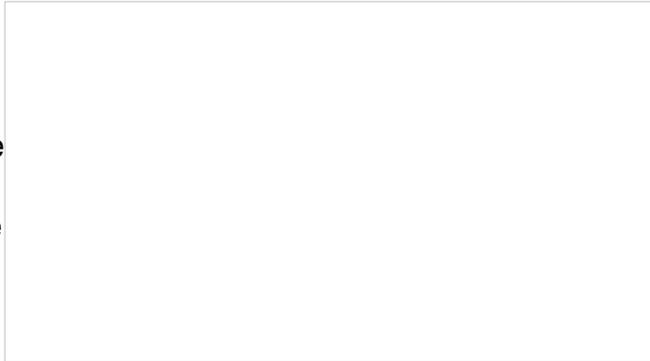


De filho pra pai: novas gerações influenciam hábitos de consumo sustentáveis

Qui 10 agosto

Há alguns anos era comum que os pais aconselhassem os filhos sobre o modelo de carro mais viável, a rede de supermercados ideal para as compras e as marcas mais apropriadas. As gerações Z e Alpha alteraram todo esse panorama e, hoje, os nascidos entre 1995 e 2010; e a partir de 2010, respectivamente, valorizam empresas e produtos que estejam essencialmente conectados com a sustentabilidade, fomentando diferentes valores para os hábitos de consumo das famílias.



Arquivo Pessoal

Nesse contexto, muitos segmentos têm evoluído ou mesmo se adaptado para acompanhar as preferências desses jovens. Eles, comprovadamente, impactam a decisão de compra de seus pais e se enquadram no que o mercado classifica como “novo consumidor”. Tanto a geração nativa digitalmente (Gen Z), quanto a sua sucessora (Alpha) absorvem e apoiam possibilidades de transformação até em serviços essenciais, como é o caso do consumo de energia.

As recentes formas de contratação e de uso disponíveis para a modalidade, como a adesão remota de energia solar, fonte 100% limpa e renovável, que elimina a necessidade de obras ou instalação de placas na unidade consumidora, exemplifica a influência das novas gerações neste modo atual de viver.

Solar

Luciano Carvalho, engenheiro, aderiu à energia solar por assinatura com a [Cemig SIM](#) há dois anos. Pai de Bernardo, 14 anos, ele conta que desde muito cedo o filho já demonstra preocupação com a preservação do meio ambiente e dos animais. “Aos 9 anos, ele optou por não comer carne vermelha e minha esposa e eu o apoiamos. Em casa, conversamos bastante sobre sustentabilidade e percebo o comprometimento dele com essa questão”, revela.

Para Bernardo, trata-se de uma agenda muito importante, tanto para a sua geração quanto para a de seu pai. “Ter filhos implica também em repensar finanças, meio ambiente e futuro. Por isso, o diálogo é tão importante. Meus pais contribuem com algumas ONG’s de proteção aos animais por minha influência”, conta o adolescente.

Ele confirma que as gerações atuais estão mais atentas e engajadas às causas e políticas sustentáveis. “Somos mais conscientes sobre esse cenário, o que melhora muito a relação entre

pais e filhos. Acredito em um mundo mais equilibrado e é a postura das gerações de hoje que promoverá essa mudança, que não será plena, mas muito importante”, acredita.

Principalmente com a Gen Z, que já ocupa também o mercado de trabalho, essa exigência por empresas engajadas aos princípios de ESG é latente. Pesquisa realizada pelo Bank of America ouviu 14,5 mil pessoas dessa era geracional, de dez países diferentes, e verificou que 80% dos entrevistados preferem investir e comprar de empresas engajadas à agenda ESG.

Influência também em marcas globais

Para além do impacto das novas gerações sobre hábitos de consumo e posicionamento de empresas está a crença de que elas podem influenciar ações e comportamentos de marcas globais.

Conforme divulgado pela Truth Central, unidade de inteligência do McCann Worldgroup, 75% dos jovens brasileiros, na faixa etária de 11 a 24 anos, acreditam em seu poder de interferir nas estratégias de grandes conglomerados.

O estudo revela ainda que essa fatia de consumidores está cada vez mais atenta não só pelo que compram, mas principalmente, de quem compram. Joel Moura, técnico em planejamento, também optou por um jeito sustentável de consumir energia. Consumidor da energia solar por assinatura com a Cemig SIM desde setembro do ano passado, ele diz que os filhos Henrique, 17, e Sofia, 13, têm uma consciência ambiental muito maior, quando comparada à sua geração.

“Nossa família sempre tem momentos de reflexão sobre a temática sustentável, muito em virtude do posicionamento do Henrique e da Sofia.”

Ele conta que a família já havia feito a opção pelo aquecimento de água e, quando tomou conhecimento sobre a modalidade de energia solar por assinatura, não houve dúvidas. “Trata-se de uma geração de baixo impacto ambiental e os meninos apoiaram demais, até porque tem a questão da economia também”, destaca Moura.

Com orgulho, ele ressalta que os filhos – pertencentes à Gen Z –, não veem necessidade de trocar o smartphone por um modelo mais atual ou da moda. “Eles sabem o que esse consumo desenfreado representa para a sustentabilidade do planeta e, todos nós, utilizamos os aparelhos até que acabe sua vida útil.”

O estudo da Truth destaca que, por serem nativos digitais, o nível de excelência que esses novos consumidores buscam em serviços e produtos é extremamente elevado. E, ao que tudo indica, os pais estão abertos e dispostos a serem parte desse modo sustentável e responsável de ver e lidar com a preservação global, pautados pela consciência ambiental de seus filhos.