



Data from Brazil

METHODOLOGY

Report Consumo Ético no Brasil

Report Compras Públicas Sustentáveis no Brasil

Focus Group - 87 participants

Quantitative Research - Akatu



Focus group with family small farmers – SC

Gender	
Women	4
Men	2
Mixed	10
Total	16

Área	
Southeast	8
Centrewest	2
Northeast	3
South	3
Total	16

Social and economic background	
Middle/upper	8
Low	4
Indiferent	4
Total	16

Age group	
Senior	1
Adults	10
Young adults	4
Teenagers	1
Total	16

Ethical Consumption

Ethical Consumption

- Lots of people have heard about these expressions (conscious consumption was the most and ethical consumption the least well-known) but have only a limited awareness of what they mean
- The people most informed about these terms were small farmers and activists
- Key associations were: saving water, energy and thus money, consuming less, managing money... also honesty and behaving in a correct manner
- **The paradox:** richer people find it easier to express the discourse of ethical consumption while poorer people are **not so fluent in the discourse, but their consumption habits**, e.g. consuming less, valuing durability, consuming and swapping homemade produce, having access to organic food **are more in line with ethical consumption**
- Lots of people admire the idea in principle, but think it will not take off (except for the small farmers and activists)

“Acho que é difícil você pesar isso na hora, talvez você não pense nisso na hora, depois você pode até pensar, você sabe que é prejudicial ao meio ambiente, mas quando você está comprando não vai pensar”.

“Então, eu acho que eu, eventualmente, posso fazer isso lembrando do que foi associado aquela marca, mas não que eu vá escolher todas as minhas compras baseada nisso. Isso acontece eventualmente”.

Recent campaigns in the media (plastic bags and working conditions) affected people's consciousness:

“Eu considero, por exemplo, farmácia, bolsinha não me dão mais, eu boto no bolso. Que muitas vezes você vai no supermercado e se é muito pesado botam duas sacolas, não bota só uma. Não precisa sacola, é mais lixo”.

“O negócio do plástico pra mim também é importante. Eu evito, assim, usar de carregar, sacolinhas plásticas. No meu carro sempre tem três ou quatro, praquelas feiras de agricultura familiar”.

• *“É, eu tenho as sacolinhas separadas. Me pergunta se eu levo? “*

 **A media strategy will be key**

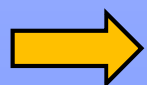
- Key criteria for shopping decisions are price and quality. Even rich people placed great emphasis on price.
- Participants spoke about not having enough information about products
- There is considerable distrust, including distrust of third-party labelling and certification:

“Às vezes você tem critérios de certificação que não permitem que o pequeno produtor ... por uma série de razões não obtêm a certificação e isso não quis dizer que ele não atenda aos outros critérios”

“Acho que tem que pesquisar mais a fundo, certificação eu não acredito”.

“A certificação como uma forma de expropriação também...”

“Se você pagar, eu certifico”.



campaigners need to try and tackle not only the information deficit, but also distrust and cynicism

Sustainable/ethical procurement

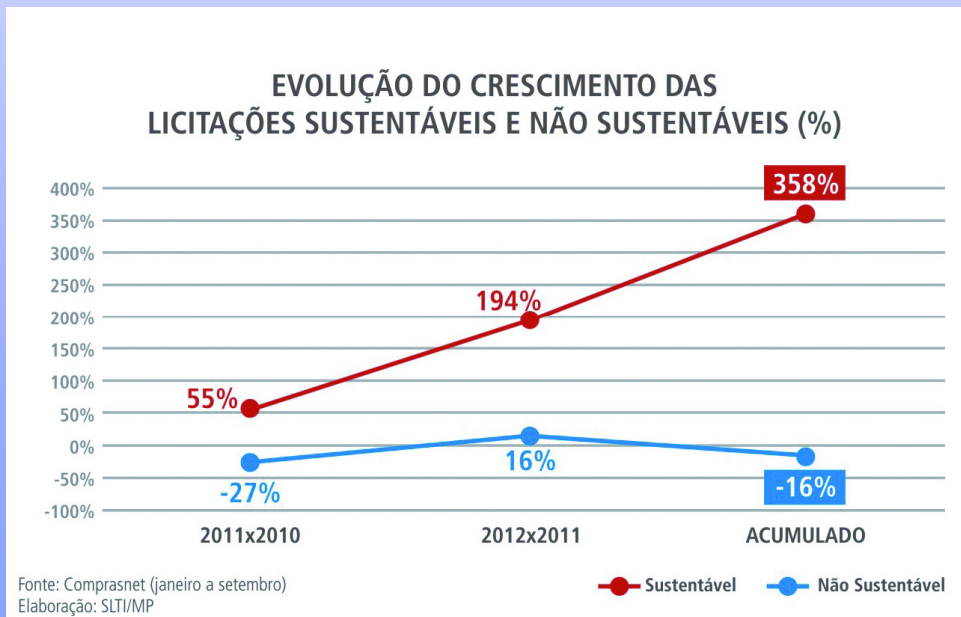
IT portal tracks the rise in sustainable public procurement

There is considerable growth in sustainable public procurement and the Comprasnet portal helps make it visible

In the first nine months of 2012 sustainable purchases and contracts increased 194% in comparison to 2011;

- R\$ 25,8 million were spent in goods and services using sustainable criteria (computers – 39% / paper 16,4% / air conditioning 15,7%)
- 99% via electronic bidding
- SME have increased their participation in sustainable procurement, reaching a 55% of the total value of purchases in 2012 (SECOM, 2012).

• [http://www.comprasnet.gov.br/ajuda/03 - Compras Sustentaveis.pdf](http://www.comprasnet.gov.br/ajuda/03_-_Compras_Sustentaveis.pdf)



Strong political support

In Brazil, there is an ongoing historically good moment for sustainable procurement because there is a lot of political will going into it:

Affirmative Action law (2002)

Economia Solidaria (2003)

National Policy on Climate Change (2008)

School meals policy

Instruction 01 (2010)

(recommends energy efficiency, reduced water consumption, renewable, waste management, biodegradability, traceability as criteria)

The flagship policy on the social side is the one on school meals - it is globally a first, very innovative and is supported by the people in our qualitative research

Concern about small-size suppliers

- Participants worried that while they wanted to buy from smaller companies, there might be difficulties with steady supply, quality and hygiene:

“Eu iria na família, eu acharia mais confiável a família. Eu sei que poderia muito bem me enganar, a família podia não ter um controle de qualidade... Mas a princípio...”

Distrust

There is a great degree of distrust in public procurement processes, including accusations of corruption, lack of transparency and lack of information. Consequently, participants did not believe that citizens can influence public procurement:

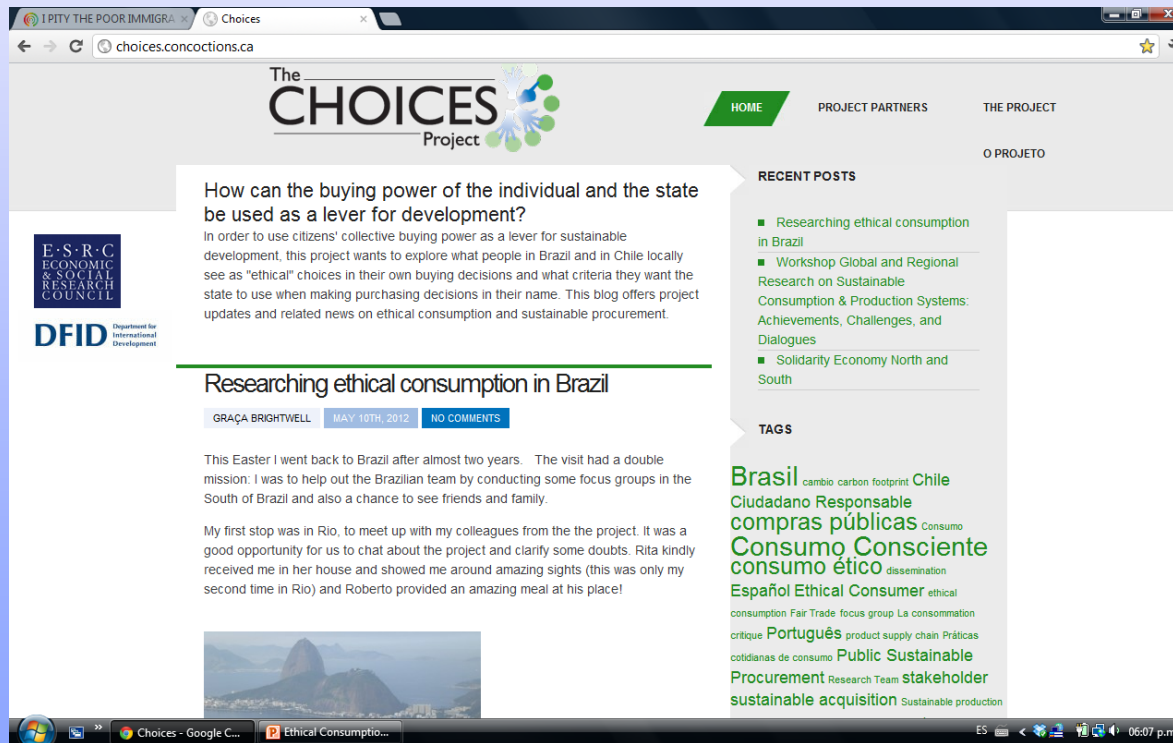
Se eu tô comprando uma coisa que é pública e eu sou o gestor público, eu tenho que dar publicidade ao quanto eu paguei naquela coisa.”

“Favorecimento talvez sim, além de propina. Vamos supor que a prefeitura compre alguma coisa pra terceira idade, a terceira idade poderia decidir se quer comprar ou não”.

“O cara compra aquilo que ele acha que tem que comprar, sem saber o interesse do coletivo. E por outro lado o povo também não se organiza”.

“Não, porque já tem muita coisa tentando influenciar, tem protesto... Não muda. O prefeito não vai deixar de comprar porque um grupo fez um tal protesto e falou que aquilo destrói o meio ambiente. Eles vão comprar o que estiver bom na visão deles, o que der mais lucro pra eles, no caso...”

For updates see
<http://sustainablechoices.info>



The screenshot shows a web browser window displaying the website for The CHOICES Project. The browser's address bar shows the URL choices.concoctions.ca. The website header includes the project logo and navigation links for HOME, PROJECT PARTNERS, THE PROJECT, and O PROJETO. The main content area features a featured article titled "How can the buying power of the individual and the state be used as a lever for development?" with a sub-header "Researching ethical consumption in Brazil" by Graça Brightwell, dated May 10th, 2012. The article text discusses the project's mission and a recent visit to Brazil. A sidebar on the right lists "RECENT POSTS" and "TAGS" such as "Brasil", "Ciudadano Responsable", and "Consumo Consciente". The browser's taskbar at the bottom shows several open windows and the system clock indicating 06:07 p.m.

Thank You, Gracias, Obrigada!