

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO**  
**Programa de Pós-Graduação em Administração e Programa de Pós-Graduação em**  
**Economia FEA/PUC-SP**



**Núcleo de Estudos do Futuro**



**PUC . SP . Brasil**



# **SUSTENTABILIDADE**

## **ODS 12**

### **CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEL**

**Disciplina Sustentabilidade 1s 2019**

**Turma: ADM-NB9**

**Prof. Dr. Arnaldo José de Hoyos Guevara**

**Aron Dantas, Lucas de Sario, João Donadi**

**São Paulo – SP**  
**2019**

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>3</b>
<b>CAPÍTULO 1. PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEL</b> .....	<b>4</b>
1.1 - Produção e Consumo Sustentável .....	5
1.2 - Importância da Produção Sustentável para as Empresas .....	7
1.3 - Características do Consumo Sustentável .....	7
1.3.1 - A Relevância do Consumo Sustentável .....	9
<b>CAPÍTULO 2. SUSTENTABILIDADE NOS DIAS ATUAIS</b> .....	<b>9</b>
2.1 - Iniciativas Sustentáveis nas Empresas .....	11
2.2 - Alternativas Sustentáveis para o Consumo .....	23
2.3 – Obstáculos .....	25
<b>CAPÍTULO 3. CONSCIENTIZAÇÃO</b> .....	<b>26</b>
3.1 - A Importância da Conscientização para o Consumo Sustentável .....	27
3.2 - Ações de boas práticas. (Case) .....	28
3.3 - Consumo Consciente de Embalagens .....	30
3.3.1 - Como o Consumo Sustentável Pode Alterar o Processo de Produção .....	31
<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>32</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>33</b>

## INTRODUÇÃO

A população urbana mundial continua crescendo em ritmo acelerado. Os inúmeros desafios dessa tendência levam a crer que esse modelo de urbanização global é insustentável. Muitos municípios pequenos e médios no Brasil enfrentam a realidade do êxodo rural, perda da população jovem e descaracterização de sua vocação por falta de condições de se manter sistemas de produção que possam não só abastecer o próprio mercado doméstico, mas competir com o atual modelo globalizado de produção e consumo.

Essa migração traz inúmeros problemas para os gestores públicos e a reversão do processo migratório é altamente desejada. Dessa forma, faz-se necessário o desenvolvimento de ações, programas e projetos de desenvolvimento local que possibilitem, quando possível, essa reversão, trazendo renda, qualidade de vida e cidadania para as pessoas dessas localidades.

Desde o final do século XIX, a discussão acadêmica e de gestores públicos sobre a importância do fomento de aglomerações de empresas em distritos industriais ou clusters têm se intensificado. Estas receberam denominações diversas como: distritos ou polos industriais, clusters, sistemas inovativos e produtivos locais, Sistemas Locais de Produção e Arranjos Produtivos Locais.

Como uma forma de enfrentamento destes desafios, surgiram modelos de desenvolvimento locais cooperativos, fundamentados no conceito de Ecologia Industrial, trazendo mudanças dos paradigmas de produção e consumo vigentes, para um que busque o desenvolvimento com a superação da escassez dos recursos naturais e dos impactos negativos sobre o equilíbrio dos ecossistemas.

Por outro lado, em 1992, a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento concluiu sobre o insustentável modelo vigente de produção e consumo da civilização. Nasce o conceito de produção sustentável que deveria dar conta da questão produção, para que os bens e serviços fossem criados usando processos e sistemas que pudessem trazer qualidade de vida e não comprometer a sobrevivência das gerações futuras.

O objetivo deste trabalho é elaborar um artigo acadêmico, onde iremos falar sobre as iniciativas que os governos e empresas estão tomando, para tornar o consumo e produção mais sustentáveis, a fim de proporcionar uma melhor qualidade de vida a população, sem comprometer nosso meio ambiente e o futuro das gerações que estão por vir.

Com esse propósito iremos trabalhar sobre os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável – ODS, com vistas ao alcance das metas estabelecidas em 2015, sobretudo do ODS 12, de assegurar os padrões de produção e consumo sustentáveis, pois esse é o caminho mais seguro

e justo para combater as mudanças climáticas, conservar e usar sustentavelmente os recursos hídricos, a biodiversidade, as florestas, todos os recursos.

O Objetivo de Desenvolvimento Sustentável da ONU número 12 diz: “Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis”. As metas incluem reduzir pela metade o desperdício de alimentos per capita mundial; alcançar o manejo ambientalmente saudável dos produtos químicos e todos os resíduos; e reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso; entre outros.



**Figura 1**  
**Fonte: Universidade Metodista**

## **CAPÍTULO 1. PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEL**

A ODS 12 que tem como objetivo assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis estabeleceu como foco 8 frentes de trabalho sendo elas;

- **12.1** - Implementar o Plano Decenal de Programas sobre Produção e Consumo Sustentáveis, com todos os países tomando medidas, e os países desenvolvidos assumindo a liderança, tendo em conta o desenvolvimento e as capacidades dos países em desenvolvimento
- **12.2** - Até 2030, alcançar a gestão sustentável e o uso eficiente dos recursos naturais
- **12.3** - Até 2030, reduzir pela metade o desperdício de alimentos per capita mundial, nos níveis de varejo e do consumidor, e reduzir as perdas de alimentos ao longo das cadeias de produção e abastecimento, incluindo as perdas pós-colheita

- **12.4** - Até 2020, alcançar o manejo ambientalmente saudável dos produtos químicos e todos os resíduos, ao longo de todo o ciclo de vida destes, de acordo com os marcos internacionais acordados, e reduzir significativamente a liberação destes para o ar, água e solo, para minimizar seus impactos negativos sobre a saúde humana e o meio ambiente
- **12.5** - Até 2030, reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso
- **12.6** - Incentivar as empresas, especialmente as empresas grandes e transnacionais, a adotar práticas sustentáveis e a integrar informações de sustentabilidade em seu ciclo de relatórios
- **12.7** - Promover práticas de compras públicas sustentáveis, de acordo com as políticas e prioridades nacionais
- **12.8** - Até 2030, garantir que as pessoas, em todos os lugares, tenham informação relevante e conscientização para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza
  - **12.a** - Apoiar países em desenvolvimento a fortalecer suas capacidades científicas e tecnológicas para mudar para padrões mais sustentáveis de produção e consumo
  - **12.b** - Desenvolver e implementar ferramentas para monitorar os impactos do desenvolvimento sustentável para o turismo sustentável, que gera empregos, promove a cultura e os produtos locais
  - **12.c** - Racionalizar subsídios ineficientes aos combustíveis fósseis, que encorajam o consumo exagerado, eliminando as distorções de mercado, de acordo com as circunstâncias nacionais, inclusive por meio da reestruturação fiscal e a eliminação gradual desses subsídios prejudiciais, caso existam, para refletir os seus impactos ambientais, tendo plenamente em conta as necessidades específicas e condições dos países em desenvolvimento e minimizando os possíveis impactos adversos sobre o seu desenvolvimento de uma forma que proteja os pobres e as comunidades afetadas.

## **1.1 - Produção e Consumo Sustentável**

O conceito de produção e consumo sustentáveis começou a surgir nos anos 70, mas só ganhou força na década de 90. O termo costuma estar associado à ideia de “ciclo”, pois costuma-se dizer que um produto tem uma vida útil que vai “do berço ao berço”.

Produzir sustentavelmente significa ter produtos que depois de consumidos possam ser facilmente reaproveitados tendo na reciclagem como em alguma forma de tratamento de resíduos sólidos. Mas antes disso, significa aumentar a eficiência na produção evitando desperdícios de energia e matéria prima, portanto, exige qualificação em design de produtos.

Os responsáveis diretos pela produção sustentável são as indústrias e o setor produtivo em geral. O governo aparece aqui como órgão regulamentador, podendo dar incentivos fiscais e financeiros para empresas que se adaptem aos sistemas de produção sustentável. Dentro desse conceito, é muito importante entender que sempre podemos melhorar o design de um produto, seja através de novos processos de produção como através do aperfeiçoamento de tecnologias.

Produção Sustentável é o termo utilizado para se referir ao uso de alternativas que buscam diminuir os impactos ambientais e sociais ao longo de um ciclo de produção de bens de consumo ou serviços. Podemos dizer que a produção sustentável tenta fazer mais com menos, tentando e buscando melhorar a qualidade de vida, reduzir a degradação ambiental, o desperdício e a poluição. O aumento do consumismo ao longo dos anos é um dos responsáveis pelos problemas enfrentados pelo meio ambiente, devido a produções em excesso de serviços e bens de consumo, o que gera um grande número de resíduos e emissões que prejudicam o planeta.

O consumo sustentável é um conjunto de práticas relacionadas à aquisição de produtos e serviços que visam diminuir ou até mesmo eliminar os impactos ao meio ambiente. São atitudes positivas que preservam os recursos naturais, mantendo o equilíbrio ecológico em nosso planeta

O consumo sustentável, bem como a produção com este fim, são conceitos criados para determinar a preocupação com a sustentabilidade através de atitudes e estratégias de sustentabilidade relacionadas ao desenvolvimento econômico.



Figura 2

## **1.2 - Importância da Produção Sustentável para as Empresas**

A crescente preocupação com o meio ambiente tem feito com que os países, empresas, escolas e as pessoas, de um modo geral, busquem alternativas sustentáveis para diminuir os impactos negativos ao meio ambiente.

Uma empresa verdadeiramente sustentável é, basicamente, aquela que consegue por parte de suas ações desenvolver-se sem provocar danos ambientais e sociais e, ainda, age de forma ética e transparente para com fornecedores e parceiros, além de contribuir para a sociedade em que está inserida.

Este conceito demonstra que, para ser sustentável, uma empresa precisa ir além de reciclar parte de seu lixo ou economizar água, a produção sustentável é parte destas ações, que acontecem por meio de um processo feito para que o ciclo de vida de serviços e de bens cause o menor dano possível ao meio ambiente. É necessário alinhar os planos futuros do empreendimento e planejar o seu crescimento de forma ética e construtiva, seu objetivo é minimizar os impactos que causam riscos à saúde das pessoas e danos ao meio ambiente, o que ajuda a gerar ganhos sociais e também econômicos para a própria empresa, seus funcionários, colaboradores e também para o planeta.

Quando se fala em uma produção voltada para a sustentabilidade, ela incorpora noções relacionadas aos limites da oferta dos recursos da natureza e a capacidade que o meio ambiente tem para conseguir absorver os impactos causados pelas ações realizadas pelo homem.

## **1.3 - Características do Consumo Sustentável**

O aumento do consumismo ao longo dos anos é um dos responsáveis pelos problemas enfrentados pelo meio ambiente, devido a produções em excesso de serviços e bens de consumo, o que gera um grande número de resíduos e emissões que prejudicam o planeta.

A conscientização é importante, pois o comportamento de sustentabilidade precisa envolver não apenas a produção, mas também o uso do produto e seu descarte. O consumo com qualidade, reduzindo o que é desnecessário também entra no comportamento visando cuidar melhor do meio ambiente.

Por isso, os consumidores possuem um papel tão importante, o papel de agentes conscientes que podem fazer do consumo responsável uma realidade, aumentando a vida útil dos produtos e reaproveitando-os para a reciclagem, sempre influenciando familiares e amigos,

com isso tentando obrigar as empresas, principalmente as concorrentes, a se adequarem e buscarem uma produção também sustentável.

Sempre com o objetivo de causar o menor impacto possível ao meio ambiente, a produção sustentável irá, fundamentalmente, ser realizada de forma a emitir menos gases de efeito estufa, assim como gastar menos energia e outros recursos naturais.

Em um projeto que visa uma produção aliada a sustentabilidade haverá um planejamento pensando em todas as etapas do ciclo de vida do produto, com o objetivo de prolongar a vida útil deste item e conseguir reciclar os insumos para novas linhas de produção.



**Figura 3**  
**Fonte: greensusteavel.globspot.com**

O consumidor consciente é aquele que leva em conta, ao escolher os produtos que compra, o meio ambiente, a saúde humana e animal, as relações justas de trabalho, além de questões como preço e marca.

O consumidor consciente sabe que pode ser um agente transformador da sociedade por meio do seu ato de consumo. Sabe que os atos de consumo têm impacto e que, mesmo um único indivíduo, ao longo de sua vida, produzirá um impacto significativo na sociedade e no meio ambiente.

Por meio de cada ato de consumo, o consumidor consciente busca o equilíbrio entre a sua satisfação pessoal e a sustentabilidade, maximizando as consequências positivas e minimizando as negativas de suas escolhas de consumo, não só para si mesmo, mas também para as relações sociais, a economia e a natureza.



O consumidor consciente também procura disseminar o conceito e a prática do consumo consciente, fazendo com que pequenos gestos realizados por um número muito grande de pessoas promovam grandes transformações.

Além disso, o consumidor consciente valoriza as iniciativas de responsabilidade socioambiental das empresas, dando preferência às companhias que mais se empenham na construção da sustentabilidade por meio de suas práticas cotidianas.

O consumo consciente pode ser praticado no dia-a-dia, por meio de gestos simples que levem em conta os impactos da compra, uso ou descarte de produtos ou serviços, ou pela escolha das empresas da qual comprar, em função de seu compromisso com o desenvolvimento socioambiental.

Assim, o consumo consciente é uma contribuição voluntária, cotidiana e solidária para garantir a sustentabilidade da vida no planeta.

### **1.3.1 - A Relevância do Consumo Sustentável**

A maior barreira para exercer o consumo sustentável é o preço, já que esse tipo de produto é ainda mais caro, e mercados como o Brasil, não tem ainda o poder aquisitivo para fazer essa mudança total. Não é possível ter uma sociedade pobre ou em desenvolvimento consumindo produtos ecológicos com preços acima do mercado.

Outros pontos a serem levados em conta para uma "compra verde" são: a postura da empresa em relação a temas ambientais, suas ações sustentáveis, seus processos de produção, compra de matéria prima, mão de obra estrangeira, como a empresa lida com o descarte de seus produtos, tudo deve ser pesquisado e levado em conta na hora de consumir algum produto.

Consumo sustentável não é apenas a empresa apresentar os seus produtos em uma embalagem ecológica, mas sim conhecer tudo o que está atrás até o produto chegar no mercado, assim é possível garantir que a produção do produto busca diminuir os impactos ambientais e sociais ao longo de um ciclo de produção que busca melhorar a qualidade de vida, reduzir a degradação ambiental, o desperdício e a poluição.

## **CAPÍTULO 2. SUSTENTABILIDADE NOS DIAS ATUAIS**

A palavra da moda atualmente é sustentabilidade. Em todos os setores, seja no meio ambiente, na economia, educação ou administração pública, todo mundo cita o termo sustentabilidade. E o que significa sustentabilidade? O que é ser sustentável? Teoricamente o

termo “sustentável” tem origem do Latim: “sustentare”, que significa sustentar, favorecer e conservar.

Mundialmente a palavra sustentabilidade começou a ser propagada a partir da realização da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano – United Nations Conference on the Human Environment (UNCHE), em junho de 1972, em Estocolmo. A partir deste evento, que foi o primeiro encontro mundial promovido com o objetivo de discutir assuntos relacionados ao meio ambiente e soluções para a preservação da humanidade, o conceito de sustentabilidade passou a ganhar uma maior importância. No Brasil, a expressão “sustentabilidade”, ganhou dimensões maiores após a realização da Conferência sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (ECO), em 1992, no Rio de Janeiro.

Na prática, a sustentabilidade está definida como a capacidade que o indivíduo ou um grupo de pessoas tem em se manterem dentro de um ambiente sem causar impactos a esse ambiente. Mas apesar da sustentabilidade estar associada diretamente ao meio ambiente e a tudo o que envolve este, não está limitada somente a esta área.

Hoje a sustentabilidade também está relacionada a outros setores da sociedade como a economia, a educação e a cultura. A sustentabilidade está diretamente ligada ao desenvolvimento de vários setores da sociedade, sem que estes agridam o meio ambiente.

É através da sustentabilidade que os recursos naturais são utilizados de forma inteligente e são preservados para as gerações futuras. Sustentabilidade é isto, é saber suprir as necessidades presentes sem interferir nas gerações futuras.

Um conceito correto e amplo de sustentabilidade está associado a soluções, caminhos e planos que busquem resgatar adoções de práticas sustentáveis na vida de cada pessoa e atinjam uma melhora comum a todos. Contribuir com nossas vivências e experiências pessoais e repassar estas ao coletivo, é um fator decisivo para possibilitar a prática da sustentabilidade.

A adoção de práticas sustentáveis resulta a médio e longo prazo numa nova perspectiva de vida para nossos sucessores e lhes garantirão a manutenção dos recursos naturais necessários para uma melhor qualidade de vida. A falta de conhecimento do ser humano em relação à sustentabilidade e ao que isto implica, pode ter consequências catastróficas.

Nos dias de hoje é preciso que cada indivíduo tenha a consciência de que é necessário se preocupar e cuidar do meio ambiente no qual se vive. E para isto, é preciso estar atento a cada atitude e repensar a forma como se vive dentro deste ambiente.

A continuação e sobrevivência da raça humana está totalmente dependente da conservação dos recursos naturais de nossas matas, florestas, rios, lagos e oceanos. E essa conscientização se dá por parte dos indivíduos propriamente ditos como pessoas físicas como também as instituições pessoas jurídicas, sejam elas de propriedade pública ou privada.

É com essa abordagem que vamos seguir neste novo capítulo, tentando trazer um pouco do que se fala em sustentabilidade nos dias atuais e como isso está relacionado nas nossas vidas pessoais e profissionais.

Sabemos que o primeiro passo, conforme já falamos, vem do indivíduo, tentando otimizar seus recursos e pensando “fora da caixa” afim de buscar soluções para o que está ao seu redor, e com essa iniciativa consequentemente influenciaremos também nossos familiares que por sua vez começa a aplicar atitudes sustentáveis dentro de casa e fora dela. Esse normalmente é o primeiro passo, mas não o último, então temos que seguir na caminhada, fazendo um pouco por dia no individual até que essa ação alcance o coletivo entrando nas empresas que terão o reconhecimento e a satisfação de fazer parte da sustentabilidade atual, a sustentabilidade dos dias de hoje que favorece a todos.

Com esse alcance que veio de um indivíduo, chegou em sua casa e seus familiares e consequentemente nas empresas, devemos lembrar que tudo partiu de uma iniciativa, por exemplo, trocando os copos descartáveis por reutilizáveis, parece uma ação simples e óbvia, mas aplicada em grande escala faz a diferença. Se um colaborador consegue dar esse pontapé inicial na empresa em que trabalha, esse pode ser a iniciativa que faltava, mas além dessa “pequena” iniciativa que tem consequências enormes, temos muitas outras, onde a seguir tentaremos abordar as principais iniciativas hoje utilizadas e aplicadas nas empresas.

## **2.1 - Iniciativas Sustentáveis nas Empresas**

A primeira iniciativa, vai em linha com o que já comentamos, mas é a mais pura verdade. Precisamos iniciar com as atitudes individuais, e com essas atitudes ir conquistando quem está aí nosso redor, a seguir trazemos alguns exemplos de atitudes individuais que podem fazer a diferença dentro de uma empresa.

### **➤ Uso Racional da Água**

A água é um recurso que, todos sabemos, é essencial a nossa vida — sem ela, não existimos. Ao usarmos esse recurso no dia a dia, porém, nem sempre o fazemos de forma sustentável. Desperdiçamos sem perceber quando estamos simplesmente escovando os dentes ou lavando a sacada ou jardim de nossas casas ou escritórios.



**Figura 4**  
Fonte: [sosma.org.br](http://sosma.org.br)

➤ **Reaproveitamento da Água da Chuva**

A água proveniente da chuva pode ser recolhida das calhas por um sistema de dutos e, então, levada até um reservatório, que pode ser em nível mais baixo ou subterrâneo. Essa água pode ser utilizada para a lavagem de pisos, carros, irrigar plantas, etc.

➤ **Iluminação de Ambientes**

Deve-se dar preferência à iluminação natural em detrimento da artificial, a menos que isso não seja possível.

➤ **Ventilação de Ambientes de Trabalho**

As estações e recintos de trabalho devem ser bem ventilados, a fim de que não seja necessário utilizar sistema de ventilação mecânica ou condicionamento de ar. A ventilação natural, além de ser benéfica à saúde, traz grande economia de energia.

Deve-se, portanto, priorizar projetos arquitetônicos que facilitem esse processo. Essa é uma etapa ligada ao planejamento, portanto, um pouco mais complexa.

➤ **Descarte do Lixo Diário**

O lixo é um sério problema ambiental em nosso planeta. Diariamente, toneladas de lixo são descartadas no meio ambiente. Podemos, em nosso local de trabalho, criar um sistema de coleta seletiva, de modo a separar lixo orgânico, papel e plástico.

Os papéis provenientes de embalagens em geral, bem como o plástico, podem ser acondicionados e encaminhados periodicamente aos locais próprios para reciclagem.

A reciclagem, além de gerar oportunidades de trabalho, é essencial à proteção do subsolo e lençol freático. O lixo orgânico pode ser transformado em composto e utilizado como adubo na produção de hortas e jardins.



**Figura 5**  
**Fonte: prefeitura.sp.gov.br**

A impressão de documentos pode ser feita nos dois lados de uma folha ofício ou A4, de modo que haja economia de papel. Em outros casos, a folha já impressa de um lado pode ser usada para rascunhos.

Como sabemos, a produção de papel é feita através da celulose — o que requer a extração de madeira, um recurso natural.

#### ➤ **Economia de Energia Elétrica**

Podemos utilizar, para a iluminação de nosso ambiente de trabalho, luminárias tipo “luz fria”, que são mais eficientes, duram mais, consomem menos energia e desprendem menos calor. Exemplo: luminárias tipo LED, fluorescentes compactas.

Além disso, desligar os aparelhos da tomada quando estes não estão em uso também economiza energia.

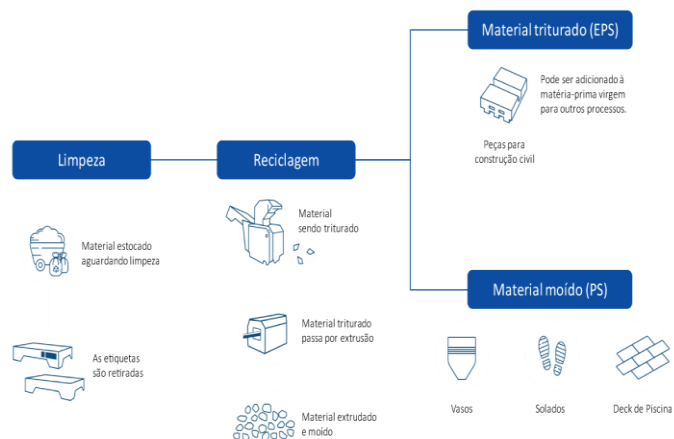
Viu, não foi difícil identificar exemplos simples, mas eficientes para iniciarmos uma atitude sustentável dentro de nossas vidas pessoais e profissionais. Além de ajudarmos nos mesmos e ao nosso redor, as empresas, independente do porte, também começam a iniciar suas mudanças.

Mudanças que serão reconhecidas internacionalmente, e com destaques para rankings das melhores atitudes, e até mesmo um padrão diferenciado nas bolsas de valores mundo a fora.

Vamos tentar mostrar alguns dos cases de sucesso de empresas com reconhecimento internacional de ações sustentáveis:

- **Natura:** Em 2017 a Natura chegou ao Top 20 empresas mais sustentáveis do mundo, de acordo com a canadense Corporate Knights, responsável pela publicação da lista *The Global 100*, que contempla as empresas com as melhores práticas de sustentabilidade corporativa. As ações sustentáveis permeiam todos os projetos da Natura, que honra seus compromissos com as comunidades locais, desenvolvendo funcionários, revendedoras e estudantes.
- **Banco Santander:** O Santander foi a segunda empresa brasileira a aparecer na lista do Corporate Knights, ficando com o 60º lugar. Além disso, em 2016, o banco ficou com a 6ª posição no ranking da Dow Jones Sustainability Index (DJSI), índice internacional que mede o comportamento sustentável das empresas nas dimensões econômica, socioambiental e social. O que levou o Santander a assegurar essa posição no ranking foi: políticas sociais e ambientais, qualidade dos serviços, atração e retenção de talentos, programas de apoio à sociedade, ao meio ambiente, entre outros.
- **Algar Telecom:** A Algar Telecom foi reconhecida pelo EXAME Fórum de Sustentabilidade, por quatro anos consecutivos, como a Empresa mais Sustentável no Setor de Telecomunicações. Em 2013, a empresa, sediada em Uberlândia – MG, criou um comitê que serve como guardião de práticas sustentáveis da empresa. O departamento objetiva disseminar o conceito de sustentabilidade entre seus associados e a comunidade.
- **Termotécnica:** A Termotécnica é uma empresa química e a maior produtora de isopor da América Latina. Como forma de reduzir as emissões de carbono, é a própria empresa catarinense que recolhe e recicla mais de 30% de todo o isopor do país. No total, são 1,2 mil pontos de coletas, 391 cooperativas de reciclagem espalhadas pelo Brasil e parcerias com lojas de varejo.

Desde 2007, foram mais de 30 mil toneladas de EPS recicladas pela empresa. Além dessa iniciativa, para a construção civil foi proposta uma nova técnica de construção que incorpora a reutilização do isopor na construção de paredes, contando com o benefício do isolamento acústico.



**Figura 6**  
Fonte: termotecnica.ind.br

- **Rio Quente Resorts:** Eleita como Empresa mais Sustentável no Setor de Hotelaria, pela 8ª edição do EXAME Fórum Sustentabilidade, o Rio Quente Resorts, localizado no sul de Goiás desenvolve diversas ações sustentáveis. Por exemplo: a água das piscinas é reutilizada nas descargas dos banheiros e na irrigação.

Também possui uma estação de tratamento própria, que devolve a água utilizada em condições potáveis para o Rio Quente. Em relação à energia, o consumo foi reduzido em 15%, instalando painéis solares e produzindo biogás a partir do esgoto.

Esses cases são reais e cada uma dessas empresas merece o seu destaque, pois de uma maneira ou de outra conseguem atuar com glamour na área sustentável entregando os seus produtos ou serviços da melhor maneira possível, pensando no próximo e nos recursos naturais, que conforme já falamos são finitos e irreparáveis.

Além desses casos de reconhecimento e atuação na área sustentável mais conhecida, há de poupar e aproveitar os recursos de sua maneira menos dolorosa ao meio ambiente, temos também casos de empresas que realizam ações, tentando não só se beneficiarem e pouparem aquilo que utilizam mas também impactar o mundo ou uma comunidade que necessita de ajuda. Segue agora alguns cases de sucesso de iniciativas de se tirar o chapéu.

- **Papel Semente – Germinando Inovação:** Criada em maio de 2009, a empresa Papel Semente produz papel artesanal, ecológico e reciclado que recebe sementes de flores, hortaliças e temperos durante seu processo de fabricação. A proposta é que, depois de usado, o papel seja picado em pedacinhos e plantado na terra — em 20 dias, as primeiras mudas começam a aparecer.

A grande sacada foi desenvolvida por Andrea Carvalho e os sócios Paulo Candian e Luis Felipe Di Mare Salles e hoje já produz 50 mil folhas por mês, com capacidade para multiplicar esse volume por cinco na fábrica de 1,2 mil m<sup>2</sup>.

As folhas germináveis podem ser utilizadas para vários tipos de comunicação – convites, crachás, cartões de visita, envelopes, embalagens, *flyers* e *folders*; e após sua utilização podem ser plantadas, no lugar de enviá-las ao lixo. Do papel que se planta nascem flores, verduras e até mesmo ervas medicinais.

Na fabricação artesanal são utilizadas aparas coletadas por cooperativas certificadas de catadores de papel, que viram uma massa de celulose e recebem sementes rastreadas e certificadas, que se tornam os papéis, que podem ser plantados em até seis meses. Mas nem toda semente pode ser misturada ao papel, afirma Andrea Carvalho. Só as mais resistentes e as pequenas – as grandes deixam a folha muito granulada e dificultam a impressão. No Brasil, as sementes mais utilizadas são as de cravinho francês, margarida, clarquia, agrião, rúcula, manjeriço, almeirão, mostarda, cenoura, tomate e pimenta. E até de angico-vermelho, árvore da mata atlântica que pode chegar a 20 metros de altura!

O negócio social da Papel Semente já comemora alguns números – 90% dos colaboradores da empresa são residentes da comunidade próxima a sede, em Guaxindiba, São Gonçalo (RJ); nestes anos, mais de 46 toneladas de papel foram recicladas; 1012 árvores deixaram de ser derrubadas; 460 mil litros de água deixaram de ser utilizados e 173 *megawatts* hora de energia elétrica foram economizados.

Aos poucos, a empresa foi conquistando clientes grandes como Coca-Cola, Grendene, Braskem, Ogilvy, Renner, Nextel e Bradesco. A participação em eventos como o *Rock in Rio*, em 2015, e os Jogos Olímpicos, em 2016, ajudou a consolidar a reputação da Papel Semente em território nacional.



QUANTAS VEZES O  
MESMO MATERIAL  
PODE SER REICLADO

Figura 7

Fonte: [pinterest.com](https://www.pinterest.com)



- **Nespresso – Transparência pela Sustentabilidade:** O valor compartilhado é mais do que uma nova tendência, trata-se de um novo propósito. Em vista das mazelas sociais e econômicas que ainda persistem no Brasil e no mundo, o valor compartilhado representa a chance de reinvenção das empresas, em diálogo aberto e transparente com a sociedade.

Pensando nisso, a Nespresso, fabricante de café em cápsulas, desenvolveu diversas ações para engajar todos os seus *stakeholders* com o intuito de apresentar histórias reais de pessoas envolvidas na cadeia de produção sustentável do café

Sua campanha de Criação de Valor Compartilhado usa personagens reais e brasileiros como protagonistas de uma campanha para contar as histórias da origem do café. Duas agrônomas, Ana Paula e Gilvânia, e um produtor, Lázaro, contam suas experiências em peças de comunicação on-line e off-line que enaltecem a relevância do Brasil como o maior fornecedor de grãos de café de qualidade para a Nespresso.

Criada com o mote “As escolhas que fazemos”, a campanha enfatiza os principais valores da marca – qualidade e sustentabilidade. As ações 360 incluem as vitrines das lojas brasileiras da marca que trarão fotos dos protagonistas acompanhadas de trechos que relatam suas relações com a marca.

A sócia-diretora da empresa que criou a campanha, Cris Penz, diz que “falar da qualidade do café Nespresso é falar de pessoas. Quando damos voz a quem faz parte da cadeia de produção de café no Brasil, temos a chance de fazer conexões reais com os consumidores. Essa é uma campanha que traduz os valores perenes da marca”, complementa ela.

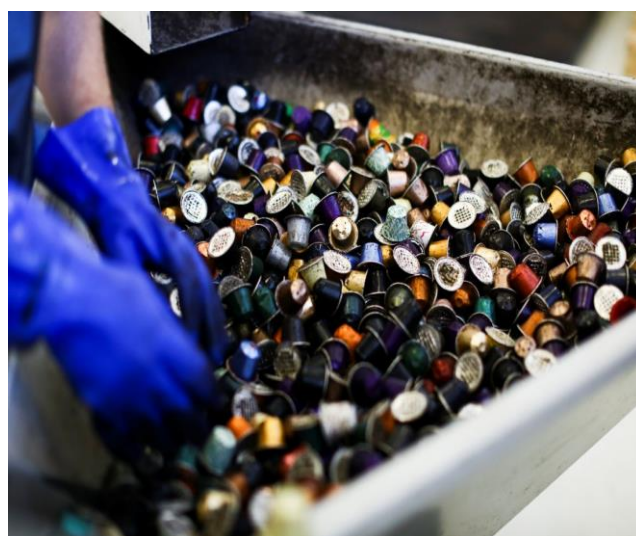
Pioneira na reciclagem de cápsulas, a Nespresso também inaugurou as visitas oficiais ao seu Centro de Reciclagem. Localizado em Barueri, São Paulo, o Centro estará disponível para visitas do público com inscrições pelo site ou, ainda, por meio do tour virtual.

Com duração de 90 minutos, o programa de visitas envolve a explicação de toda a cadeia de reciclagem Nespresso. O trajeto inclui a visita da área que realiza, sem água, a separação do pó de café e do alumínio dentro de um maquinário de desenvolvimento próprio.

A gerente de cafés e sustentabilidade, Claudia Leite, diz que atualmente há 54 pontos de coleta para o consumidor da linha doméstica no Brasil. “As cápsulas usadas são coletadas nestes pontos e enviadas ao Centro de Reciclagem por meio de logística reversa. Em 2017, reciclamos 13,3% do total de cápsulas vendidas, um crescimento significativo em relação ao ano anterior, mas temos o compromisso de fazer muito mais”, completa. Atualmente, a Nespresso investe globalmente 25 milhões de francos suíços em reciclagem por ano.

De acordo com o presidente-executivo da Associação Brasileira do Alumínio (ABAL), Milton Rego, a reciclagem do alumínio alia uma combinação única de vantagens: “O processo de reciclagem do alumínio utiliza apenas 5% da energia elétrica e, segundo dados do International Aluminium Institute (IAI), libera somente 5% das emissões de gás de efeito estufa quando comparado com a produção de alumínio primário. O processo diminui o volume de lixo gerado que teria como destino os aterros sanitários, estimulando a consciência ecológica”, diz.

Com estas ações a empresa pretende ressaltar sua atuação em toda a cadeia sustentável, do grão à xícara e à reciclagem e divulga o compromisso da marca com o tema sustentabilidade. Por meio do programa denominado The Positive Cup, a Nespresso trabalha os pilares como aquisição de café sustentável, gestão do alumínio e gestão eficiente do clima. No pilar alumínio, a meta é chegar a 100% dos clientes uma solução fácil de reciclagem até 2020.



**Figura 8**  
Fonte: noctulachannel.com

- **Lola Cosmetics – Beleza Real:** O Brasil é o país que tem mais pessoas negras fora da África no mundo. Dos mais de 207 milhões de brasileiros, atualmente, 56% são negros, segundo o IBGE. Em 2017, em meio à crise econômica que atingiu o país, a população negra movimentou R\$ 1,6 trilhões, o que equivale a 24% do PIB e, de acordo com pesquisa realizada por uma consultoria especializada no estudo do comportamento e dos hábitos de consumo da população negra, famílias chefiadas por negros movimentam 3,2 bilhões de reais por ano na capital paulista.

Este potencial consumidor levou muitas empresas a se reinventarem e também deu oportunidade para tantas outras empresas nascerem, como foi o caso da Lola Cosmetics, que ganhou o público ao oferecer produtos diferenciados e de qualidade para os cuidados dos cabelos crespos e cacheados.

Com foco no empoderamento feminino e na valorização da beleza real, a marca reforça a autoestima das consumidoras com produtos que cuidam, modelam, hidratam e renovam os cachos naturais, além de se preocupar com as questões ambientais – não realizando testes em animais e utilizando somente produtos orgânicos, e com a identidade visual das suas embalagens, a Lola se tornou queridinha das mulheres negras, que se sentiram representadas ao encontrar produtos para o seu tipo de cabelo.

Colocar modelos reais nas embalagens, fazendo com que suas consumidoras se sentissem parte da empresa e aproximando-se delas foi outro acerto. Amigas, familiares e até as próprias funcionárias estampam produtos da marca, como o shampoo “Rebelde com Causa”, por exemplo, com a representação da filha de Dione Vasconcellos, idealizadora da marca, ou o creme “Poderoso Cremão” com a Renata, diretora de projetos da empresa, simbolizando uma *pin-up*.

A valorização das características naturais, do ser humano como ele é, não fica por conta somente dos produtos da Lola. No ambiente interno da empresa, segundo a coordenadora de Marketing e Relacionamento, Renata Antunes, não há efetivamente uma política de diversidade. “Mas o ser humano, o profissional, independente de raça, religião ou opção sexual é sempre muito valorizado por aqui. Eu mesma, mulher negra, comecei como assistente de SAC e tive a oportunidade de crescer e conquistar o meu espaço”, diz.

Empresas como a Lola, que têm a diversidade como causa, são uma forte tendência e são as que demonstram mais crescimento, segundo estudo realizado pela Hay Group, consultoria global de gestão de negócio. Nas 170 companhias pesquisadas entre 2010 a 2014, em que a diversidade integra a pauta de discussões e a agenda estratégica, os colaboradores se mostram 17% mais motivados – inclusive para realizar entregas além das suas responsabilidades – quando comparados a quem trabalha onde o tema não é relevante. E organizações com times mais engajados apresentam, em média, receita líquida 4,5 vezes superiores às das demais.



**Figura 9**  
Fonte: pixaby / pixaby

- **Papirus – Matéria-Prima Reciclada:** O processo de produção de um papel cartão começa bem antes da chegada da matéria-prima à fábrica. São muitas pessoas envolvidas no fornecimento de materiais, desde a floresta – que gera celulose (fibra virgem) – até as cooperativas de catadores, que retiram os papéis do meio ambiente, ajudando a tornar o Brasil um dos maiores recicladores de papéis do mundo, com a recuperação de cerca de 60% do que é consumido.

Com produção estimada em quase 94 mil toneladas líquidas por ano, a Papirus é uma das empresas que ajudam a colocar o Brasil neste patamar; pioneira no uso de matéria-prima reciclada na produção de papelcartão, há 65 anos, a empresa produz a partir de aparas de papéis selecionados e matéria-prima virgem de origens certificadas e controladas,

Em um importante projeto social, a companhia trabalha com catadores de lixo de 21 cooperativas para fornecerem as aparas que vão para o processo produtivo do papelcartão, gerando benefícios para todas as partes. Um trabalho sem assistencialismos, com foco na Sustentabilidade, segundo informações publicadas em seu site.

Hoje, segundo declara Antonio Pupim, diretor industrial, 30% da matéria-prima que a empresa utiliza é de origem reciclável. Os outros 70% têm origem de materiais certificados.

Para tornar a sua cadeia produtiva mais eficiente, a Papyrus também investiu recentemente mais de 27 milhões em novos equipamentos, caldeira, linha de transmissão, rebobinadeira e reforma estrutural do prédio. Os novos equipamentos reduzem gastos com manutenção e possibilitam custos operacionais mais baixos. As máquinas substituídas também permitem um baixo consumo de energia e maior eficiência.

A companhia pretende ainda fazer novos investimentos para aumentar a produção na fábrica de Limeira, interior do estado de São Paulo, e vem implantando uma modernização na administração da empresa, a liderança compartilhada – que consiste em descentralizar as principais decisões do dia a dia, antes tomadas somente pelo presidente da empresa, para três diretorias: a Comercial, de Recursos Humanos e Financeira.

- **Frigoríficos Cardeal – Reduzindo Desperdícios:** A indústria alimentícia tem crescido muito no Brasil devido ao aumento populacional e como consequência desse aumento, chegam também novos desafios com relação a sustentabilidade, como controle de qualidade dos alimentos, forma de armazenagem, transporte e ainda o descarte dos resíduos e a redução do desperdício durante o processo de produção.

Na Frigoríficos Cardeal, indústria localizada na região metropolitana de São Paulo, não é diferente. Em uma de suas ações, a empresa trabalha com a conscientização dos colaboradores, através de treinamentos, para reduzir desperdícios ao longo do processo de produção.

A supervisora de Controle de Qualidade, Roberta Vasconcellos, relata que a fábrica conta com uma estação de tratamento de esgoto que gera o resíduo sólido, posteriormente prensado e descartado como resíduo orgânico. “Fazemos a

remoção de resíduos orgânicos diariamente com empresa qualificada, que destina ossos, sebo, aparas e demais produtos gordurosos comestíveis e não comestíveis adequadamente e essa empresa também possui registro no Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento, o que nos garante o descarte correto”, diz.

Demais resíduos como os de refeitório, banheiro e escritório também são coletados diariamente por empresa especializada que fornece o laudo de entrega no aterro de destino.

As bombonas de produtos (ingredientes) utilizados na produção, após seu uso, são enviados para locais que realizam sua lavagem e descarte. As bombonas plásticas de produtos químicos são retiradas pelo próprio fornecedor, que é o responsável pelo descarte. A empresa também possui CADRI (Certificado de Movimentação de Resíduos de Interesse Ambiental) para movimentação de óleos e graxas.

A empresa declara ainda que todos seus fornecedores de matéria prima, insumos, embalagens e serviços são qualificados e monitorados quanto ao cumprimento das normas exigidas.

Roberta Vasconcelos alega ainda que “tais procedimentos são importantes para as indústrias por não gerar perdas excessivas, desperdício de produtos. Para o descarte adequado é necessário a organização dos resíduos, os colaboradores devem ver o descarte de resíduos como parte do processo de fabricação, independente do segmento de trabalho”.

Como política de meio ambiente, a Cardeal declara que está comprometida em promover o desenvolvimento sustentável, protegendo o meio ambiente através da prevenção da poluição, administrando os impactos ambientais de forma a torná-los compatíveis com a preservação das condições necessárias à vida; atender à legislação ambiental vigente aplicável e demais requisitos subscritos por clientes e pela organização; garantir transparência nas atividades e ações da empresa, disponibilizando às partes interessadas informações sobre seu desempenho em meio ambiente; promover a conscientização e o envolvimento de seus colaboradores, para que atuem de forma responsável e ambientalmente correta; promover a melhoria contínua em meio ambiente.

## 2.2 - Alternativas Sustentáveis para o Consumo

O atual padrão de consumo da sociedade capitalista funciona como uma manifestação de valores e da posição social dos consumidores. A qualidade de vida e a felicidade têm sido cada vez mais relacionadas às conquistas materiais, o que leva a um círculo vicioso: o indivíduo trabalha para consumir sempre mais.

O indivíduo consome para ter uma identidade social, fazer parte de um grupo e criar vínculos. Mas este padrão de consumo é ambientalmente insustentável, pois o uso excessivo de recursos naturais e a grande quantidade de resíduos gerados contribuem para a degradação ambiental.



**Figura 10**  
**Foto: Pixabay/Divulgação**

Diante deste cenário, o consumo sustentável surge como uma das alternativas para solucionar os problemas ambientais causados pelos atuais padrões de produção e consumo de bens. O consumo sustentável caracteriza-se pelo consumo de bens e serviços com respeito aos recursos naturais, de modo que as necessidades das presentes gerações sejam atendidas sem que haja prejuízo para as próximas gerações. Consiste na aquisição de bens e serviços que atendam às necessidades básicas das pessoas, priorizando a minimização da degradação ambiental.

O consumo sustentável vai além do chamado “consumo verde”, que consiste na escolha por parte dos consumidores de produtos que não agridam o meio ambiente, desde a produção até o descarte, são os produtos “ecologicamente corretos”. Ou seja, os consumidores verdes são estimulados a trocar uma marca por outra, enquanto o consumo sustentável é um objetivo a ser atingido através de ações coletivas e mudanças políticas, econômicas e institucionais que priorizem a redução e a modificação nos padrões de consumo e não apenas a substituição de produtos.

O consumidor assume um papel fundamental no alcance do consumo sustentável. Antes de comprar qualquer coisa devemos nos questionar se realmente precisamos deste produto, é necessário estabelecer uma distinção entre necessidades e desejos. As necessidades estão relacionadas a tudo que é indispensável (alimentação, moradia digna, vestuário), enquanto os desejos têm origem psicológica e são infinitos. Devemos tentar viver com menos e não adquirir bens supérfluos.



**Figura 11**

**Fonte: Danieldomenegeti.com.br**

Além disso, devemos incorporar em nossas vidas várias atitudes sustentáveis que ao longo do tempo se tornarão um hábito, como: priorizar produtos e serviços produzidos com respeito ao meio ambiente no momento da compra, levar uma sacola própria para fazer as compras, evitar produtos descartáveis, reutilizar materiais, separar corretamente o lixo para reciclagem, economizar água, não desperdiçar alimentos, deixar o carro em casa sempre que possível, cobrar providências dos governantes e valorizar empresas que são responsáveis ambientalmente.

Já o governo tem a responsabilidade de desenvolver políticas públicas e programas educacionais para conscientizar e incentivar o consumo sustentável, apoiar pesquisas voltadas ao desenvolvimento de tecnologias limpas, elaborar e regularizar leis, normas e guias que promovam mudanças nos padrões de consumo, lançar editais para a compra de produtos sustentáveis, entre outras ações.



A atuação das empresas também é essencial na busca pelo consumo sustentável. Conforme já falamos, as empresas devem adotar algumas medidas, como: considerar os aspectos ambientais e não somente os econômicos na fabricação de produtos, praticar a máxima redução no consumo de energia e recursos naturais e na geração de resíduos durante os processos de fabricação, realizar publicidade não voltada a estimular o consumismo, desenvolver junto aos colaboradores práticas do consumo sustentável dentro da própria empresa, como aproveitar a luz natural, desligar luzes dos corredores, evitar a impressão de papel, eliminar o uso de copos descartáveis, etc.

Com essas ações o consumo fica mais consciente e mais sustentável, evitando assim aquele desperdício desnecessário tanto de recursos como de dinheiro. Pois se olharmos bem, em cada “esquina” existe uma nova oportunidade para se repensar se as atitudes estão corretas, se são necessárias e se está em seu modelo mais sustentável possível, mas como quase tudo, como quase todo os desafios, atingir metas sustentáveis também possuem suas dificuldades.

### **2.3 - Obstáculos**

O ideal para um mundo mais consciente e sustentável já está mapeado, com pessoas mudando sua visão de mundo, economizando nos recursos naturais, comprando e se importando como um diferencial positivo de empresas que adotam políticas sustentáveis e influenciando dentro de suas casas e trabalho, bem como empresas que com pequenas atitudes começam a enxergar as melhorias possíveis em seus processos, alcançando um nível sustentável que trará um resultado positivo em sua reputação, com seus parceiros e certamente a longo prazo um resultado financeiro positivo para o caixa. Esse ideal está longe de ser atingido, mas muitos já estão caminhando para alcançado, e assim, aos poucos as correntes vão se fortalecendo e influenciando aos que estão ao seu redor, o diferencial em ser sustentável já está trazendo resultados positivos para as empresas, então quem ficar para trás, não estará perdendo apenas um status, mas sim toda uma competitividade no mercado global.

Para alcançar esse diferencial e ver resultados não é tão simples como mapear os passos necessários, cada um tem as suas dificuldades, seja uma pessoa normal em não conseguir se desapegar da compra compulsiva, como também de empresas não terem o auxílio necessário para alcançar as suas metas. Alguns nem mesmo tem a informação necessária para ter a consciência de um mundo mais verde, com menos poluição, pois antes de pensar no mundo ele precisa se preocupar com suas necessidades básicas.

Infelizmente é normal vermos pessoas jogando o lixo na rua, da janela de seus carros ou até mesmo na esquina ao lado, nos perguntamos porque eles fazem isso, como podem ser tão “burros” de poluir o meio ambiente ao seu redor, mas esquecemos de nos perguntar, qual foi a educação dele, será que ele sabem e tem a consciência de que amanhã ou depois uma chuva forte vai cair, o bueiro vai entupir e a rua alagar. Não é fácil nos colocarmos nessa situação, quem já tem a consciência precisa tentar alcançar ao próximo, mas principalmente o governo tem a responsabilidade de zelar por sua nação e realizar uma educação preventiva para assuntos “simples” como não devemos jogar lixo na rua.

Empresas também possuem suas dificuldades, as grandes e multinacionais tem o auxílio da matriz, que provavelmente está em um país onde uma meta sustentável já existe, e assim consegue dar o auxílio, principalmente financeiro, para a filial brasileira ir ao mesmo caminho. Mas as micro e pequenas empresas têm uma grande participação tanto na geração de renda quanto na geração de empregos no Brasil, e elas ainda podem encontrar obstáculos quando o assunto é gerir uma empresa sustentável.

Diversos fatores são apontados como sendo limitantes para a implementação dos princípios da sustentabilidade em micro e pequenas empresas, tais como:

- Falta de conhecimento sobre o tema;
- Baixa profissionalização dos administradores;
- Baixo comprometimento dos gestores;
- Modelos de gestão hierárquicos e patriarcais;
- Pressão ainda limitada dos consumidores relacionada aos padrões de compra atual;
- Necessidade de reagir continuamente às mudanças de mercado;
- Falta de estrutura e apoio governamental;
- Falta de integração entre empresas, governo e movimentos socioambientais no país.

Apesar de ter todos os desafios e obstáculos para se alcançar os objetivos, hoje estamos, como sociedade, mais conscientes do que ontem, e assim vamos seguir até o ideal esperado, de ter um mundo que zelo pelos recursos naturais e diminua o lixo produzido, bem como o desperdício. No final, ao atravessar os obstáculos a recompensa será maior para todos.

### **CAPÍTULO 3. CONSCIENTIZAÇÃO**

Como já dito anteriormente, o Consumo Sustentável envolve a escolha de produtos que utilizaram menos recursos naturais em sua produção, que garantiram o emprego decente aos

que os produziram, e que serão facilmente reaproveitados ou reciclados. Significa comprar aquilo que é realmente necessário, estendendo

### **3.1 - A Importância da Conscientização para o Consumo Sustentável**

Consumimos de maneira sustentável quando nossas escolhas de compra são conscientes, responsáveis, com a compreensão de que terão consequências ambientais e sociais – positivas ou negativas.

Hoje, o melhor instrumento para promover a mudança nos padrões de consumo é a comunicação. Não bastam as discussões em nível governamental, nacionais e internacionais, e a movimentação da academia e do setor produtivo se a sociedade como um todo não estiver informada e sensibilizada para a importância desta transição.

Com esta premissa, órgãos públicos como o Ministério do Meio Ambiente passaram a desenvolver campanhas anuais voltadas para a mudança nos padrões de consumo da sociedade brasileira, alertando para o impacto que ações cotidianas têm no meio ambiente e em nosso futuro.

As campanhas do Ministério têm usado ferramentas diversas para comunicar-se com o consumidor, desde filmes para televisão e cinema até estratégias de internet envolvendo as redes sociais. Garantindo assim a capilaridade da informação, disponível a todos em diversos meios.

Além da comunicação, as campanhas de consumo consciente são fundamentadas na articulação de parcerias com os setores envolvidos, direta ou indiretamente, com os temas abordados. O consumidor consciente precisa encontrar no mercado produtos de menor impacto ambiental. Por sua vez, o mercado precisa ser incentivado a oferecer estes produtos. O ciclo de produção e consumo sustentável se percebe aí: é preciso estabelecer uma nova economia onde fazer escolhas sustentáveis e vender produtos sustentáveis seja um bom negócio.

O que vemos no Brasil e no mundo hoje é uma sociedade atenta e preocupada com os rumos que tomamos e seu reflexo no planeta. Vivemos um momento histórico em que termos como "sustentabilidade" e "mudanças de padrões de consumo" não estão mais restritos aos círculos acadêmicos. É o momento certo para comunicar e informar como cada cidadão brasileiro pode fazer a diferença.

Uma mudança de comportamento é algo que leva tempo e amadurecimento do ser humano, mas é acelerada quando toda a sociedade adota novos valores. O termo “sociedade de consumo” foi cunhado para denominar a sociedade global baseada no valor do “ter”. No

entanto, o que passa a ser observado agora são os valores de sustentabilidade e justiça social fazendo parte da consciência coletiva, no mundo e também no Brasil. Este novo olhar sobre o que deve ser buscado por cada um promove a mudança de comportamento, o abandono de práticas nocivas de alto consumo e desperdício e adoção de práticas conscientes de consumo.

### 3.2 - Ações de boas práticas. (Case)

Aqui demonstraremos algumas campanhas, já sendo feitas nos últimos anos que procuram conscientizar os consumidores “população” como um todo, a consumir mais conscientemente.

#### ➤ Saco é um Saco



Figura 12

Fonte: [sacoeumsaco.gov.br](http://sacoeumsaco.gov.br)

Durante muito tempo, utilizar sacos e sacolas plásticas era algo normal e aparentemente inofensivo. Apenas recentemente o cidadão comum e mesmo os ambientalistas descobriram o real impacto causado pelos sacos plásticos na natureza.

Chamar a atenção sobre o enorme impacto ambiental dos sacos plásticos e sugerir outros caminhos para um consumo consciente é o objetivo maior desta campanha, que tem um nome super sugestivo: Saco É Um Saco.

E se você pensar, realmente, saco plástico é um saco para a cidade, para o planeta, pro futuro e pra você!

Os sacos e sacolas plásticas são produzidos a partir do petróleo ou gás natural, dois tipos de recursos naturais não-renováveis.

O impacto das sacolinhas começa aí: como consumimos sacolas plásticas aos bilhões em todo o mundo, e sendo elas descartáveis, a pressão por esses recursos naturais só aumenta. Depois de extraído, o petróleo passa pelo refino, que consome água e energia e ainda emite gases de efeito estufa e efluentes.

O plástico é um material altamente resistente, e por isso as sacolas plásticas podem durar até 400 anos na natureza! Enquanto isso, elas ajudam a deixar mais sujas as cidades, florestas e oceanos, sendo depósito para água das chuvas e berçário para mosquitos, entupindo bueiros e causando até mesmo a morte de animais.

A sacola plástica não é a vilã do meio ambiente, mas seu consumo excessivo é um grande problema ambiental e está em nossas mãos diminuir esse impacto.

➤ **Akatu**



**Consumo consciente para um futuro sustentável.**

**Figura 13**  
Fonte: [akatu.org.br](http://akatu.org.br)

O Akatu uma organização não-governamental sem fins lucrativos, que trabalha pela conscientização e mobilização da sociedade para o consumo consciente e a transição para estilos sustentáveis de vida.

Criado em 15 de março de 2001 (Dia Mundial do Consumidor), tem suas atividades focadas nas mudanças de comportamento do consumidor e são realizadas a partir de duas frentes de atuação: Educação e Comunicação.

Na área de Educação, o Akatu trabalha com Escolas, Empresas e Comunidades.

Nas escolas, atua por meio da rede de aprendizagem Edukatu, que oferece conteúdos em uma plataforma digital dirigidos separadamente a professores e alunos, além de fazer a capacitação presencial de professores e alunos e mobilizá-los para atuar em projetos de consumo consciente e sustentabilidade junto às suas comunidades.

empresas, o Akatu capacita colaboradores para atuar como multiplicadores do consumo consciente, além de co-criar um processo de multiplicação específico de cada empresa por meio do qual os multiplicadores sensibilizam e mobilizam os demais colaboradores.

Por fim nas comunidades, o Akatu capacita membros da comunidade para atuarem como multiplicadores do consumo consciente, desenvolvendo materiais e

atuando em conjunto na mobilização da comunidade, inclusive em campanhas nas mídias acessíveis aos seus membros.

Na frente de Comunicação, o Akatu dissemina informações sobre sustentabilidade e o consumo consciente de forma a sensibilizar e mobilizar o público geral ou públicos de projetos específicos. Para isso, o Akatu trabalha com os meios tradicionais de comunicação e com as mídias sociais, tendo um acesso muito significativo tanto às redes de TV, rádio e mídia impressa, como às redes sociais. Desenvolve também campanhas voltadas à mobilização em temas específicos – como água, energia, alimentos, resíduos, roupas – buscando mobilizar para questões relacionadas ao consumo nesses temas por meio de campanhas e dicas mobilizadoras.

É importante ressaltar que em todas as suas atividades, o Akatu se baseia em um núcleo próprio de conhecimentos, baseado em pesquisas junto ao consumidor e em metodologia pedagógica de mudança do comportamento do consumidor testada em sua eficácia durante muitos anos. As pesquisas são divulgadas em eventos junto às empresas, públicos interessados, com forte divulgação na mídia.

O Akatu também atua buscando definir junto a empresas caminhos de produção e consumo sustentáveis, voltados ao bem-estar das pessoas, do meio ambiente, das empresas e da sociedade.

### **3.3 - Consumo Consciente de Embalagens**



**Figura 14**  
**Fonte: [mma.gov.br](http://mma.gov.br)**

Esta campanha tem por objetivo promover um olhar mais crítico do consumidor sobre os produtos que estão levando a irem fazer compras e conseqüentemente avaliar se as embalagens que estão levando junto com os produtos que adquiriram são mesmo necessárias

ou feitas de matérias ambientalmente amigáveis (material reciclado, feito de fontes renováveis, fáceis de reciclar ou que possibilitem sua reutilização).

Consumir embalagens de maneira consciente é evitar comprar produtos "superembalados" e, sempre que possível, dar preferência a bens não-embalados (como, por exemplo, alimentos frescos). É pegar um guardanapo do porta-guardanapo em lugar de aceitar um que venha dentro de um saquinho de plástico. É evitar embalagens demais, do tipo "caixinha-dentro-de-um-saquinho-dentro-da-sacola-dentro-do-sacolão", que geram uma quantidade enorme de lixo. É levar sua sacola retornável para diminuir seu consumo de sacolas plásticas e pedir que o empacotador utilize toda a capacidade da sacolinha - além de exigir que o lojista ofereça sacolas resistentes, dentro das especificações técnicas de qualidade.

É também procurar comprar produtos em embalagens que tragam quantidades adequadas para sua família (por exemplo: se a sua família é grande, compre as bebidas nas embalagens maiores; se for pequena, evite as embalagens grandes e, conseqüentemente, o desperdício). É saber que há diversos produtos que vêm concentrados, contendo em apenas uma embalagem o equivalente a muitas delas do produto normal. É não comprar embalagens descartáveis de refrigerantes e bebidas quando houver a possibilidade de comprá-las em vasilhames retornáveis. É preferir produtos que ofereçam a opção de refil - e assim ajudar a economizar os recursos naturais na fabricação de novas embalagens.

A geração de resíduos cresce com o aumento do consumo - e as embalagens são o maior indicador desse crescimento. Quanto maior o consumo, maior a produção de embalagens. E embalagem é algo pelo que você paga, leva para casa e joga fora. O consumo consciente de embalagens é levar em conta que toda embalagem que vai de carona em nossas compras tem um impacto na natureza - seja na sua fabricação ou no seu descarte.

### **3.3.1 - Como o Consumo Sustentável Pode Alterar o Processo de Produção**

A construção do conhecimento sobre uma sociedade requer a compreensão de quem são as pessoas que a compõem, quais são suas necessidades, aspirações e, sobretudo, como elas desejam compartilhar seus valores para a construção de um futuro cujas premissas possam ser orientadas pelos princípios da sustentabilidade e do respeito à individualidade e direitos de escolha.

Só conhecendo os valores desta sociedade será possível estabelecer ações, iniciativas e políticas públicas adequadas a estes valores.

Em uma pesquisa realizada pela Synovate em conjunto com o Walmart e o Ministério do Meio Ambiente, com base no assunto Sustentabilidade e Hábitos de Consumo. Foi possível constatar que o brasileiro está alinhado com as necessidades de seu tempo no que se refere à preservação do meio ambiente, desejando produtos e serviços que tenham a inovação como valor e a visão de um mundo mais sustentável como compromisso.

A sociedade brasileira anseia pela criação de políticas públicas que sigam estimulando a redução do uso de matérias ambientalmente não amigáveis. Ainda de acordo com o estudo realizado pela Synovate, também é possível constatar que a sociedade brasileira é sensível aos desafios que precisa enfrentar para manter o meio ambiente saudável e que cada brasileiro está disposto a contribuir com seu esforço pessoal – muitas vezes bastando que lhe seja mostrado o caminho.

O que de fato é muitíssimo interessante porque os consumidores (população) são os verdadeiros agentes de transformação, que por meio desta vontade de consumir mais responsabilmente e de forma consciente, mobilizarão cada vez mais empresas a abandonarem práticas nocivas ao meio ambiente, para trabalharem de formas e em produtos que levem a sociedade atributos mais sustentáveis.

## **CONCLUSÃO**

É praticamente um consenso que a maneira de se produzir bens, produtos e serviços e o modo de consumi-los afetam de modo impactante e crescente o padrão de sustentabilidade de uma região e, em primeira instância, o planeta. Apresentar e incentivar a aplicação de iniciativas, abordagens e conceitos como Produção e Consumo Sustentáveis (PCS) e Eco-Inovação, que buscam endereçar as crescentes pressões que as dimensões de produção e consumo exercem sobre a sociedade, é uma responsabilidade de instituições e órgãos governamentais junto às suas esferas de atuação e de representatividade.

É necessário o entendimento de que às empresas, que compõem a base da cadeia produtiva e da geração de renda, passem a utilizar esses novos conceitos e ferramentas para uma produção mais responsável. Ainda que métodos e conceitos novos gerem resistência, é unânime o fato de que o conhecimento gera a mudança; quanto maior o conhecimento acumulado e aplicado, maior a mudança e a geração de valor para o indivíduo e para a empresa. Conhecer com mais amplitude e profundidade seu modelo de negócio e as relações que produção e consumo inexoravelmente exercem sobre ele é o primeiro recado. Saber que a identificação de riscos e oportunidades advindas dessa percepção podem permitir um



posicionamento diferenciado de atuação sustentável, gerando, com isso, uma ampla gama de benefícios econômicos e socioambientais à empresa, à sociedade e ao planeta.

Não há uma receita comum para todas as empresas e consumidores aderirem e tornarem o ambiente em que vivem e conseqüentemente o mundo melhor, é bom estarmos cientes disso. Mas com todos colocando a mão na massa, mesmo que para a realização de pequenos passos iniciais como os descritos nesse trabalho, podemos avançar no processo de implementação de PCS no Brasil.

“A saída mais saudável é todos nós mudarmos hábitos que nos acompanham há muitos anos. Pode não parecer lá muito fácil... mas é!”

## **REFERÊNCIAS**

- [1] <https://vanzolini.org.br/weblog/2016/03/09/um-modelo-de-producao-sustentavel>
- [2] <https://nacoesunidas.org/pos2015/ods12>
- [3] <https://nacoesunidas.org/tema/ods12/amp>
- [4] <https://www.pensamentoverde.com.br/sustentabilidade/entenda-qual-importancia-de-ser-uma-empresa-sustentavel>
- [5] <https://www.consultoriaiso.org/a-importancia-de-ser-uma-empresa-sustentavel>
- [6] [http://www.cetem.gov.br/sustentavel/sustentabilidade/pdf/Lampadas\\_led/Consumo\\_Sustentavel-praticas\\_meio\\_ambiente\\_resumo.pdf](http://www.cetem.gov.br/sustentavel/sustentabilidade/pdf/Lampadas_led/Consumo_Sustentavel-praticas_meio_ambiente_resumo.pdf)
- [7] <http://www3.sp.senac.br/hotsites/blogs/InterfacEHS/wp-content/uploads/2017/12/01-Publicar.pdf>
- [8] <https://blog.algartelem.com.br/gestao/praticas-sustentaveis-nas-grandes-empresas/>
- [9] <https://www.fiesp.com.br/iniciativas-sustentaveis/>
- [10] <https://www.infoescola.com/ecologia/consumo-sustentavel/>
- [11] <http://mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/estudos-em-pcs.html>
- [12] [http://mma.gov.br/images/publicacoes/responsabilidade\\_socioambiental/producao\\_consumo/sustentabilidade\\_aqui\\_e\\_agora%201.pdf](http://mma.gov.br/images/publicacoes/responsabilidade_socioambiental/producao_consumo/sustentabilidade_aqui_e_agora%201.pdf)
- [13] <http://www.mma.gov.br/informma/item/165-educomunica%C3%A7%C3%A3o-campanhas-de-consumo-sustent%C3%A1vel.html>
- [14] <http://mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/consumo-consciente-de-embalagem/boas-praticas-e-inovacoes/item/7809.html>

- [15] <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/separe-o-lixo-e-acerte-na-lata.html>
- [16] <http://www.mma.gov.br/informma/item/8721-m%C3%AAs-do-consumo-consciente>
- [17] <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/plano-nacional.html>
- [18] <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/especial-publicitario/dohler/noticia/sustentabilidade-na-industria-e-possivel-manter-uma-producao-aliada-a-atitudes-sustentaveis.ghtml>
- [19] [https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2015/06/PNUMA\\_Guia-de-Produ%C3%A7%C3%A3o-e-Consumo-Sustent%C3%A1veis.pdf](https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2015/06/PNUMA_Guia-de-Produ%C3%A7%C3%A3o-e-Consumo-Sustent%C3%A1veis.pdf)
- [20] <https://www.akatu.org.br/>