

CONSUMO CONSCIENTE COMO INSTRUMENTO DE SUSTENTABILIDADE



Consumo consciente é pensar no **impacto** que nossas escolhas e hábitos causam no meio ambiente, promovendo um **estilo de vida** mais sustentável e equilibrado. Com isso contribuímos para a **preservação** dos recursos naturais e para a **redução do desperdício**.

O consumo consciente pode ser dividido em quatro dimensões



Quanto mais consciente for o consumidor, maior sua percepção de valor, qualidade e benefícios com relação aos produtos ecologicamente corretos

COMO SER UM CONSUMIDOR CONSCIENTE?

Pequenos gestos podem fazer a diferença!

- evitar o uso de sacolas plásticas;
- criar hábito de comprar roupas em brechós e incentivar comércio local;
- economizar energia e água;
- não desperdiçar alimentos;
- buscar empresas que possuam certificados de responsabilidade ambiental;
- descartar lixo corretamente;
- entre outros.





CONHEÇA ALGUMAS ONG'S QUE ATUAM NESSE MOVIMENTO!

- Banco de Alimentos (atuação nacional)
- Good Truck (atua em Curitiba)
- Instituto Bióleo de Desenvolvimento Sustentável (atuação nacional)
- Instituto Trevo (atuação nacional)
- Recicleiros (atuação nacional)



CADA ESCOLHA
CONSCIENTE QUE
FAZEMOS HOJE É UM
PASSO PODEROSO PARA
UM AMANHÃ MAIS
SUSTENTÁVEL.
CONSUMIR COM
RESPONSABILIDADE É
CUIDAR DO PLANETA
PARA GARANTIR UM
FUTURO MELHOR PARA
AS PRÓXIMAS
GERAÇÕES!

REFERÊNCIAS

- CONSUMO CONSCIENTE. Câmara dos deputados. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/a-camara/estruturaadm/gestao-na-camara-dos-deputados/responsabilidade-social-e-ambiental/ecocamara/consumo-consciente>>. Acesso em: 04 jun. 2024.
- 10 ONGS QUE PROMOVEM CONSUMO CONSCIENTE. Disponível em: <<https://observatorio3setor.org.br/noticias/terceiro-setor/lista-conheca-10-ongs-que-promovem-o-consumo-consciente/>>. Acesso em: 04 jun. 2024.
- 8 DICAS PARA SE TORNAR UM CONSUMIDOR CONSCIENTE. Serasa. Disponível em: <<https://www.serasa.com.br/limpa-nome-online/blog/8-dicas-para-se-tornar-um-consumidor-consciente/>>. Acesso em 04 jun. 2024.
- DE TONI, D; LARENTIS, F.; MATTIA, A. Consumo consciente, valor e lealdade em produtos ecologicamente corretos. R. Adm. FACES Journal Belo Horizonte · v. II · n. 3 · p. 136-156, 2012. Acesso em: 05 jun. 2024

