;
  - ▶ **relevância:** priorizar características que realmente impactem a sustentabilidade;
  - ▶ **clareza:** expor informações úteis e compreensíveis;
  - ▶ **transparência:** fornecer dados completos e acessíveis;
  - ▶ **acessibilidade:** adotar meios fáceis e diretos para alcançar os consumidores;
  - ▶ **três dimensões:** relatar os desempenhos ambiental, social e econômico do produto;
  - ▶ **mudança de comportamento:** priorizar práticas como reutilização e descarte adequado;
  - ▶ **abordagem multicanal:** inspirar consumidores com diversas formas de sensibilização e engajamento;
  - ▶ **colaboração:** fazer parcerias com ONGs e a comunidade ajudam a disseminar orientações relevantes;
  - ▶ **comparabilidade:** divulgar características comparáveis de produtos para que os consumidores façam escolhas melhores e mais sustentáveis.

## POR QUE COMUNICAR É IMPORTANTE?

A informação confiável não só possibilita os consumidores a fazerem escolhas conscientes, como também fortalece a relação entre marcas e clientes, promovendo práticas sustentáveis em toda a cadeia de valor.

## QUER SE APROFUNDAR NOS TEMAS?

Explore materiais exclusivos que detalhem como adotar padrões de consumo e produção sustentáveis na prática. Essas informações estão disponíveis para ajudar você a transformar conhecimento em ações concretas.

O curso sobre Marketing Verde, da ONU, pode ajudar as empresas a identificarem melhor as alegações dos produtos que têm mais probabilidade de fortalecer decisões de consumo sustentável e evitar *greenwashing*. Está disponível [aqui](#), em inglês.

## FIQUE LIGADO!

A Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) realizou uma pesquisa com 1.019 consumidores, de 320 cidades em todas as regiões do Brasil, revelando dados importantes.

Apenas 23% dos entrevistados informaram pesquisar SLRs e se responsabilizarem por descartar os produtos eletroeletrônicos pós-consumo nas condições adequadas e nos locais estabelecidos. Outros 19% simplesmente acumulavam em casa e 14% descartavam no lixo comum. Dessa forma, comunicar sobre o SLR é uma ótima oportunidade para engajar um consumidor que esteja ávido por informações de qualidade e que reconheça o valor da sua empresa em prol do meio ambiente.

Mais de um terço dos entrevistados disse considerar as práticas das empresas em relação a funcionários, proteção ao meio ambiente e casos de corrupção nas decisões de consumo diárias.

Mais da metade dos entrevistados expressou dedicação à sustentabilidade, enfatizando a importância de certificações ou selos socioambientais para os produtos.

Cerca de 76% informaram que a sustentabilidade era, no momento em que o estudo fora realizado, mais importante do que dois anos antes. Os fatores considerados estão relacionados a riscos decorrentes de eventos climáticos, segurança e saúde, poluição e desperdício. Para saber mais, acesse a pesquisa completa [aqui](#).



# CONCLUSÃO

Os negócios têm função importante para a promoção da sustentabilidade em diversas formas, tanto nos processos quanto nas escolhas dos consumidores, beneficiando toda a sociedade e o meio ambiente por meio de medidas simples ou um pouco mais complexas, de acordo com o perfil financeiro de cada um. Tudo isso resulta em benefícios econômicos e reputacionais, conforme exemplificado neste e-book.

A Fecomercio SP deseja êxito nesta jornada, que deve ser de constante evolução!



**FECOMERCIO**SP  | **Sesc Senac** 

**PUBLICAÇÃO DA FEDERAÇÃO  
DO COMÉRCIO DE BENS,  
SERVIÇOS E TURISMO DO  
ESTADO DE SÃO PAULO**

**Abram Szajman  
PRESIDENTE**

**Ivo Dall'Acqua Júnior  
PRESIDENTE EXECUTIVO**

**Antonio Carlos Borges  
SUPERINTENDENTE**

**Av. Rebouças, 3377  
Pinheiros • São Paulo**

**11 3254-1700 • fax 11 3254-1650**

**[www.fecomercio.com.br](http://www.fecomercio.com.br)**

---

**PRODUÇÃO ● TUTU JANEIRO 2025**