



**SUSTENTABILIDADE
E
ECOEFICIÊNCIA**



Estrela da Transformação

Indivíduo

Vantagens

Desvantagens

Família

Vantagens

Desvantagens

Comunidade

Vantagens

Desvantagens

Empresa

Vantagens

Desvantagens



Instituto Akatu

O Akatu foi criado em março de 2001, no âmbito do Instituto Ethos, com o objetivo de conscientizar o consumidor para o seu papel na transformação social por meio de uma mudança de comportamento em seus processos de consumo na direção da sustentabilidade

Fundações Apoiadoras



Apoiadores Pioneiros



INSTITUTO AKATU – Pelo consumo consciente

Apoiadores Estratégicos



Apoiadores Mantenedores



Fundação ArcelorMittal Brasil
Responsabilidade Social



Apoiadores Institucionais

INSTITUTO
ETHOS
DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

cdn comunicação
corporativa

Deloitte.



LEW'LARA \ TBWA

[**BRANCOZULU**]

Microsoft[®]

ideiaTM
SUSTENTÁVEL

DEMAREST
& ALMEIDA
advogados

Booz Allen | E-bit | BDO Trevisan

Abril | Valor

Apoiador Master

Unilever

Apoiadores Beneméritos

Bunge | Coca-Cola | CPFL Energia

Fecomercio | Grupo CAIXA SEGUROS | Grupo VR

Hospital Samaritano | Kraft Foods | Sadia | Fibria | Telefônica

Apoiadores Ouro

Alcoa | Dow | Estapar Estacionamentos | Energias do Brasil

Grupo Pão de Açúcar | Promon | Porto Seguro | RL Sistemas de Higiene

TIM | Televisão Bahia | Yázigi Internexus

Apoiadores Prata

ABEAÇO | Cargill | Coelba - Cia. de Eletricidade do Estado da Bahia | CPM Braxis

IBM | McDonald's | Mundo Verde Franchising |

T & A Pré Fabricados | Unimed Amparo | Unimed Rio de Janeiro |

VIVO | Votorantim Cimentos

A palavra “**Akatu**”

Tupi antigo: “a” (semente/mundo) + “Katu” (bom/melhor)

**Semente Boa
ou
Mundo Melhor**

**Indivíduo Bom
ou
Coletivo Melhor**

Missão do Akatu

Mobilizar as pessoas para o uso do **poder transformador** dos seus **atos de consumo** consciente como instrumento de construção da **sustentabilidade da vida** no planeta.

Definindo ...

**O que é
sustentabilidade?**



2011 © Instituto Akatu

porto do rio 1608

IPP – Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos/RJ





2011 © Instituto Akatu

porto do rio 1710

IPP – Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos/RJ





2011 © Instituto Akatu

porto do rio 1817

IPP – Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos/RJ





2011 © Instituto Akatu

porto do rio 1930

IPP – Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos/RJ



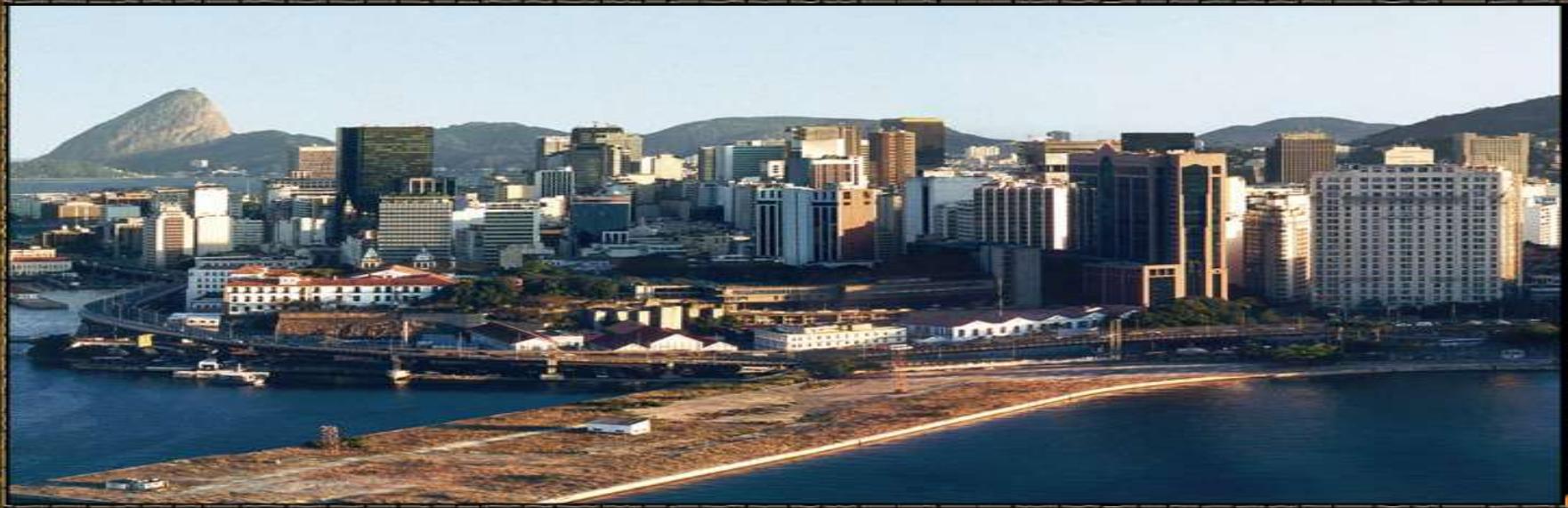
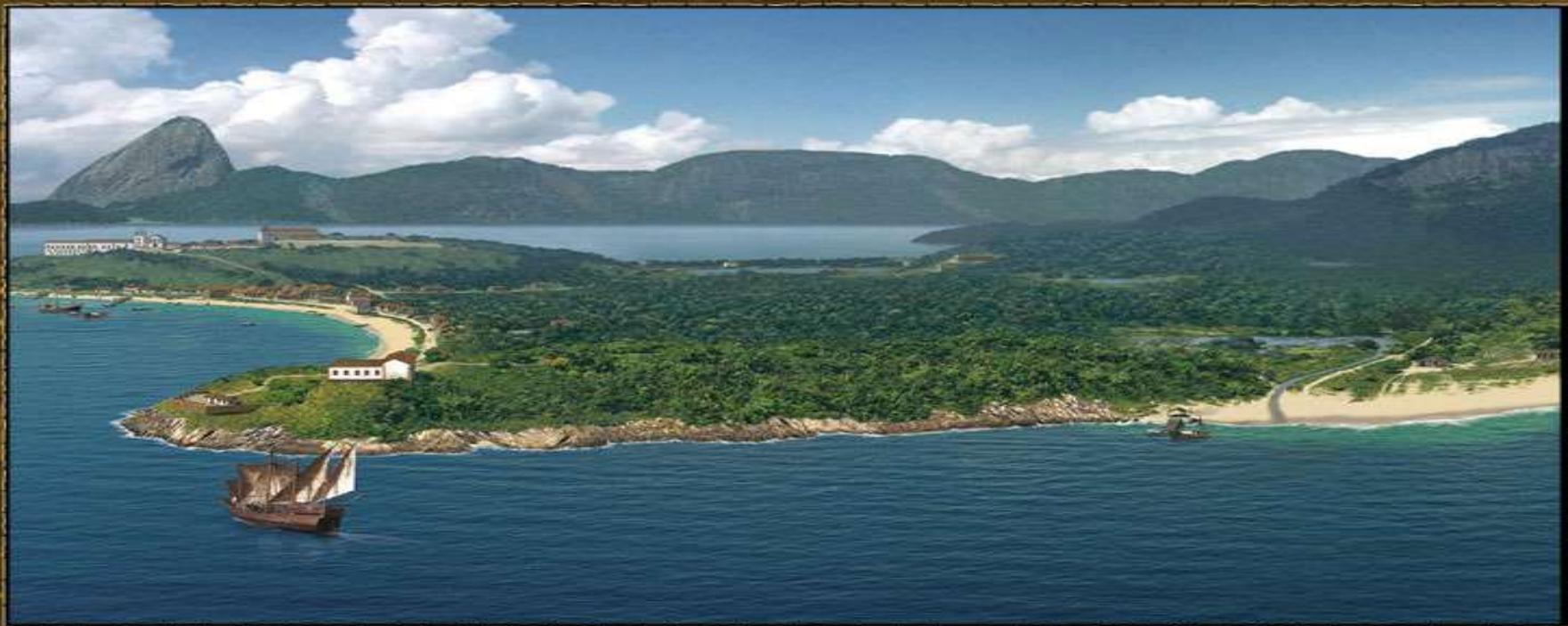


2011 © Instituto Akatu

porto do rio 2002

IPP – Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos/RJ





porto do rio 1608 - 2002

IPP - Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos/RJ



cultura

produção

Meio ambiente

URBANIZAÇÃO

trabalho

Percepções das mudanças

Tecnologia

CONSUMO

População

Economia



A SOCIEDADE DE CONSUMO

NEM SEMPRE EXISTIU

2011 © Instituto Akatu

O Juízo Final é um afresco do pintor renascentista italiano Michelangelo Buonarroti medindo 13,7 m x 12,2 m, pintado na parede do altar da Capela Sistina. É, na visão do artista, uma representação do Juízo Final inspiradas na narrativa bíblica.

Algumas Mudanças que ocorreram a partir do Século XVI...

- Inserção de novas mercadorias no cotidiano: expansão ocidental para o oriente;
- Aparecimento do romance ficcional: subjetividade e individualismo;
- Novos processos e modalidades de produção, consumo e formas de comercialização;



Pintura: Frutas Brasileiras, Albert Eckhout, século XVII



- Consumo familiar para consumo individual;
- Consumo de pátina para consumo de moda.

Fonte: *Sociedade de Consumo*, Livia Barbosa



O PARAÍSO NA TERRA:

MARKETING E CRÉDITO CONCRETIZAM O SONHO

2011 © Instituto Akatu

Anúncio do
“American Express Card”
Anos 90

Imagem cedida por Fátima Milnitzky



**EXISTEM COISAS
QUE O DINHEIRO NÃO COMPRA**



**QUAL O
SONHO DO
SÉCULO
XXI?**

**CONSUMO?
FELICIDADE?**

*Campanha “Priceless”
Master Card - 2003*

O PAÍS MAIS FELIZ

HAPPY PLANET INDEX

Satisfação com a vida X Expectativa de vida

Pegada Ecológica

Conclusões:

1. Altos níveis de consumo não necessariamente produzem altos níveis de bem-estar social
2. É possível alcançar altos níveis de bem-estar sem consumo excessivo.

Fonte: Happy Planet Index 2006, The New Economics Foundation

■ Países felizes ■ Países mais ou menos felizes ■ Países pouco felizes

FORTE: Happy Planet Index 2006, The New Economics Foundation



“Sonho” de consumo



Imagem de autor desconhecido

**Viver para consumir ?
Ou consumir para viver ?**



INSTITUTO AKATU – Pelo consumo consciente



Somos livres? – Maurício Chiminazzo

INSTITUTO AKATU – Pelo consumo consciente



Somos livres? – Maurício Chiminazzo



Foto: Gilbert Garcin, L'ambitieux (O ambicioso)

**Cheque
especial...**



Foto: Gilbert Garcin, Le funambule (*Tightrope walker*)

**...mesmo
que eu
passe a
vida na
corda
bamba.**

***Hoje vivemos
em um mundo
insustentável...***

INSUSTENTABILIDADE

=

Aumento da População

+

Aumento do Consumo de Bens e Serviços

+

Aumento do Uso de Recursos Naturais

+

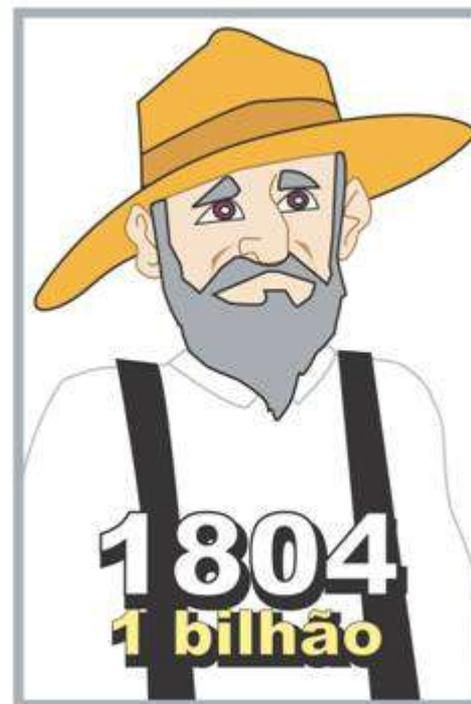
Aumento da Geração de Resíduos

+

Desigualdades Sociais

População no Mundo

1 BILHÃO de pessoas



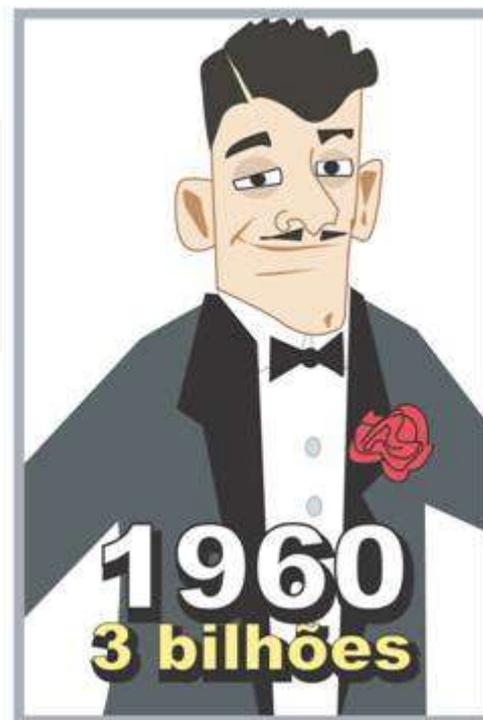
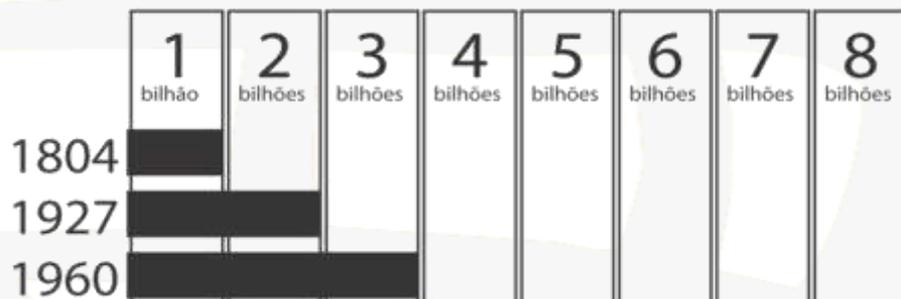
População no Mundo

123 anos depois



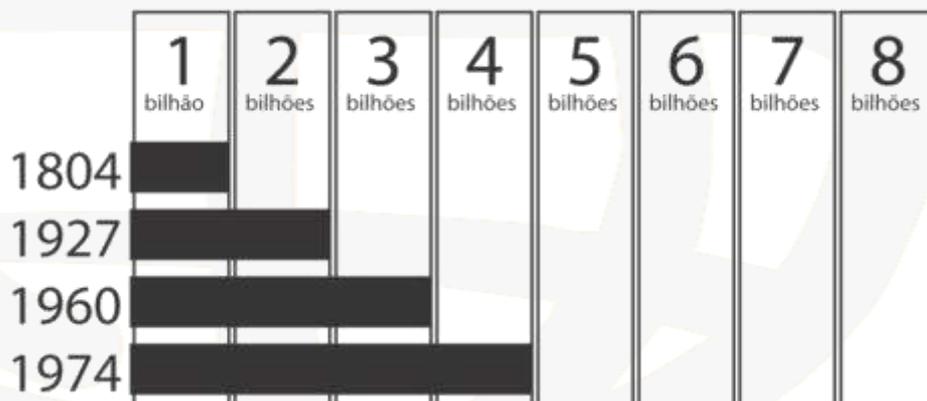
População no Mundo

33 anos depois



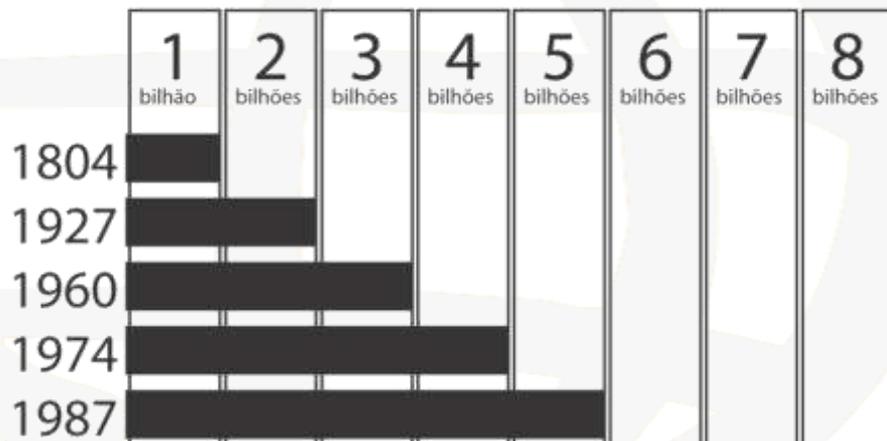
População no Mundo

14 anos depois



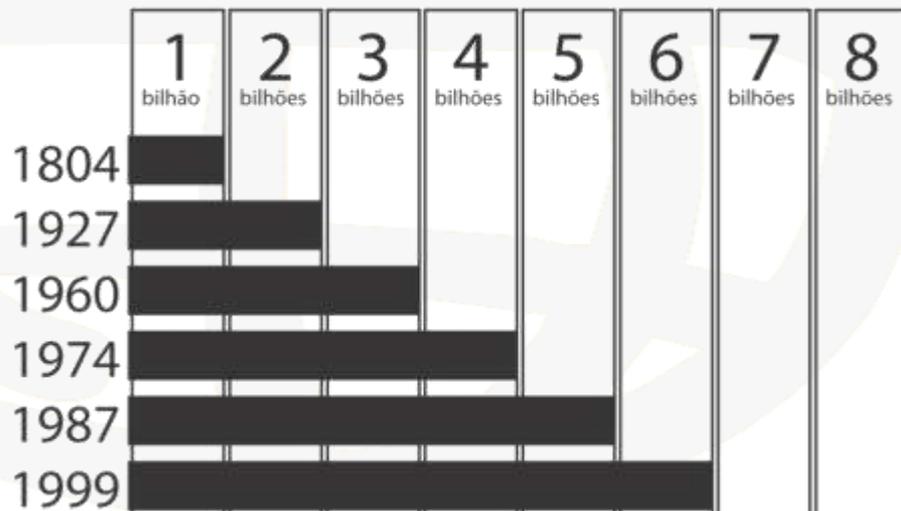
População no Mundo

13 anos depois



População no Mundo

12 anos depois



Hoje somos 6,8 bilhões



7,7 Bilhões em 2020

9 Bilhões em 2050

Aumento do Consumo de Bens e Serviços

1960
3 bilhões
de pessoas



CRESCIMENTO
POPULACIONAL

1999
6 bilhões
de pessoas

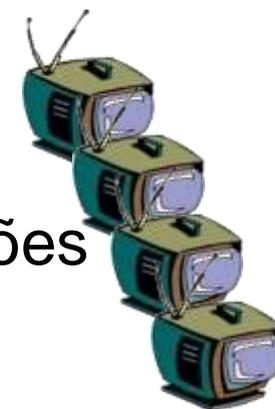


1960
U\$ 5 trilhões



COMPRAS DE PRODUTOS
E SERVIÇOS DOMÉSTICOS

2000
U\$ 20 trilhões

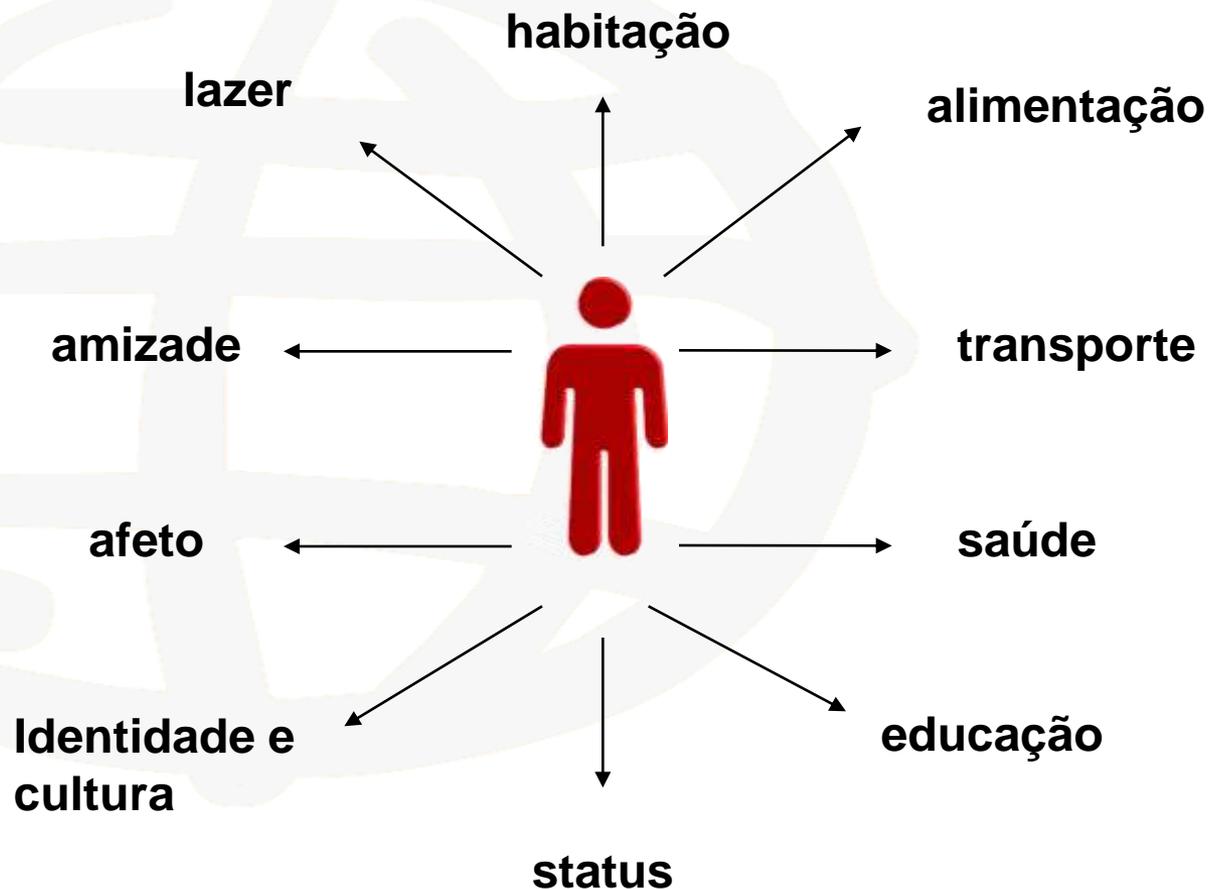


Em 40 anos:

**2 vezes mais pessoas e
4 vezes mais consumo**



O ato de consumo “concretiza” a vida cotidiana



**Por que consumimos tanto?
Será que consumimos o que de fato
necessitamos?**



Possuem em geral mais de

6.000 objetos em casa



INSTITUTO AKATU – Pelo consumo consciente



***Centenas de pessoas se aglomeram em frente a shopping de Jacarta, na Indonésia, em uma tentativa de conseguir comprar celular com desconto durante liquidação
Fonte: Imagens do dia - UOL – 25 de novembro de 2009)***

***"Na natureza nada se cria,
nada se perde, tudo se
transforma "***

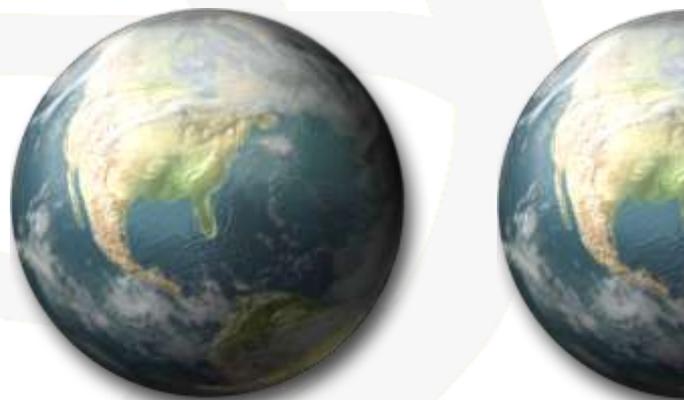
Lavoisier, 1781

***Como estamos usando
os recursos que temos?***

Considerado o pai da Química, Antoine Lavoisier foi o primeiro a observar que o oxigênio, em contato com uma substância inflamável, produz a combustão. Deduziu, também, baseado em reações químicas, a célebre lei da conservação da matéria:
"Na natureza nada se cria, nada se perde, tudo se transforma"



Hoje, em média, o mundo já consome
40% a mais
do que a Terra consegue renovar.



**ESTAMOS USANDO O LIMITE DO CHEQUE
ESPECIAL DO PLANETA...**

Porém... se copiarmos o modelo de consumo de países desenvolvidos, como os EUA, Canadá, Austrália...



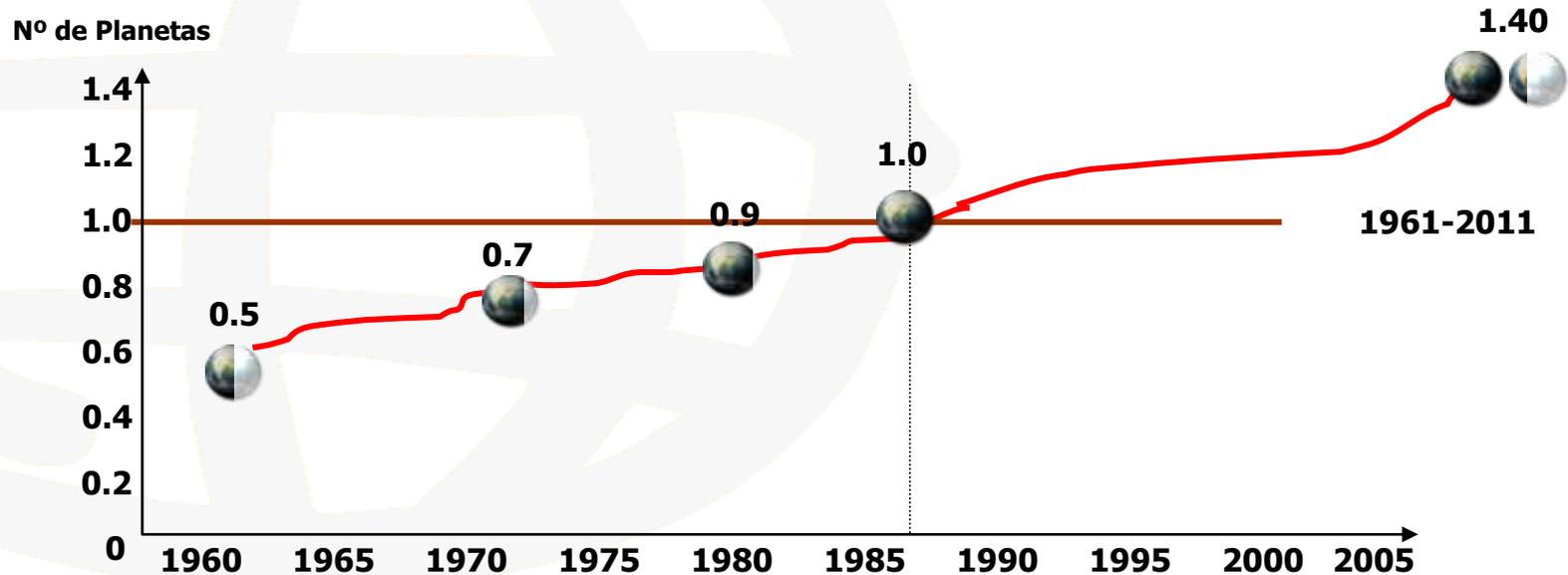
Vamos precisar entre 4 e 5 planetas...

NÓS TEMOS 4 OU 5 PLANETAS?



InSustentabilidade

Uso de Recursos Naturais



— Uso pela humanidade dos Recursos Naturais do Planeta

— Capacidade do Planeta em se regenerar (Biocapacidade)

uso insustentável dos recursos naturais...minerais



INSTITUTO AKATU – Pelo consumo consciente

Celulares

Carros

Baterias



Cabos

Joysticks

TVs LCD

Níquel	Platina	Índio	Cobre	Estanho	Lítio
57 anos	42 anos	4 anos	20 anos	17 anos	46 anos
É usado em: CELULARES	É usado em: CARROS	É usado em: TELEVISORES LCD	É usado em: FIOS E CABOS	É usado em: JOYSTICKS	É usado em: BATERIAS
Consumo per capita: 58 kg	Consumo per capita: 45 g	Consumo per capita: 32 g	Consumo per capita: 630 kg	Consumo per capita: 15 kg	Consumo per capita: n/d
Quanto reciclamos hoje: 35%	Quanto reciclamos hoje: n/d	Quanto reciclamos hoje: 0%	Quanto reciclamos hoje: 31%	Quanto reciclamos hoje: 26%	Quanto reciclamos hoje: n/d
Se limitássemos o consumo aos níveis atuais, ele duraria: 90 anos	Se limitássemos o consumo aos níveis atuais, ele duraria: 360 anos	Se limitássemos o consumo aos níveis atuais, ele duraria: 13 anos	Se limitássemos o consumo aos níveis atuais, ele duraria: 61 anos	Se limitássemos o consumo aos níveis atuais, ele duraria: 40 anos	Se limitássemos o consumo aos níveis atuais, ele duraria: 133 anos

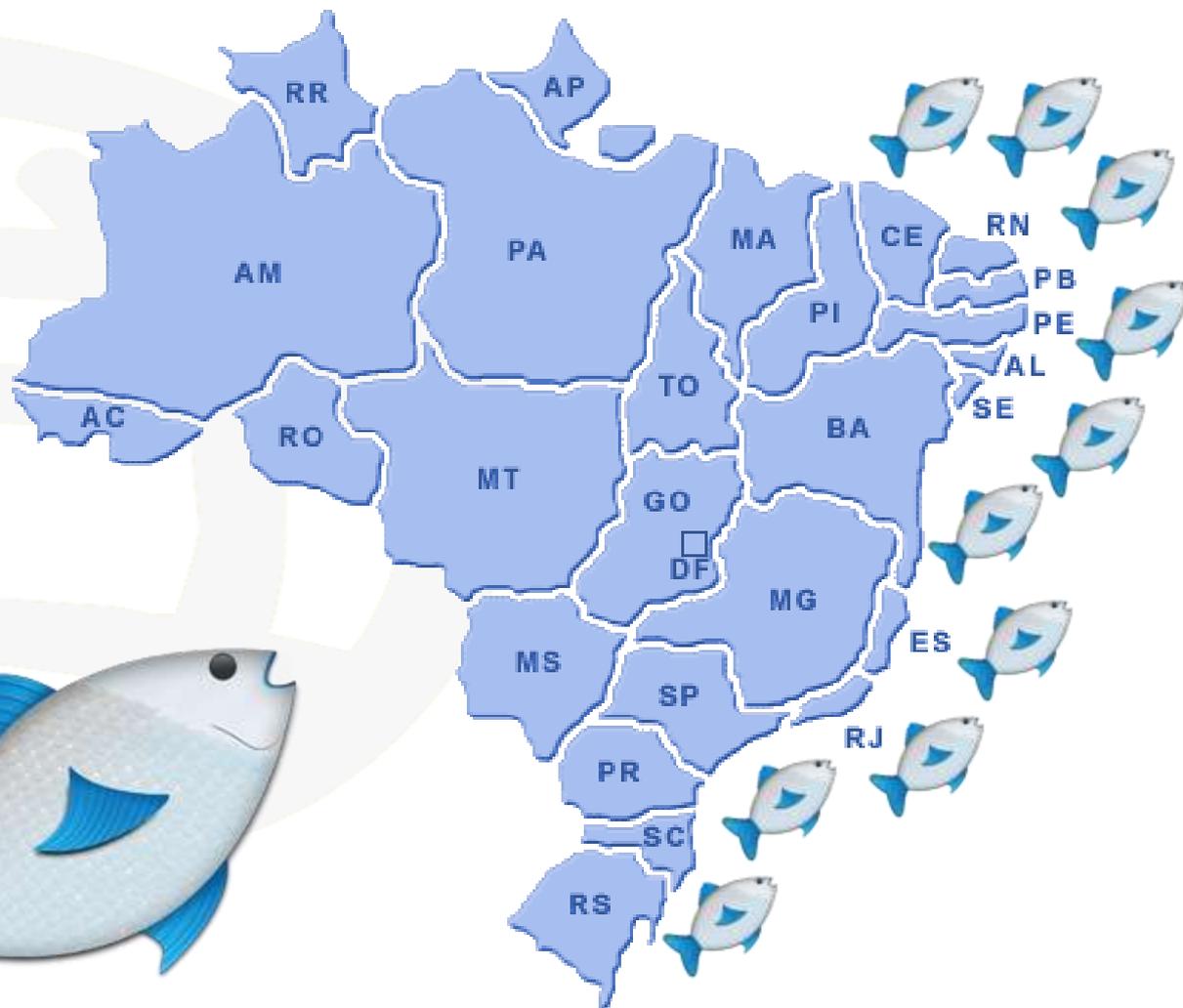
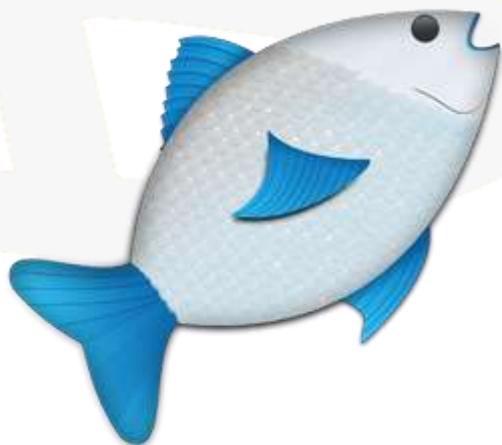
Fontes: United States Geological Survey, Universidade Yale, World Lubricant Supply and Markets 2009.

2011 © Instituto Akatu



...animais

A sardinha,
que antes
ocorria em
toda a costa
brasileira...



Hoje é encontrada somente em SC e no RJ.

No fim da década de 70, eram retiradas
200 mil toneladas
de sardinha da região Sudeste.

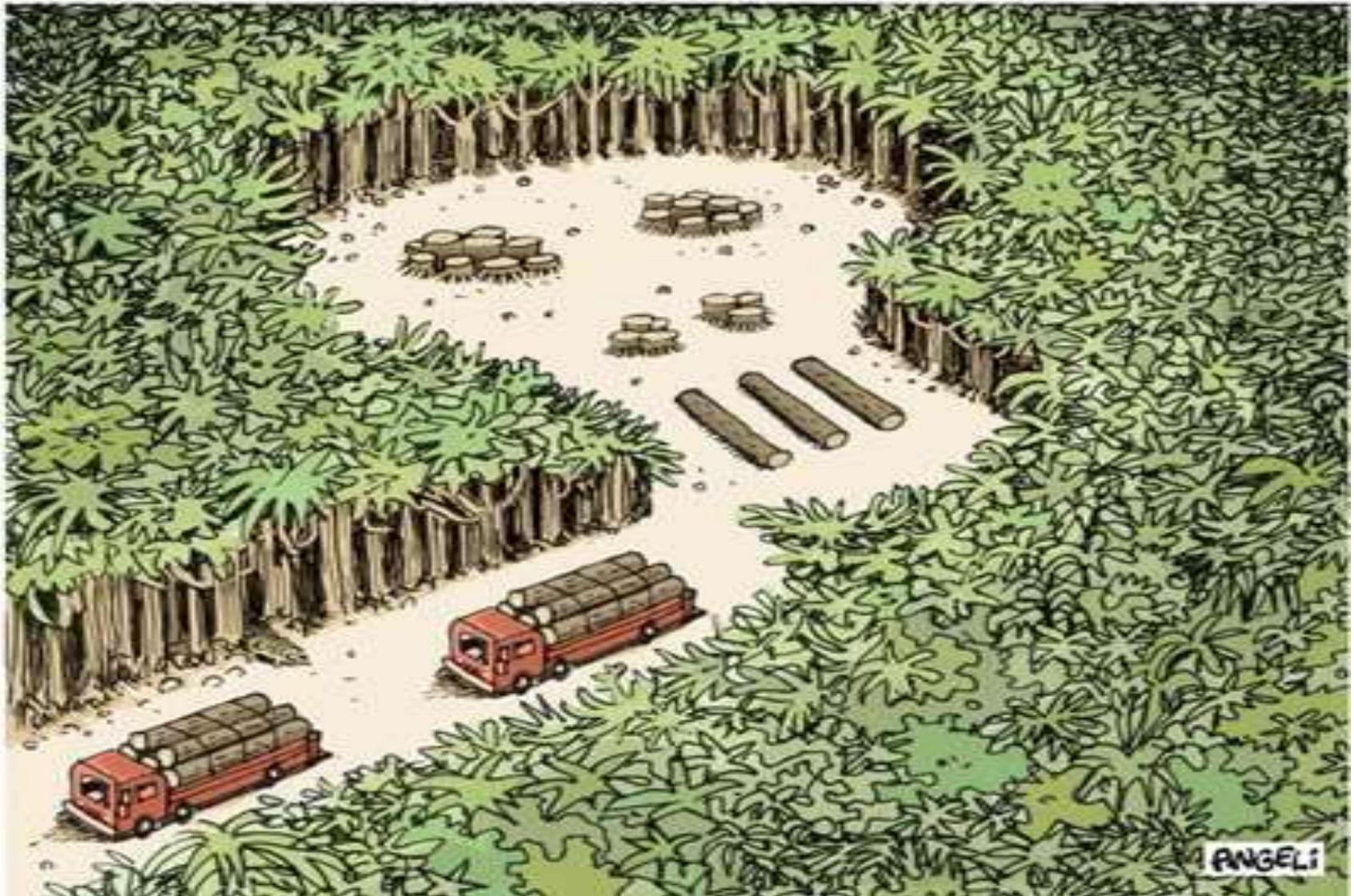
Em 2000, a produção caiu para **20 mil toneladas**.



...vegetais



NATUREZA MORTA

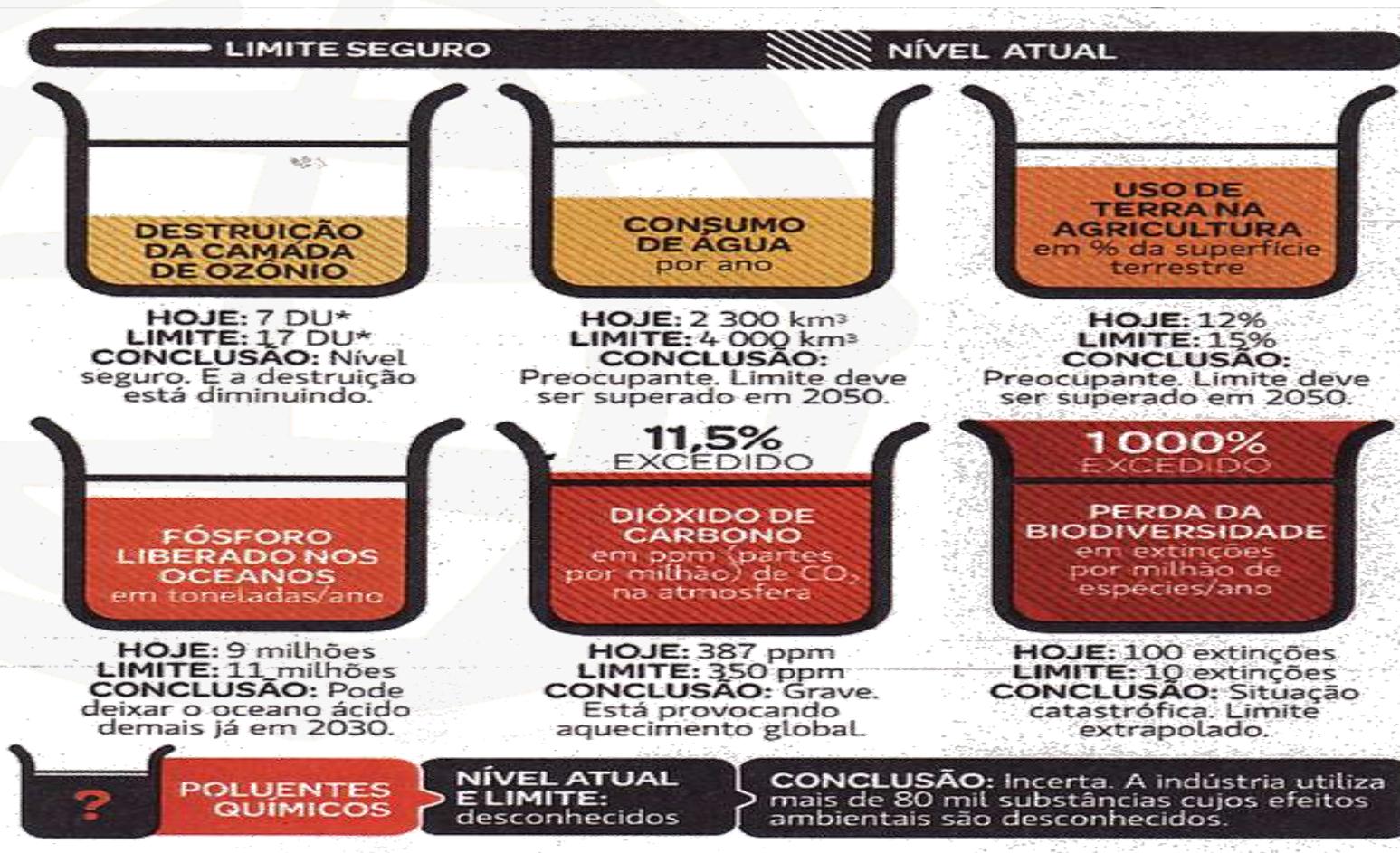




Aumento da Geração de Resíduos

... a sujeira na Terra, está atingindo seus limites;

Análise feita por cientistas de 13 universidades calcula quanta poluição, destruição e exploração o planeta agüenta.



Resíduos

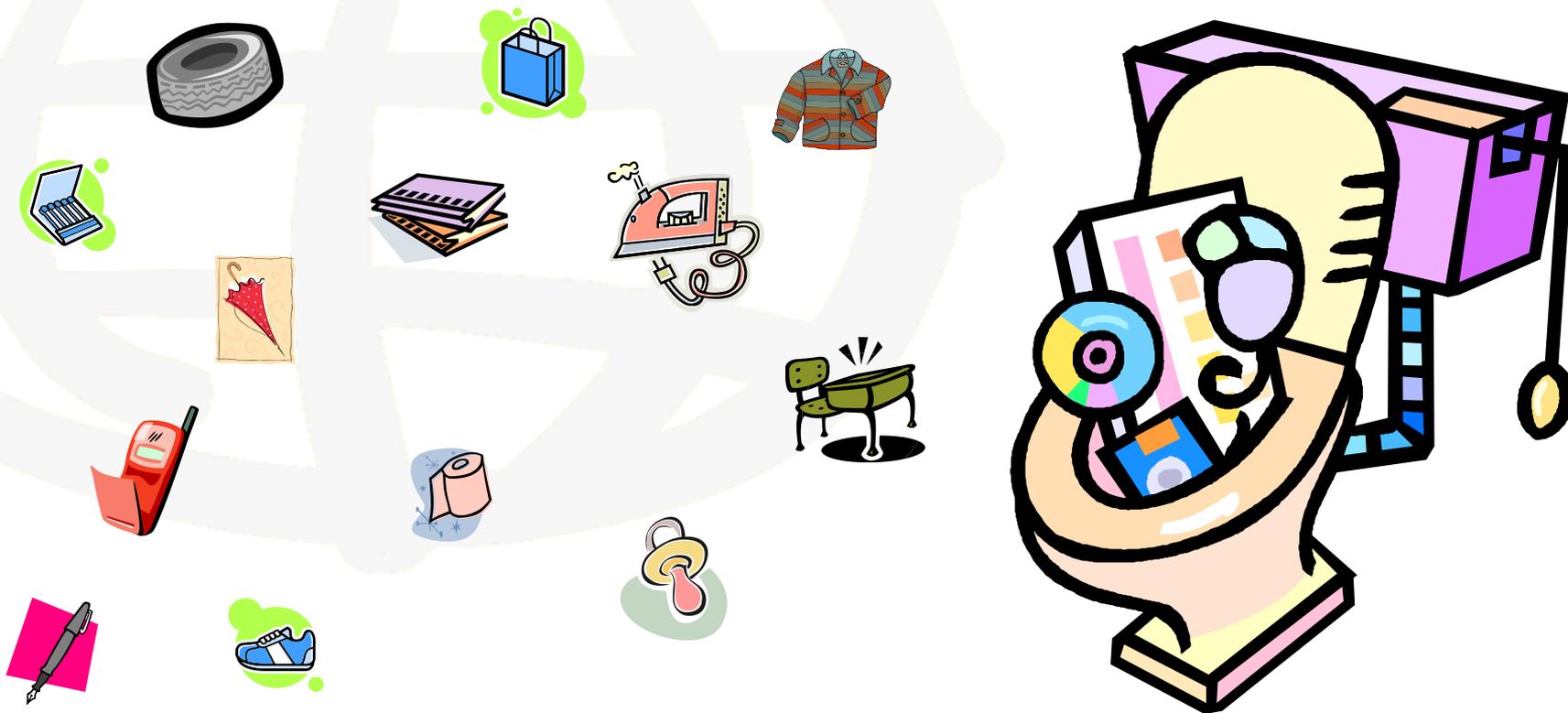


Temos uma relação mágica com o ... Lixo ...

Será que a Terra é uma cartola de um mágico da qual se pode tirar para sempre recursos naturais para o uso indiscriminado do ser humano?



Ou será a Terra um grande vaso sanitário no qual se pode jogar tudo o que não nos serve mais?



Para onde vai o resto do que consumimos?



Resíduos industriais



- Esgoto
- Resto de comida



- Móveis
- Eletroeletrônicos



- Embalagens



- Roupas

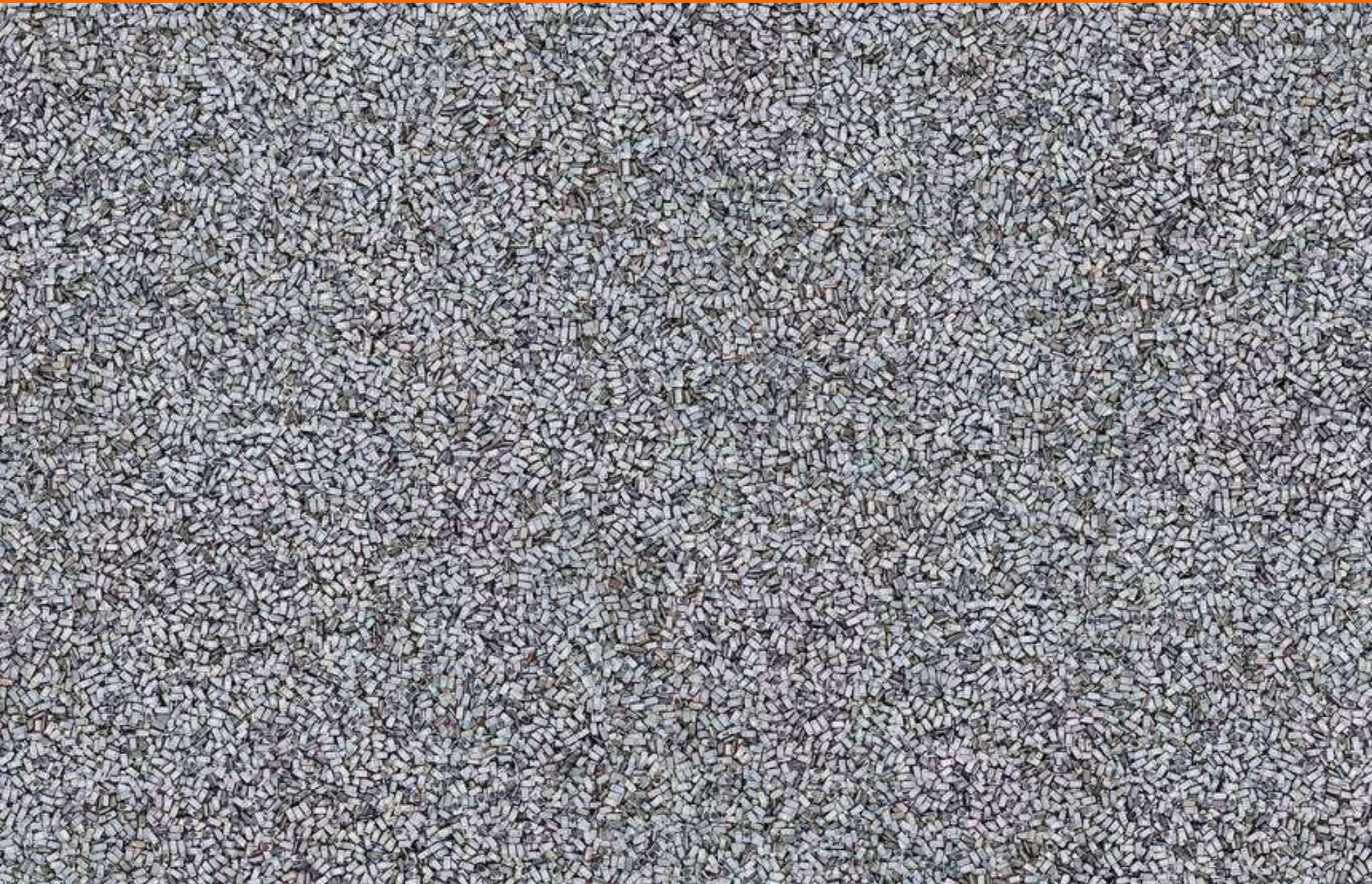


- Resíduos de construções



INSTITUTO AKATU – Pelo consumo consciente

INSTITUTO AKATU – Pelo consumo consciente



INSTITUTO AKATU – Pelo consumo consciente



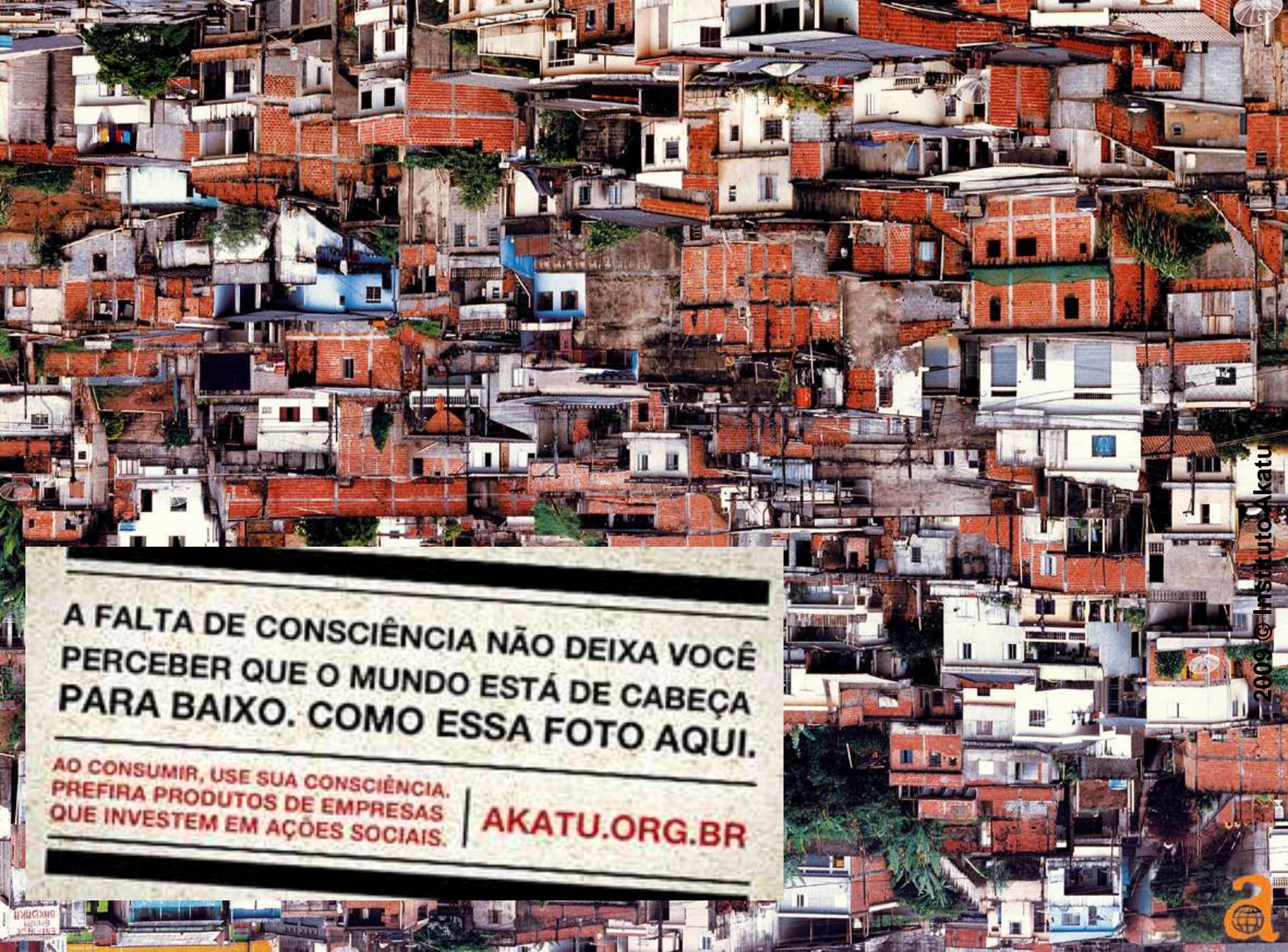
Aumento da Geração de Resíduos



Apenas **25%** da humanidade consome acima de suas necessidades.







A FALTA DE CONSCIÊNCIA NÃO DEIXA VOCÊ
PERCEBER QUE O MUNDO ESTÁ DE CABEÇA
PARA BAIXO. COMO ESSA FOTO AQUI.

AO CONSUMIR, USE SUA CONSCIÊNCIA.
PREFIRA PRODUTOS DE EMPRESAS
QUE INVESTEM EM AÇÕES SOCIAIS.

AKATU.ORG.BR

INSTITUTO AKATU – Pelo consumo consciente



HANDBAG € 32.-
Food for a week € 4.-

E manter “Estilos de Vida...”

Text 'aid' to 2255 and donate € 1.50

***“ A Terra tem o suficiente
para todas as nossas
necessidades, mas apenas
para o que é realmente
necessário.”***



Mahatma Gandhi

Sustentabilidade

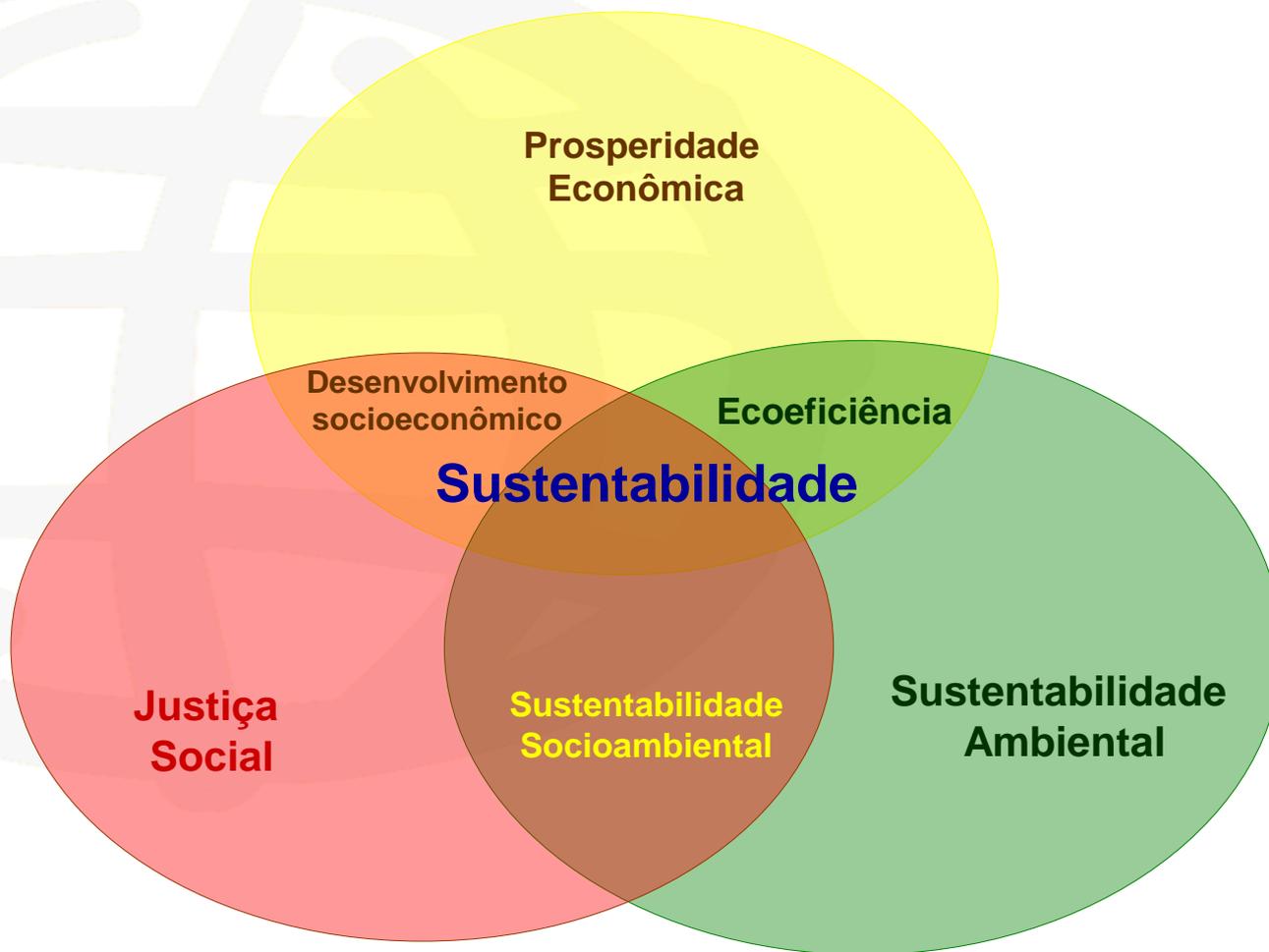
“Capacidade de suprir as necessidades da geração presente sem afetar a habilidade das gerações futuras de suprir as suas”

Simplificando...

“A sustentabilidade existe quando não se consome mais do que se tem, seja em recursos individuais, do planeta ou da sociedade”

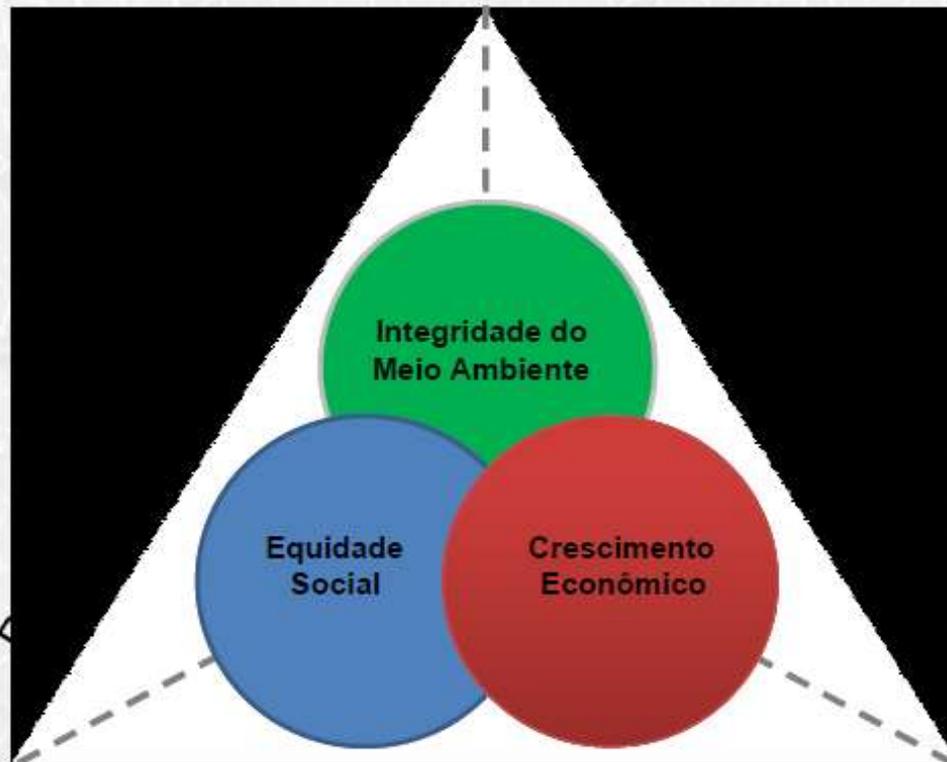
Instituto Akatu

Construindo a Sustentabilidade...





Sustentabilidade e a busca pelo Equilíbrio



Desenvolvimento Socioeconômico



A **ecoeficiência** é alcançada mediante o fornecimento de bens e serviços a preços competitivos que satisfaçam as **necessidades** humanas e tragam **qualidade de vida**, ao mesmo tempo em que reduz progressivamente o impacto ambiental e o consumo de recursos ao longo do ciclo de vida, a um nível, no mínimo, equivalente **à capacidade de sustentação** estimada da Terra

Fonte: World Business Council for Sustainable Development – WBCSD, em 1992).

Sete componentes para a melhoria da eco-eficiência

A eco-eficiência desafia o mundo empresarial a obter mais valor para o negócio, reduzindo as quantidades de materiais, energia e emissões. Aplica-se a todo o negócio, desde o marketing e desenvolvimento do produto, até à produção e distribuição. A listagem abaixo indicada demonstra a natureza abrangente da eco-eficiência:

- 1 Redução da Intensidade material
- 2 Redução da Intensidade energética
- 3 Redução da dispersão de substâncias tóxicas
- 4 Aumento da reciclabilidade
- 5 Optimização do uso de materiais renováveis
- 6 Prolongamento do ciclo de vida do produto
- 7 Aumento da Intensidade do serviço

Fonte: [World Business Council for Sustainable Development – WBCSD](#), em 1992).



Ecoeficiência

Geração de mais valor com menos impacto ambiental

É uma gestão estratégica que vincula o desempenho ambiental com o financeiro por meio da otimização de processos, reciclagem, inovações tecnológicas, economia de serviços e integração industrial (Ecologia Industrial), reduzindo custos e aumentando a competitividade.



Bradesco



**Se mudarmos nosso modelo
de produção e consumo
por meio da ecoeficiência
podemos encontrar
o caminho da
sustentabilidade !**

Afinal...O que é Consumo Consciente?



CONSUMO CONSCIENTE

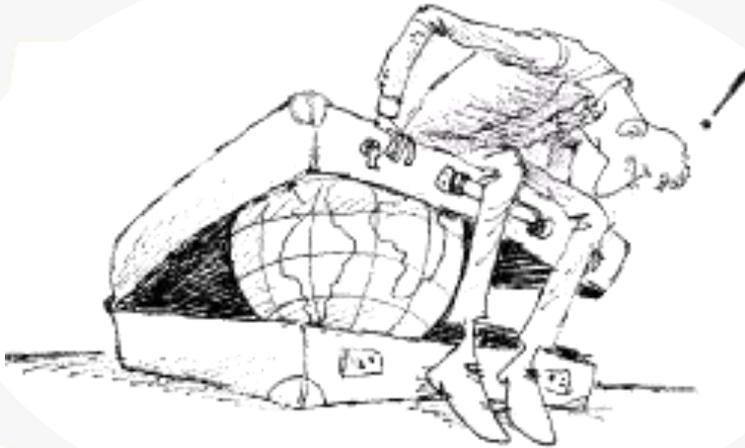
CONSUMO
COM CONSCIÊNCIA
DE SEUS
IMPACTOS
E VOLTADO À
SUSTENTABILIDADE
DA VIDA NO PLANETA

Mas o consumo é só
no ato da compra?



Fases do Consumo

Por que comprar ?



Será que eu preciso mesmo consumir isto?

Fases do consumo

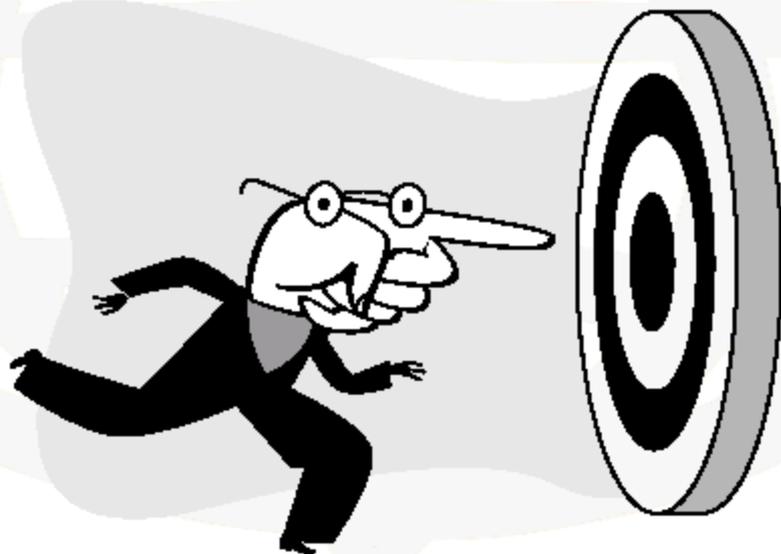
Como comprar ?



**Será que eu tenho dinheiro suficiente
para consumir isto?**

Fases do consumo

O que comprar?



Melhor comprar um produto pirata que é baratinho?

Ou optar por um produto legítimo que tem maior durabilidade e foi fabricado atendendo os padrões brasileiros?

Fases do consumo

De quem e onde comprar?



Melhor comprar um produto mais barato fabricado por uma empresa com mão-de-obra escrava e que polui o meio ambiente ou de uma empresa que trata bem seus funcionários e cuida da natureza?

Fases do consumo

Como usar ?



Qual uso fazemos dos nossos bens?

Será que estamos cooperando para que este bem dure mais ou estamos cooperando para que sua vida útil seja menor?

Fases do consumo

Como descartar ?

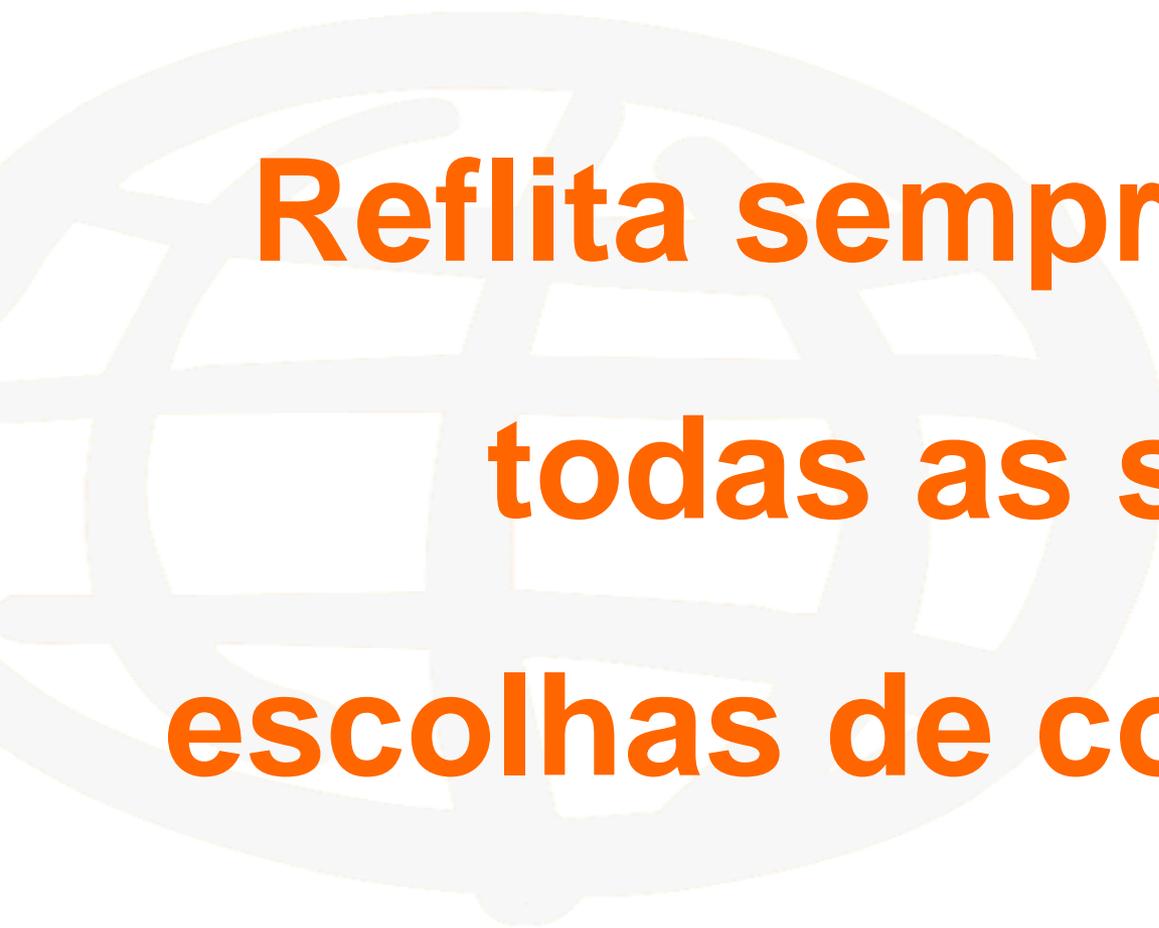
O que jogamos fora realmente é lixo ou ainda pode ser usado?



O local onde jogamos fora é o mais adequado?

Como jogamos fora está certo (é reciclável ou não)?





**Refleta sempre sobre
todas as suas
escolhas de consumo !**

Na COMPRA você pode fazer escolhas:

- se a compra é realmente necessária,
- a compra precisa ser feita já ou pode esperar,
- que produto comprar – por exemplo:
 - se é original ou pirata
 - se tem excesso de embalagem ou não
 - se a embalagem pode ser reaproveitada ou não
 - se realmente preciso de todos os recursos que o produto oferece ou posso optar pelo básico
 - se os materiais do produto poderão ser reciclados ou não
- de que empresa comprar – por exemplo:
 - se a empresa investe na comunidade
 - se empresa trata seus funcionários de forma justa
 - se a empresa usa mão de obra infantil ou não
 - se a empresa conserva o meio ambiente
 - se a empresa investe no desenvolvimento social

No USO você pode fazer escolhas:

- se os produtos estão sendo utilizados até o limite de sua vida útil;
- se é possível reutilizar uma embalagem;
- se os produtos estão sendo cuidados de modo a prolongar a vida útil;
- se você não está desperdiçando um recurso natural (ex: água);
- ao comprar um bem novo, se é possível doar o antigo visando prolongar o seu uso;

No DESCARTE você pode fazer escolhas:

- se realmente precisa jogar algo no lixo ou se pode ser re-utilizado (ex: talos de alimentos);
- se o lixo vai ser separado para envio para a coleta seletiva;
- se o lixo reciclado vai para uma cooperativa de catadores pode apoiar sua geração de renda;
- se o lixo vai para o reciclável ou convencional;
- se o lixo vai para um aterro, ou será jogado em um terreno baldio, um lixão clandestino, um rio ou para o mar;

NÃO HÁ VIDA SEM CONSUMO

NÃO HÁ CONSUMO SEM IMPACTOS

**TODO CONSUMO GERA IMPACTOS,
POSITIVOS E NEGATIVOS**

**POR MEIO DE NOSSAS AÇÕES
DE **COMPRA, USO E DESCARTE** PODEMOS
AUMENTAR OS IMPACTOS POSITIVOS
E DIMINUIR IMPACTOS NEGATIVOS**

CONSUMO CONSCIENTE

CONSUMO COM CONSCIÊNCIA DE SEUS **IMPACTOS**
E VOLTADO À SUSTENTABILIDADE
DA VIDA NO PLANETA

FASES

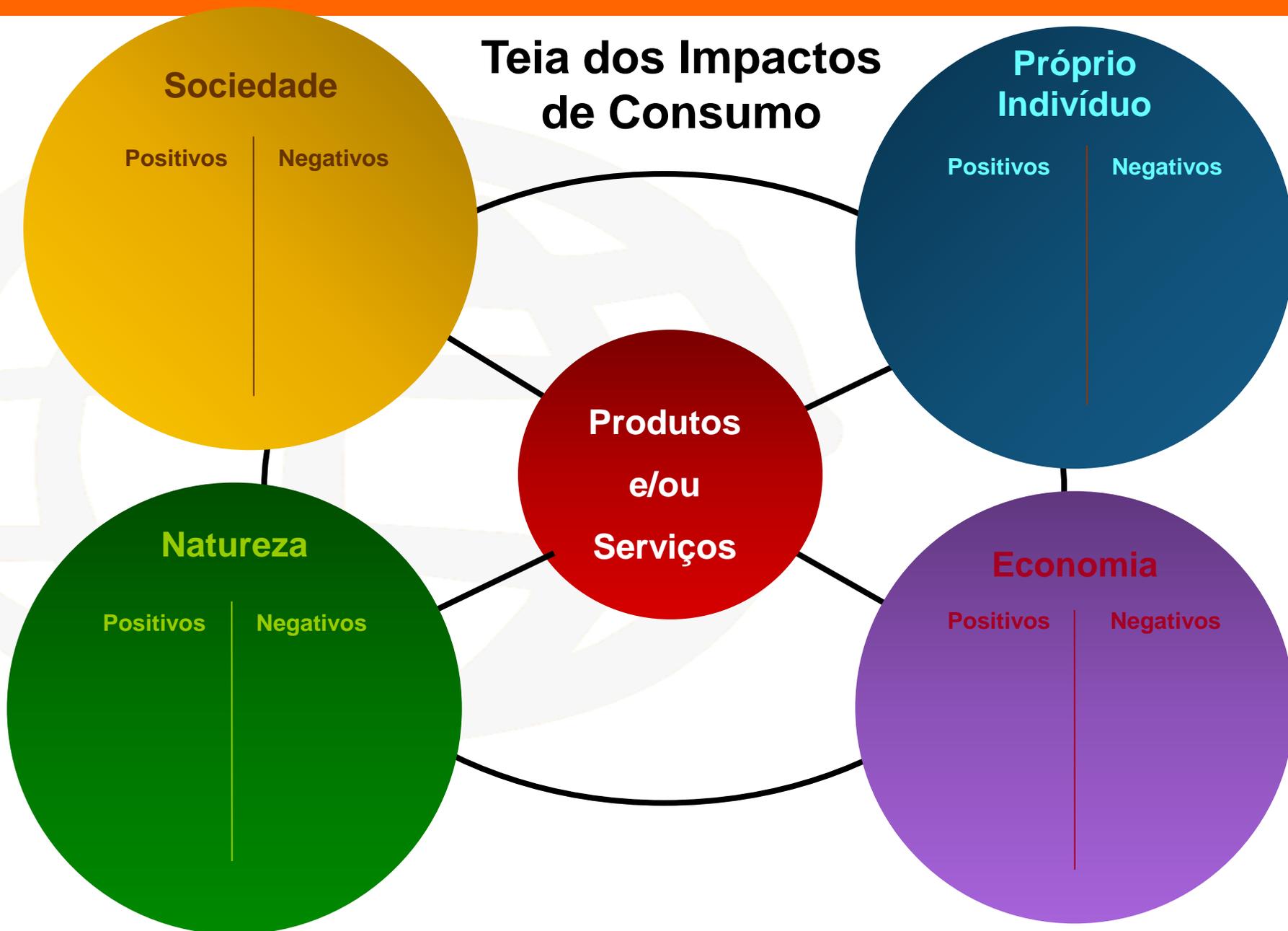
Por que comprar
O que comprar
Como comprar
De quem comprar
Como usar
Como descartar

**MAXIMIZAR
POSITIVO**

**MINIMIZAR
NEGATIVO**

DIMENSÕES

Próprio indivíduo
Relações sociais
Natureza
Economia



Todo Consumo gera

I M P A C T O



Todo produto ou serviço
tem sua

HISTÓRIA



Em Economia essa história
chama-se

Cadeia Produtiva



CADEIA PRODUTIVA

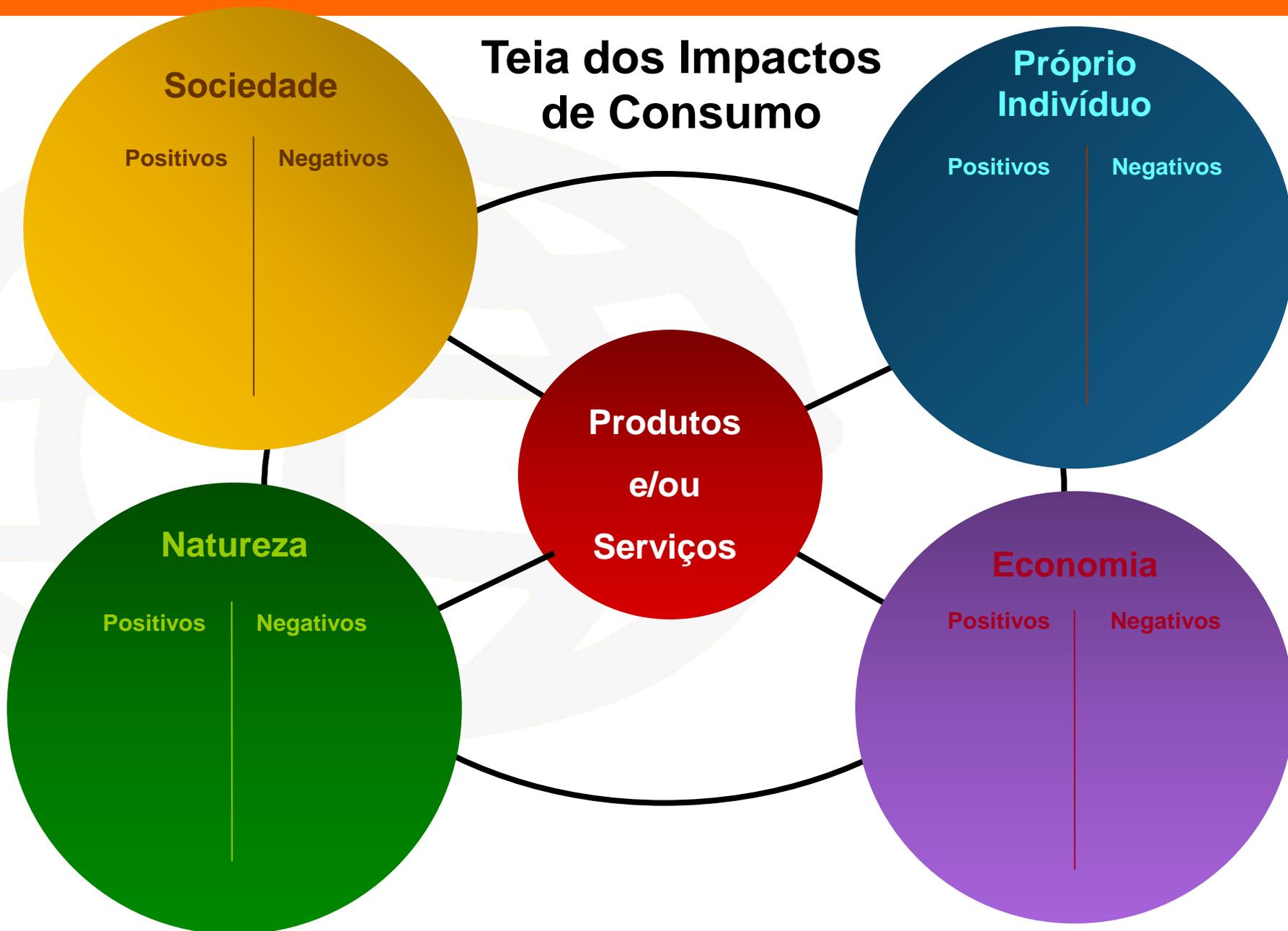
Um encadeamento de modificações da matéria-prima, com finalidade econômica, que inclui desde a **exploração** dessa matéria-prima, em seu **meio ambiente natural**, até o seu **retorno à natureza**, **passando pelos circuitos produtivos**, de **consumo**, **transporte**, de **recuperação**, **tratamento e eliminação de efluentes e resíduos sólidos**.

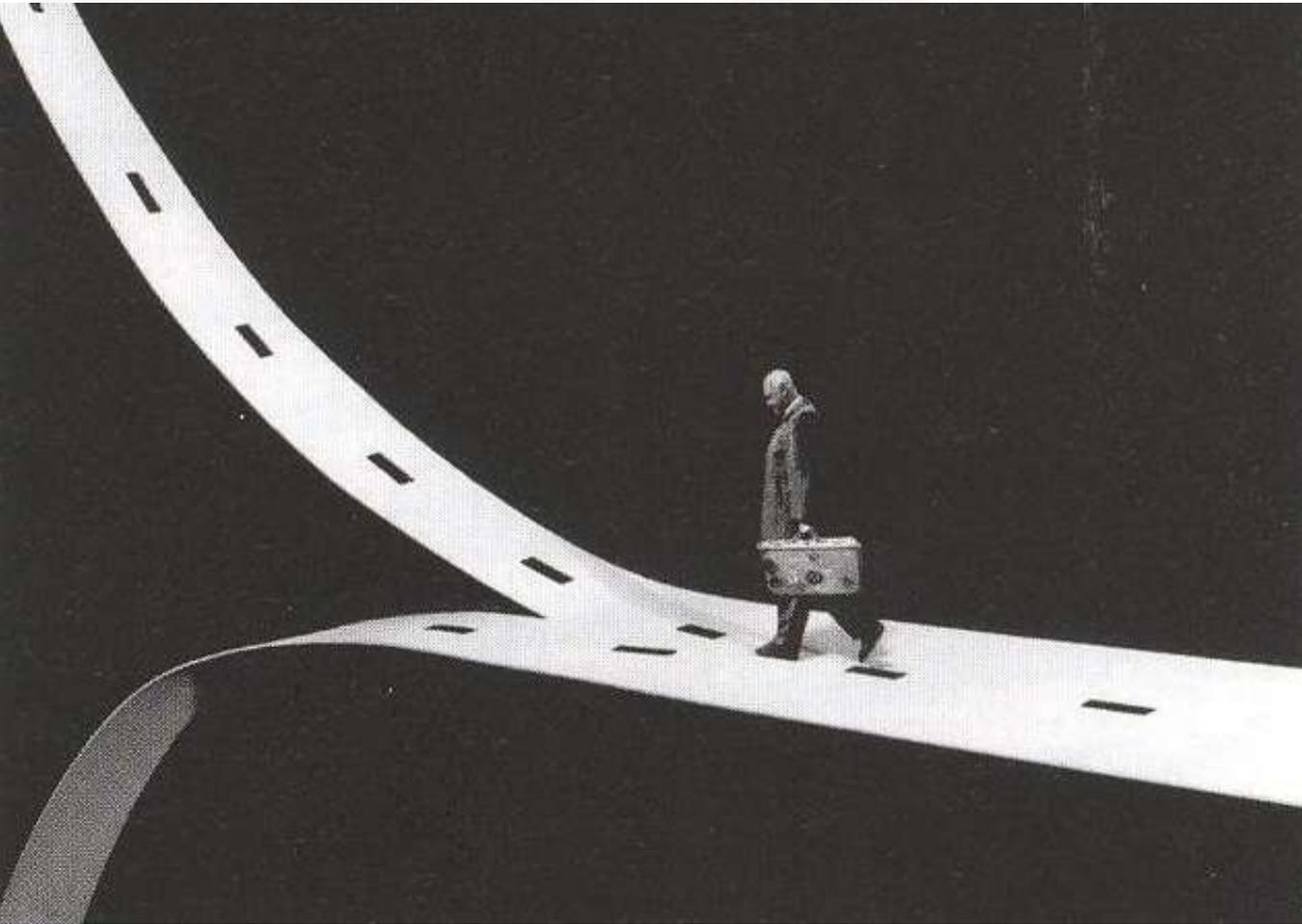
Refleta sobre a história dos produtos...

- Quais os tipos de materiais compõem seu produto?
- Você imagina como é a extração da matéria-prima que o compõe?
- Pense em que tipo de fabricação foi necessária para a transformação da matéria-prima no produto final? Toda a fabricação é feita na mesma empresa?
- Que tipo de energia foi usada na fabricação?
- Quanto de água foi usado (muita, pouca, nem imagino ...)?
- Você conhece de que tipo de material é feita a embalagem do seu produto?
- Como ele chega até o consumidor final? Você imagina quantos quilômetros este produto teve de percorrer até chegar a você?
- Para onde este produto vai quando você acaba de usá-lo?

Refleta sobre a história dos serviços...

- Que tipo de produtos são usados na prestação deste serviço?
- A prestação deste serviço utiliza, direta ou indiretamente, recursos naturais? Pense neles.
- Quantas pessoas, em média, estão envolvidas da prestação do serviço?
- Este tipo de serviço requer algum tipo de transporte para sua realização? Qual?
- Você tem idéia de quantos e quais são os fornecedores envolvidos na realização do serviço?
- Este serviço origina resíduos? De que tipo?
- O prestador de serviço é responsável pelo descarte?





Hora da decisão

Foto: Gilbert Garcin, Le choix décisif (*The decisive choice*)



Foto: Gilbert Garcin, Changer le monde (*Change the world*)

**Mudar a
sociedade
de consumo...**



Foto: Gilbert Garcin, La tour d'ivoire (*The ivory tour*)

**... antes
que seja
tarde
demais.**

Estilo de vida

realização

PROMOÇÃO

Moda

safistação

Novidades

CONSUMA!

Opções

Desconto\$\$\$

sonhos

Crédito

Oferta!!!

prazer

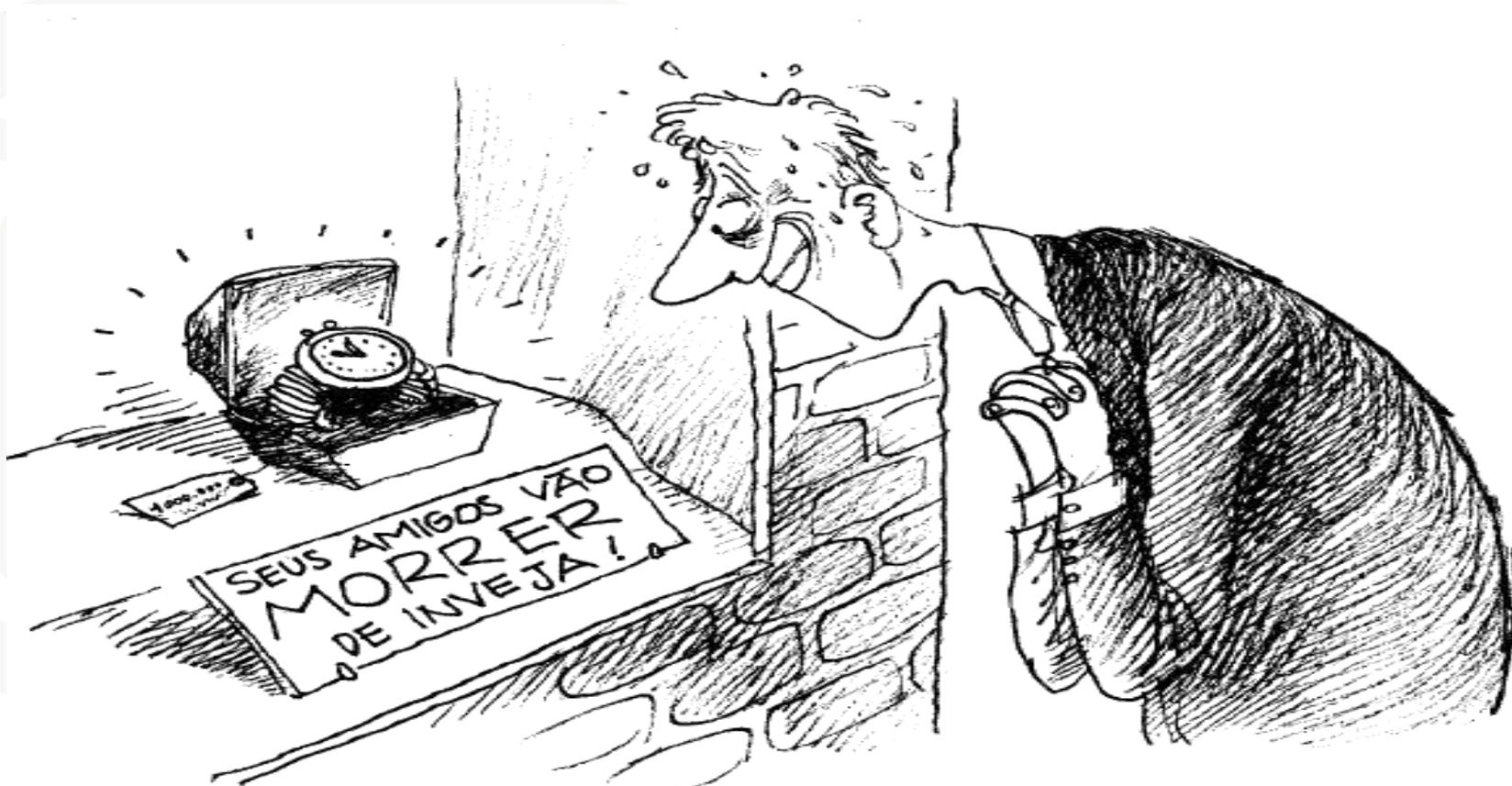
parcelas

desejos

**Cartão de
crédito**

Shopping

Suas escolhas de consumo precisam ser feitas com consciência afinal



Você não é o que consome!

“Seja a mudança que você quer ver no mundo”

Mahatma Gandhi



Desafios

- As pessoas não **reconhecem** a **existência** dos problemas causados pelos atos de consumo
- Quando reconhecem, não percebem que **são diretamente afetadas** pelos seus próprios atos de consumo
- Quando percebem, não se dão conta que causam um **grande impacto com seus comportamentos individuais de consumo** ao longo da vida
- Ao se dar conta do seu impacto individual, mudam seu comportamento de consumo, mas não **percebem que podem mobilizar outras pessoas** na mesma direção
- As pessoas não se dão conta que são multiplicadores de sua forma de consumir e que podem **dar o exemplo de consumo consciente** a ser adotado por todos

Pedagogias

Relevância

“Reconhecer os problemas derivados dos atos de consumo”

Interdependência

“O que eu faço afeta a todos e retorna a mim mesmo”

Cotidiano

“Pequenas atitudes, repetidas ao longo de muito tempo, fazem muita diferença”

Cidadania

“Pequenas atitudes, quando adotadas por muita gente, surtem efeito rapidamente”

Exemplaridade

“Meu exemplo influencia outras pessoas: sou um multiplicador”



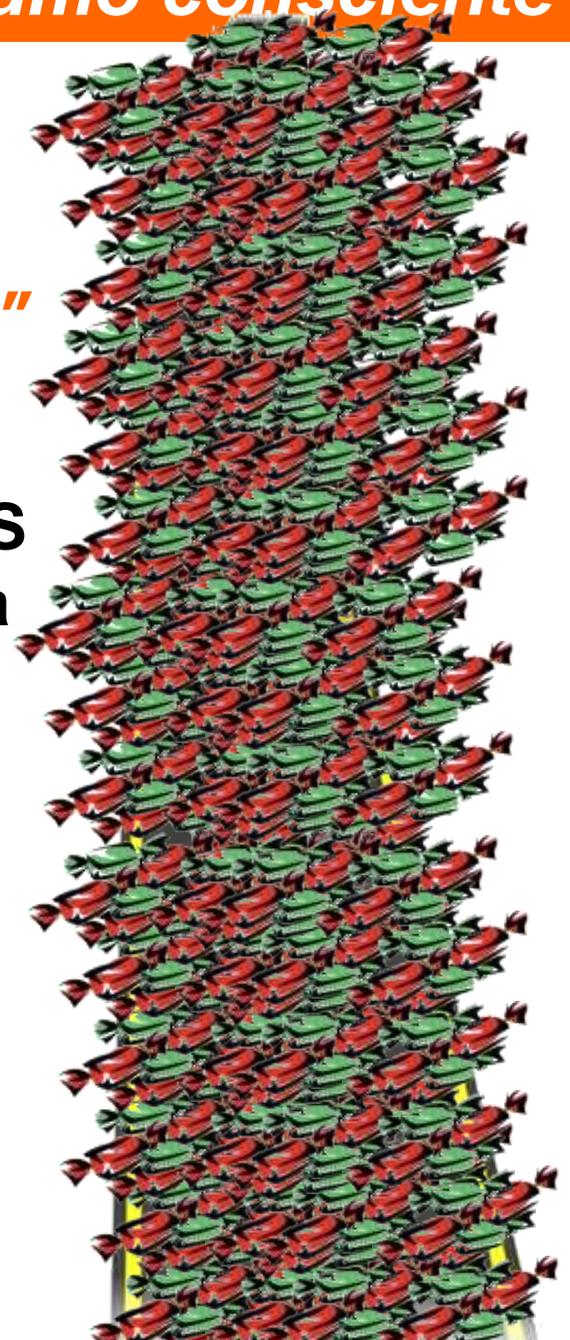
Relevância

“Reconhecer os impactos derivados dos atos de consumo”

Se cada motorista de todos os veículos de São Paulo jogar APENAS UM papel de bala por dia pela janela do carro...

e alguém juntar todos esses papéis,

em uma semana seria possível cobrir toda a AVENIDA PAULISTA com um tapete de papéis de bala !



INSTITUTO AKATU – Pelo consumo consciente

 **Interdependência**

“O que eu faço afeta a todos e retorna a mim mesmo”



Interdependência

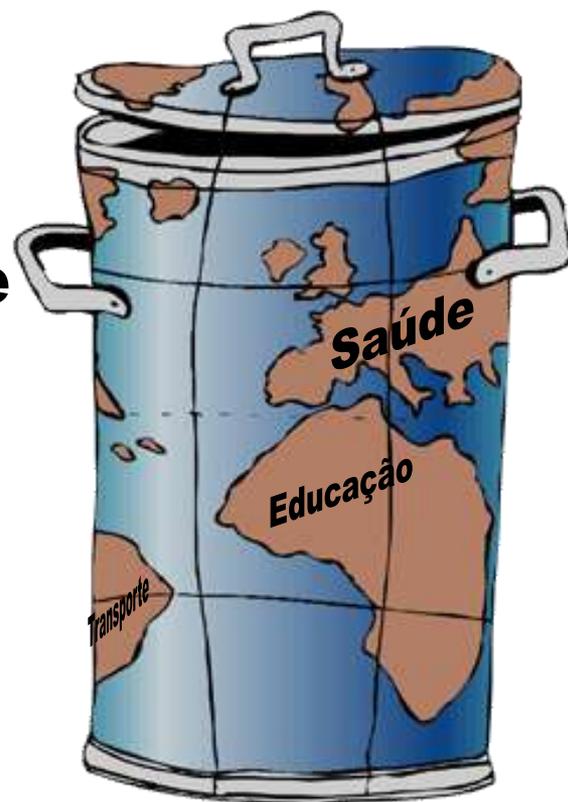
“O que eu faço afeta a todos e retorna a mim mesmo”

Se todos deixarem de jogar lixo nas ruas,
parte dos

R\$340 MILHÕES

que a Prefeitura gasta na prevenção de
enchentes poderia ser aplicada
muito melhor:

NA EDUCAÇÃO
NA SEGURANÇA
NO TRANSPORTE
NA SAÚDE...



Cotidiano

"Pequenas atitudes, repetidas ao longo de muito tempo, fazem muita diferença"

Uma pessoa nascida no Brasil, que viva até os 72 anos, irá PRODUZIR MUITO LIXO Durante a sua vida toda:

QDE	UNIDADE	DESCRIÇÃO
13,24	ton	MATÉRIA ORGÂNICA
2,56	ton	PAPEL / PAPELÃO
0,30	ton	LONGA VIDA
3,87	ton	PLÁSTICOS / ISOPOR
0,35	ton	METAIS FERROSOS
0,16	ton	ALUMÍNIO
1,36	ton	TRAPOS / PANOS
0,02	ton	PILHAS / BATERIAS
0,41	ton	VIDRO
0,16	ton	TERRA / PEDRA
0,37	ton	MADEIRA
0,23	ton	DIVERSOS

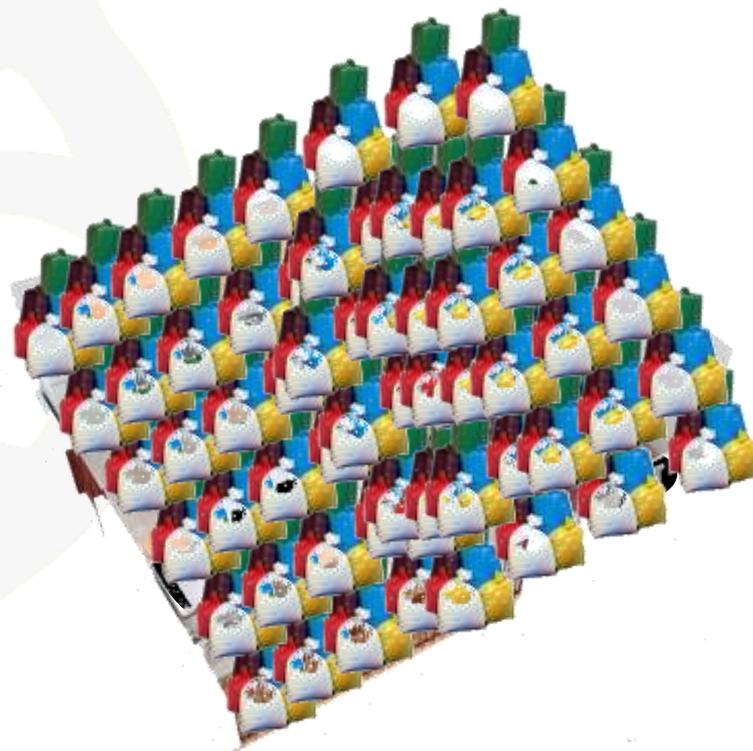
Fonte: CEMPRE



Cotidiano

"Pequenas atitudes, repetidas ao longo de muito tempo, causam um grande impacto"

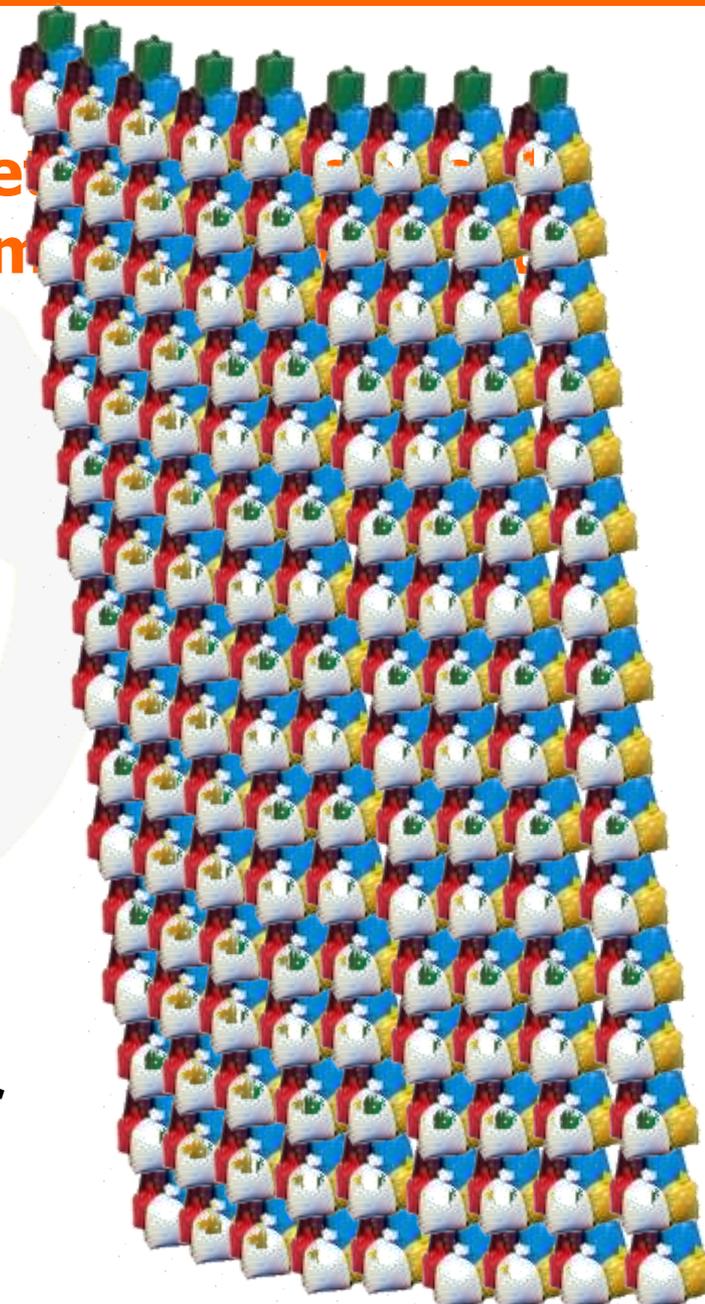
Este lixo, ao longo de 70 anos é suficiente para encher até o teto um apartamento de 50 metros quadrados.



Cotidiano

"Pequenas atitudes, repetidas
muito tempo, causam um

**Agora imagine que se
pegarmos o lixo de
4 famílias, de 5 pessoas,
e fizermos o mesmo;
encheremos até o teto
todos os andares de um
prédio de 10 andares
com 2 apartamentos por
andar !**



MAS

40

ANDARES ACIMA!

Cidadania

“Pequenas atitudes, quando adotadas por muita gente, surtem efeito rapidamente”

Se cada família da cidade de São Paulo trazer pão da padaria, todos os dias, durante um ano, em um saquinho plástico pequeno...



Cidadania

“Pequenas atitudes, quando adotadas por muita gente, surtem efeito rapidamente”

...esses saquinhos alinhados permitiriam dar

**11 VOLTAS
AO REDOR
DA TERRA!**



**Porque não levar a
própria sacola para as compras!**



Ecoeficiência para o Bradesco

Melhoria em Processos

Otimização de processos e gerenciamento de perdas, para a minimização dos desperdícios. Visa a redução do consumo de água, energia, papel e outros materiais, bem como a redução da geração de resíduos e de gases de efeito estufa.

- Redução do consumo de papel;
- Redução de resíduos de construção;
- Logística reversa;
- Gerenciamento de efluentes;
- Gestão de mudanças climáticas;
- Gestão de emissões atmosféricas;
- Programa de Desperdício Zero
- Transporte sustentável
- Programas de 3R (Reuso, reciclagem e revalorização);
- Conservação de água e reuso;
- Uso eficiente e consciente de energia elétrica;
- Carona solidária;



Bradesco





Ecoeficiência para o Bradesco

Produtos Verdes

Redesenho e criação dos produtos e serviços com vistas à reciclabilidade dos materiais, redução da intensidade de materiais e energia, durabilidade e alinhamento às necessidades dos clientes.

- Redução da intensidade material de bens e serviços;
- Redução da intensidade energética de bens e serviços;
- Redução da periculosidade de materiais empregados e passíveis de serem disponibilizados no meio ambiente;
- Melhoria da reciclabilidade de materiais;
- Maximização do uso sustentável de recursos renováveis;
- Aumento da durabilidade de produtos;
- Melhoria do alinhamento dos serviços às necessidades dos clientes;



Bradesco





Ecoeficiência para o Bradesco

Comunicação

Ações de comunicação para capacitar, sensibilizar e engajar público interno e colaboradores terceiros.

- Divulgação ao público interno – visa conscientização e motivação;
- Divulgação ao público externo – em parte este é atendido pelos Relatórios de Sustentabilidade.

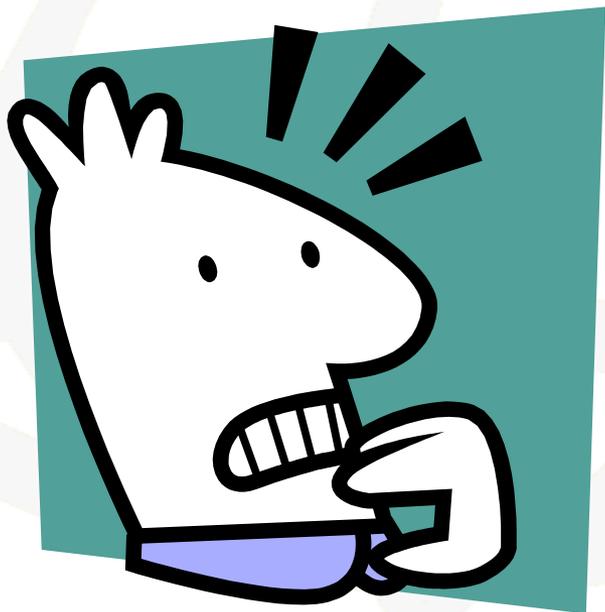


Exemplaridade

“Meu exemplo influência outras pessoas:
EU SOU UM MULTIPLICADOR!
TODOS SOMOS MULTIPLICADORES!”



Alguns cuidados ao mobilizar



- Não ser alarmista: o medo imobiliza ou desestrutura.

Alguns cuidados ao mobilizar



- Evitar apontar o dedo. A culpa afasta o público.

Alguns cuidados ao mobilizar



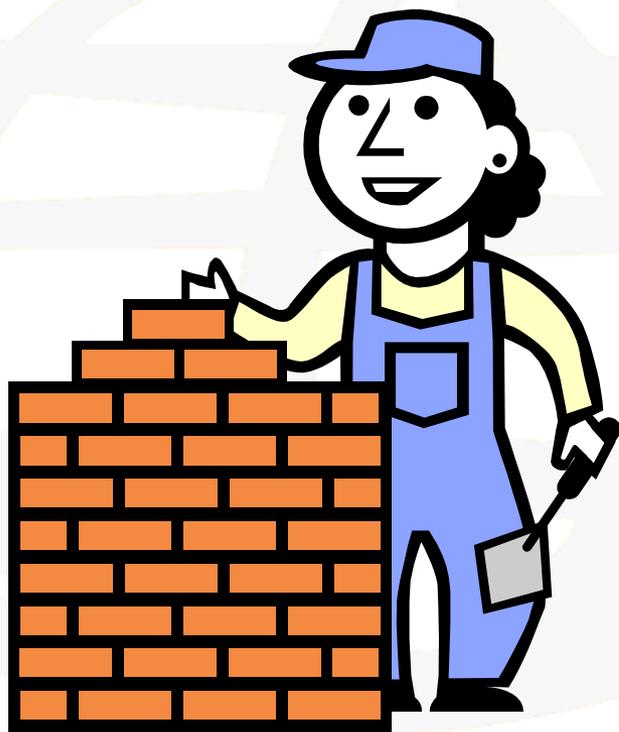
- Mostrar sempre o melhor caminho, buscando alternativas criativas para os problemas.

Alguns cuidados ao mobilizar



- Mostrar sempre que a escolha consciente é uma oportunidade de mudança.

Alguns cuidados ao mobilizar



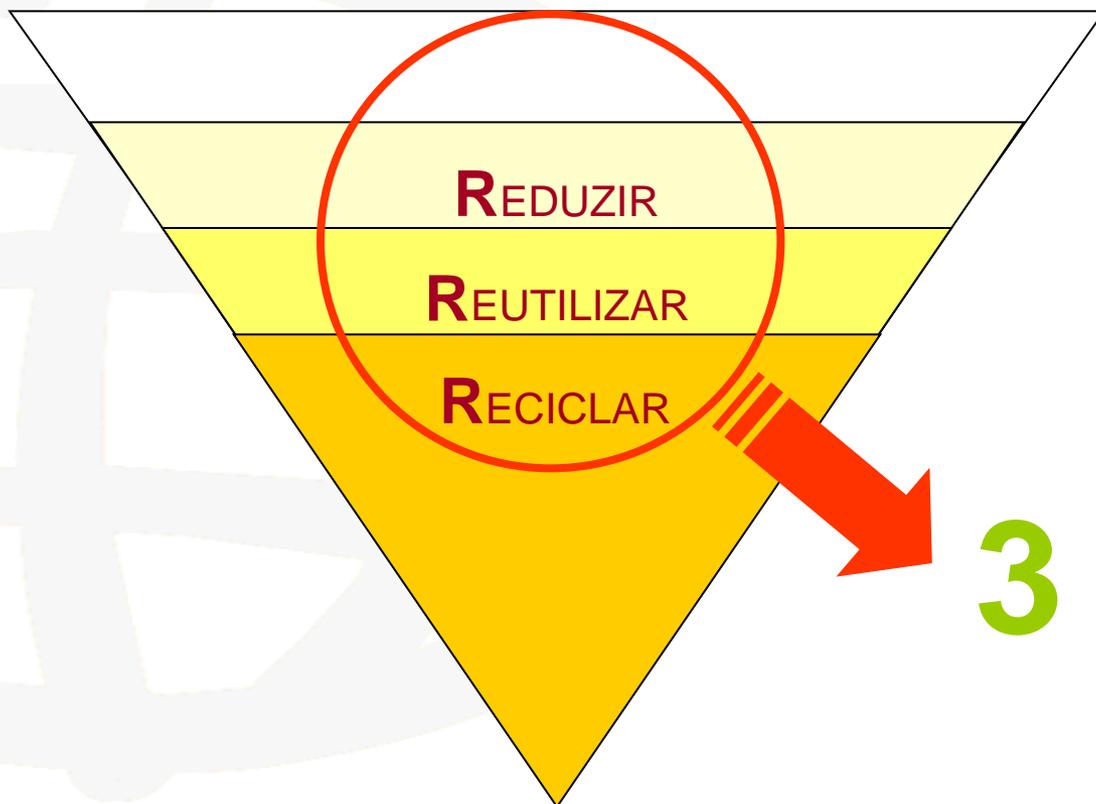
- Valorizar o poder do consumidor, como protagonista na construção da sustentabilidade.

Alguns cuidados ao mobilizar



- Deixar claro que a ação de uma única pessoa faz muita diferença e que cada um precisa fazer sua parte.

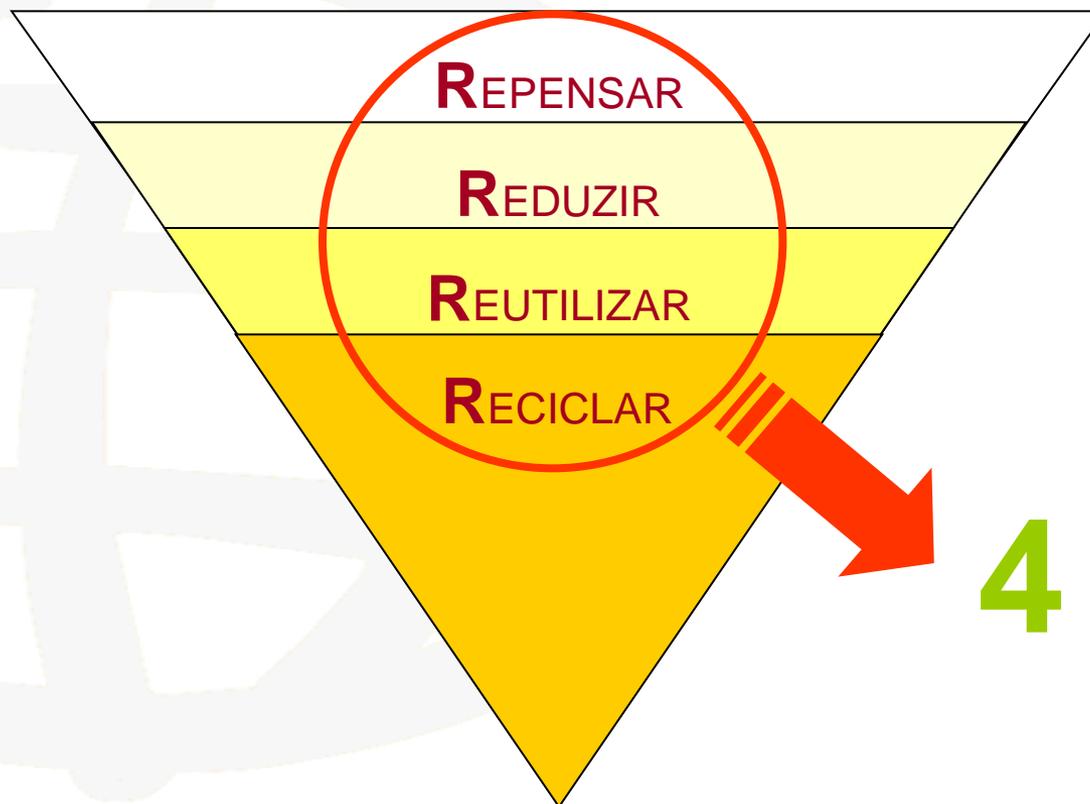
REVENDO O CONSUMO



3 Rs

CONSUMO

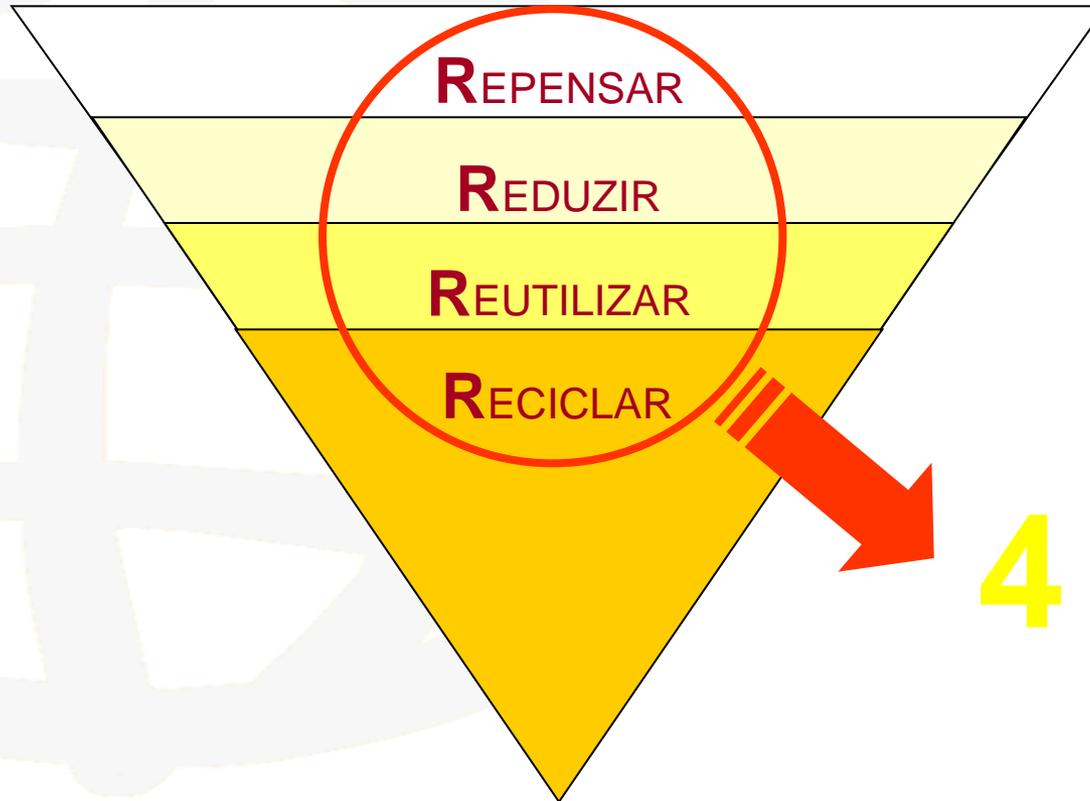
REVENDO O CONSUMO



4 Rs

CONSUMO

REVENDO O CONSUMO



4 Rs

CONSUMO

4Rs para um consumidor consciente

REPENSAR

Repensar é refletir sobre os atos de consumo e seus impactos.

REDUZIR

Reduzir é evitar a geração de lixo antes que ela ocorra.

REUTILIZAR

Reutilizar é aumentar a vida útil de um produto ou material.

RECICLAR

Para Reciclar é importante não misturar os materiais e encaminhá-los adequadamente.

**Consumir com
consciência é
não consumir?**

NÃO



É consumir **diferente**: escolhendo os impactos que se quer causar



É consumir
solidariamente:
buscando os impactos
positivos para o bem-
estar da sociedade e
do meio ambiente.



É consumir
sustentavelmente:
deixando um mundo melhor
para as próximas gerações



***“ A Terra tem o suficiente
para todas as nossas
necessidades, mas apenas
para o que é realmente
necessário.”***



Mahatma Gandhi

12 AÇÕES PARA UM FUTURO ECOEFFICIENTE

Líderes Governamentais e funcionários públicos

1. Estabelecer metas macroeconómicas da eco-eficiência e critérios de conversão para o desenvolvimento sustentável.
2. Integrar medidas políticas para reforçar a eco-eficiência (por exemplo, através da eliminação de subsídios, interiorizando questões externas e efectuando mudanças na política tributária).
3. Trabalhar para mudar as regras e os sistemas das políticas internacionais para o comércio, transacções financeiras, etc, como forma de apoiar uma maior produtividade de recursos e redução de emissões, assim como melhorias das condições dos desprivilegiados.

Fonte: [World Business Council for Sustainable Development – WBCSD](#), em 1992).

12 AÇÕES PARA UM FUTURO ECOEFFICIENTE

Líderes da sociedade civil e Consumidores

4. Encorajar os consumidores a preferirem produtos e serviços eco-eficientes e mais sustentáveis

5. Apoiar as medidas políticas para criação das condições enquadradoras, que recompensam a eco-eficiência.

Docentes

6. Incluir a eco-eficiência e a sustentabilidade nos currículos dos ensinos secundário e superior e utilizá-la em programas de investigação e desenvolvimento.

12 AÇÕES PARA UM FUTURO ECOEFFICIENTE

Analistas financeiros e investidores

7. Reconhecer e recompensar a eco-eficiência e a sustentabilidade como critérios de investimento

8. Ajudar as empresas eco-eficientes e líderes da sustentabilidade a comunicar ao mercado financeiro o progresso e os benefícios relacionados com o negócio

9. Promover e utilizar instrumentos de avaliação e índices de sustentabilidade para apoiar os mercados e ajudar a alargar o conhecimento sobre os benefícios da eco-eficiência

12 AÇÕES PARA UM FUTURO ECOEFFICIENTE

Líderes de Negócio

10. Integrar a eco-eficiência na estratégia de negócio, incluindo nas estratégias operacionais, de inovação do produto e marketing

11. Integrar a eco-eficiência na estratégia de negócio, incluindo nas estratégias operacionais, de inovação do produto e marketing

12. Apoiar as medidas políticas, que recompensam a eco-eficiência.

Fonte: [World Business Council for Sustainable Development – WBCSD](#), em 1992).

INSTITUTO AKATU – Pelo consumo consciente

VIABILIZA

		Indivíduo		Comunidade		Empresa		Governo	
		Ação	Tempo	Ação	Tempo	Ação	Tempo	Ação	Tempo
P R E S S I O N A	Indivíduo								
	Comunidade								
	Empresa								
	Governo								

2007 © Instituto Akatu

Toda ação tem que ser viabilizada e pressionada para que aconteça

Legenda de Tempo: C = curto prazo / M = médio prazo / L = longo prazo

NOSSO CONSUMO TRANSFORMA O MUNDO





**O CONSUMO, NEM SEMPRE, TRAZ
FELICIDADE.**

Stop dierproeven voor cosmetica





Stop dierproeven voor cosmetica



**ÀS VEZES , CONSUMIR
CONSCIENTEMENTE É NÃO
CONSUMIR.**



Stop dierproeven voor cosmetica



**CONSUMO CONSCIENTE
É CONSUMO RESPONSÁVEL.**





CONSUMINDO, TRANSFORMAMOS O MUNDO E NOS TRANSFORMAMOS.

INSTITUTO AKATU – Pelo consumo consciente

AO CONSUMIR, PENSE NO QUE QUER SE TRANSFORMAR



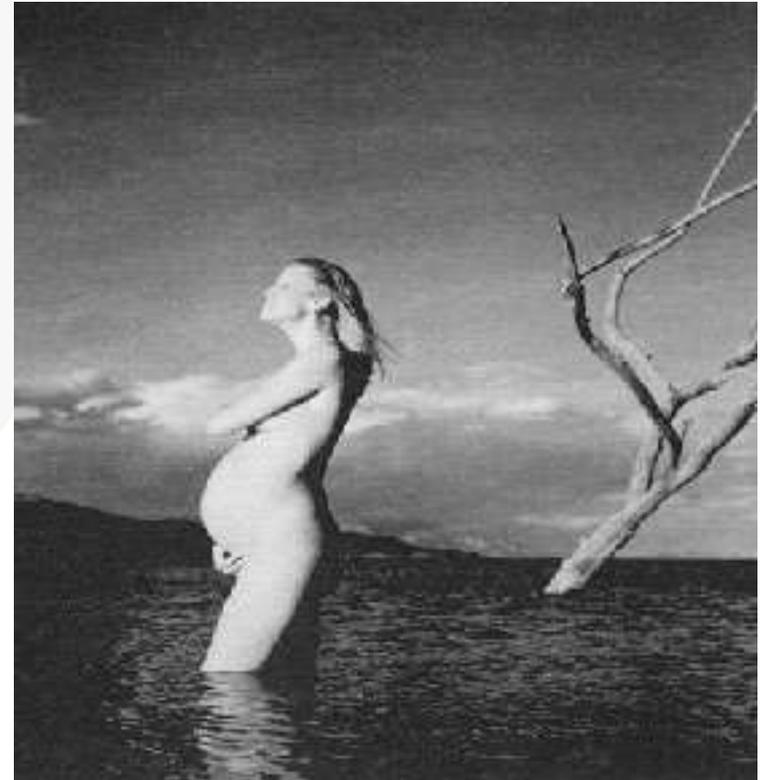
PORQUE "OS HOMENS CRIAM AS FERRAMENTAS ..."

... MAS "AS FERRAMENTAS RECRIAM OS HOMENS".

Visão

Criar uma comunidade humana, onde haja um equilíbrio de valores masculinos e femininos, que se perceba parte integrante da teia de vida no Planeta e, como tal, cuide da vida pela vida em si e acolha a humanidade em toda a sua diversidade.

INSTITUTO AKATU – Pelo consumo consciente







Consumo Consciente

**Ato de solidariedade
com as pessoas
e o planeta**

Obrigado !

Ricardo Oliani
Consultor do Instituto Akatu

faleconosco@akatu.org.br