

Principais conclusões

Primeiro Grande Inquérito sobre Sustentabilidade em Portugal

A Missão Continente, com a coordenação do Instituto de Ciências Sociais (ICS) da Universidade de Lisboa, promoveu a realização do Primeiro Grande Inquérito sobre Sustentabilidade em Portugal, cujo objetivo é o de traçar um retrato da sociedade portuguesa nas áreas do consumo sustentável, alimentação, ambiente, investimento e políticas públicas. Este estudo foi realizado através de inquéritos presenciais em Portugal Continental e Ilhas, entre abril e maio de 2016, a uma amostra representativa de 1500 inquiridos, maiores de 18 anos.

Para o **Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa** “a primeira palavra a este inquérito é de elogio. Quer saber-se o que os portugueses pensam sobre eles próprios e essa informação, tratada cientificamente, é muito interessante. Este tipo de trabalho não é só um retrato do país, é um catalisador do futuro dos portugueses. Temos de complementar a perspetiva económico-financeira com uma perspetiva sociocultural, permanente. É da simbiose das duas que resulta aquilo que precisa o país”

Para **Luís Moutinho, CEO da Sonae MC**, “Para a Missão Continente é importante perceber como é que os portugueses veem o seu futuro e o do País e quais as suas prioridades para que possamos garantir um futuro mais sustentável. Esta é a razão principal pela qual entendemos realizar o Primeiro Grande Inquérito à Sustentabilidade em Portugal, com a coordenação científica do Instituto de Ciências Sociais. Acreditamos que desta forma a Missão Continente conseguirá ir cada vez mais ao encontro das expectativas e necessidades dos Portugueses e contribuir para um Portugal melhor, mais saudável e sustentável ”

“Nós portugueses somos pequenos em termos territoriais, somos grandes em termos de afirmação universal. A nossa dimensão física não corresponde à nossa dimensão espiritual, que é muito mais vasta”, termina o Presidente da República.

Turismo e educação devem ser setores prioritários de investimento no país

Segundo os portugueses, o turismo (46%) e a educação e formação (46%) devem ser as grandes apostas de investimento para o futuro do país. Os resultados do inquérito apontam para a existência de duas visões geracionais – entre os 25 e os 44 e maiores de 54, que se polarizam em alguns setores e convergem noutros. Para a geração mais velha, e também menos instruída, a agricultura, pecuária e comércio constituem setores essenciais para investimento no futuro. Já a geração mais jovem, considera que as energias renováveis e novas tecnologias devem ser a aposta do país.

Incêndios são o problema mais grave que Portugal enfrenta

Esta demarcação geracional está também espelhada no posicionamento que os portugueses têm em relação aos problemas ambientais. Embora 45,8% dos inquiridos considere que os incêndios florestais são o problema mais grave que Portugal enfrenta, os jovens e adultos até aos 44 anos apresentam níveis de preocupação mais elevados com o problema das alterações climáticas e com o despovoamento do interior. Já a geração acima dos 55, valoriza sobretudo o problema da escassez de água e excesso de lixo produzido.

Políticas públicas: portugueses querem aposta nas áreas sociais

No que concerne às políticas públicas onde os portugueses consideram ser mais importante apostar, destacam-se as áreas sociais, nomeadamente a aposta na boa prestação de serviços (educação e saúde) e a segurança pública. A necessidade de reforçar as políticas públicas de teor social surge como uma das dimensões de desenvolvimento sustentável mais valorizada pelos portugueses.

Sustentabilidade é já um termo conhecido pela esmagadora maioria da população

A maior parte dos portugueses (73%) já ouviu falar sobre sustentabilidade, sendo os media o meio privilegiado de acesso a esta temática. São as gerações mais velhas, menos escolarizadas e residentes em meios rurais que afirmam não conhecer o termo. As dimensões dominantes do conceito de sustentabilidade são a económica e ambiental, registando-se um desequilíbrio face à dimensão social e sobretudo à de governança.

À expressão sustentabilidade, os portugueses associam o consumo sustentável. Para o aumento do consumo responsável, os portugueses acreditam que é preciso promover a produção e o comércio de proximidade, e apostar em mais informação, quer através da rotulagem dos produtos, como através de campanhas para ajudar à mudança dos padrões de consumo. Esta aposta na produção e comércio de proximidade é reafirmada pela tendência de valorização da produção nacional e local.

Crise altera perfis de consumo

A crise teve consequências ao nível das mudanças nos perfis de consumo. De acordo com os resultados do estudo, o perfil dominante dos portugueses, neste momento, é o 'consumidor livre-escolha', que valoriza ter à sua disposição um vasto leque de bens e serviços. **A confirmá-lo, o estudo indica que** os consumidores procuram sobretudo formatos de loja associados a variedade, para as suas compras, como é o caso dos hipermercados (68%), supermercados próximos da residência (62%), lojas especializadas (53%) e grandes áreas comerciais (48%).

No entanto, formatos emergentes como feiras e mercados, compras diretamente ao produtor, lojas ou mercados de produtos biológicos e cooperativas começam a ganhar algum destaque.

Relativamente a compras de produtos alimentares na internet, quase 10% dos inquiridos afirmaram fazê-lo com regularidade.

O outro grande perfil de consumo que surgiu no pós-crise foi o ‘consumidor estrangido’ – que está sobretudo preocupado em gerir poupanças. Para o conseguir fazer, a grande opção é comprar as promoções (39%) contudo outras soluções foram encontradas: 35% dos portugueses passaram a optar por produtos mais baratos, 31% a frequentar menos restaurantes e 30% a comprar produtos de marca própria. As marmitas no trabalho (14%) e o cultivo próprio de legumes (11%) foram outras alternativas mencionadas pelos inquiridos. Mesmo assim, 3 em cada 10 portugueses parecem ter sido menos afetados pela crise, já que afirmaram não ter alterado os seus hábitos de consumo, são estes maioritariamente homens e tendem a situar-se nos grupos etários com idade superior a 45 anos e assumem usufruir de um rendimento confortável.

Mesmo com o aumento da preocupação em gerir o orçamento familiar, o estudo demonstrou que os portugueses continuam a valorizar a qualidade e a origem dos alimentos. Quando questionados sobre os critérios fulcrais para a compra de produtos alimentares, 86% dos inquiridos afirmou valorizar a frescura e um preço justo, 79% o prazo de validade e 63% os produtos nacionais.

Autoavaliação positiva de vida saudável predomina

Os resultados do estudo apontam para uma autoavaliação positiva de vida saudável predominante sobretudo entre os grupos sociais com rendimentos mais confortáveis, habitantes de cidades de média dimensão (tidas como os grandes polos de qualidade de vida) e entre os inquiridos com mais escolaridade. Para os portugueses que vivem em maiores dificuldades desde a crise e para os menos escolarizados, a autoavaliação – quer do estilo de vida quer da alimentação, é preocupante.

Desperdício alimentar é a maior preocupação alimentar em Portugal

A preocupação com a poupança e uma distribuição justa dos bens parece também ter aumentado com o pós-crise. Quando questionados sobre as suas principais preocupações alimentares, neste Primeiro Grande Inquérito sobre Sustentabilidade, os portugueses (77%) referem em primeiro lugar o desperdício alimentar, 76% a contaminação por bactérias como a salmonela, 74% o potencial cancerígeno das carnes processadas e 72% a presença de Organismos Geneticamente Modificados (OGMs).

Para combater o desperdício alimentar – a principal preocupação dos portugueses – os inquiridos querem informação mais clara sobre prazos de validade (53%) e clarificação dos diferentes tipos de validades existentes (41%). Receitas para aprovisionamento dos excessos (39%) e dicas sobre as formas de conservação e armazenagem dos produtos (38%) são também soluções apontadas.

Menos carne na alimentação

Relativamente à predisposição para adoção de práticas alimentares alternativas, a preocupação com o excesso de consumo de carne parece ter crescido entre os portugueses, já que quase metade (45%) está disposto a optar por proteínas vegetais como grão, feijão e soja, em alternativa à carne. Outras alternativas mais arrojadas são apontadas por 20% dos inquiridos como optar por carne de animais clonados ou até ingerir insetos e minhocas processados (19%).

Mais dinheiro significaria mais poupanças

Uma das tendências que mais se terá acentuado com a crise é a necessidade de poupar. De facto, quando questionados sobre o que fariam caso o seu orçamento familiar aumentasse, 46% dos respondentes afirmou que investiria em poupanças, algo que se parece sobrepor mesmo às férias, mencionadas por 43% dos portugueses. Outros itens apontados são aqueles mais associados a bens essenciais como cuidados de saúde (41%), habitação (32%) e comprar ou reparar o carro (23%).

Associativismo e voluntariado não são significativos

Entre os portugueses, o associativismo continua a ser pouco significativo. Ainda assim, 30% dos portugueses declara ser membro associado de uma organização não lucrativa e pouco mais de 22% realiza trabalho voluntário em alguma organização não lucrativa, sendo as igrejas as mais assinaladas.

Em Portugal, as práticas de voluntariado resumem-se às áreas tradicionais de saúde e assistência social e também da cultura, educação e recreio, ligado sobretudo a crianças e jovens. A participação cívica em Portugal assume um perfil de relação inter-pessoal de proximidade, muito ligada à família e conhecimentos diretos, mas fecha os horizontes cívicos num campo limitado de objetivos de escola nacional ou global.

Predominância de ações individuais a favor do ambiente

Os portugueses fazem mais ações individuais e de âmbito doméstico a favor do ambiente, como reciclagem e poupança de eletricidade, do que participam em ações coletivas, como limpeza de floresta ou outras atividades de conservação de natureza. Estas ações tendem a ser realizadas mais por mulheres do que por homens, com idades entre os 25-54 anos, pelos mais escolarizados e pelos que auferem um rendimento razoável.

Atividades de lazer gratuitas ganham papel compensatório

Devido à crise, regista-se uma descida acentuada nas atividades de lazer, em especial nas que requerem custos financeiros adicionais, como sendo idas a restaurantes, espetáculos de vária ordem e frequência de ginásios. Em contrapartida, as atividades gratuitas, são aquelas que resistem e até aumentam, passando a desempenhar um papel compensatório no quotidiano dos portugueses, como é o caso de passear em jardins públicos, fazer jardinagem e trabalhar numa horta.



Para mais informações, por favor contacte:

GCI | Joana Marinho | Telm: 93 882 61 74 | E-mail: jmarinho@gci.pt