

69% dos paulistanos querem a volta da distribuição de sacolas plásticas nos supermercados, aponta Datafolha

Pesquisa mostra que 73% dos consumidores são contrários à cobrança das sacolas retornáveis, e 88% contrários à cobrança das sacolas plásticas

Pesquisa Datafolha, realizada nos dias 2 e 3 de maio, revela que 69% dos paulistanos querem a volta da distribuição das sacolas plásticas nos supermercados. A pesquisa revela uma mudança na percepção da população, que passou a enxergar no acordo entre a Associação Paulista de Supermercados (Apas) e o Governo do Estado de São Paulo – que obrigou os supermercados a suspenderem a distribuição dessas embalagens – uma desvantagem para o consumidor, ganhos econômicos para os supermercados e nenhuma vantagem ambiental.

A pesquisa aponta que 43% dos entrevistados acreditam que o principal motivo para o fim das sacolinhas foi o interesse econômico dos supermercadistas e outros 35% acreditam que foi por imposição das autoridades. Apenas para 22% o acordo teve como objetivo a preocupação com o meio ambiente. Em relação ao maior beneficiado com o fim das sacolas, a grande maioria, 64%, afirma que supermercados são os que mais ganharam com a medida. Somente um terço aponta que o meio ambiente foi beneficiado. As sacolas plásticas são um dos principais itens de custos dos supermercados.

Sobre a cobrança das sacolas plásticas e/ou retornáveis, a pesquisa Datafolha apontou que 73% dos consumidores são contrários à cobrança das sacolas retornáveis e 88% contrários à cobrança de sacolas plásticas.

Quatro em cada dez entrevistados (39%) já desistiram de fazer as compras por não dispor de sacolas plásticas para transportar seus produtos. Para 23%, a desistência ocorreu no caixa, no momento de pagar as contas. Sobre praticidade, 69% da população declararam que fica mais difícil transportar as compras em sacolas retornáveis, e 52% apontam que as embalagens retornáveis são menos higiênicas que as sacolas plásticas comuns.

Questionados se os supermercados onde costumam fazer compras continuam distribuindo sacolas plásticas gratuitamente, 24% informaram que sim. E 35% conhecem outras lojas, além das que frequentam normalmente, que ainda distribuem as sacolinhas. Perguntados se aumentaram a frequência de compras em locais que continuam entregando sacolas plásticas, como açougue, padaria, feira, sacolão, armazém e vendinhas, cerca de 3 em cada 10 entrevistados confirmaram que estão indo mais a esses estabelecimentos comerciais.

Mesmo com a decisão de não entregar mais sacolas plásticas ao consumidor, a população não percebeu, por parte dos supermercados, nenhum benefício econômico para si. Para 75% dos entrevistados não houve alteração no valor dos produtos após a

retirada das sacolas plásticas. Entre os que notaram alguma mudança, 23% afirmam que houve aumento, não redução.

Segundo o Datafolha apurou, 62% dos entrevistados concordam que, com a retirada das sacolas plásticas, passaram a gastar mais com a compra de saco de lixo. 50% dos consumidores perceberam aumento no preço dos sacos de lixo. 77% das pessoas passaram a pegar em maior quantidade os sacos de hortifrúti.

Meio ambiente

A criação de programas de educação ambiental, um dos argumentos da Apas para justificar a economia com a retirada das sacolas plásticas, não foi notada pelos consumidores. Questionados se tinham conhecimento sobre algum projeto ambiental desenvolvido por super/hipermercados após a retirada das sacolas plásticas, 95% dos consumidores afirmaram desconhecer qualquer envolvimento do setor em prol do meio ambiente.

Em relação à reciclabilidade do plástico, 83% dos entrevistados dizem ter conhecimento que o plástico é 100% reciclável e pode ser usado como matéria prima para outros produtos.

Objetivo e metodologia da pesquisa

Realizada entre os dias 2 e 3 de maio deste ano, a pesquisa do Datafolha teve como objetivo conhecer a opinião do consumidor paulistano sobre a retirada das sacolas plásticas dos supermercados. Foram entrevistadas homens (46%) e mulheres (54%), com média de 41 anos e pertencentes a todas as classes econômicas, que costumam fazer compras de alimentos ou produtos para casa em super/hipermercado, mesmo que eventualmente.

Foram realizadas 612 entrevistas, distribuídas geograficamente na cidade de São Paulo. A margem de erro máxima para o total da amostra é de quatro pontos percentuais, para mais ou para menos. 78% do público estudado têm renda familiar até cinco salários mínimos (R\$ 3.110,00), sendo 36% com renda familiar de até dois salários mínimos.

Informações para a imprensa:

MFree Comunicação

**Roberta Provatti, Margarete Ricciotti e Marcio Freitas
(11) 3171-2024 – ramal 2 – redação**