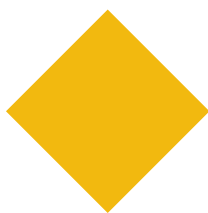
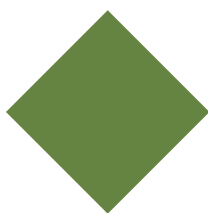




Relatório de Atividades 2009



Índice

Palavra do Presidente	4
Parceiros e Associados	6
1_ Instituto Akatu	8
2_ Portal e Boletim Akatu	11
3_ Meios de Comunicação	14
4_ Campanhas Publicitárias	17
5_ Pesquisas e Métricas	20
6_ Mobilização Comunitária	22
7_ Jogos e Dinâmicas	29
8_ Articulação Institucional	31
9_ Eventos e Palestras	40
10_ Novas Parcerias	50
Equipe Akatu	51

As informações financeiras de 2009 estão disponíveis
na versão eletrônica deste Relatório: www.akatu.org.br

Palavra do Presidente

Nos últimos anos, a sociedade brasileira e mundial vem demonstrando uma consciência cada vez maior em relação ao peso das atividades humanas como causadoras do aquecimento global e das conseqüentes mudanças climáticas. Em decorrência deste importante salto de consciência, o ano de 2009 foi marcado pela convocação da sociedade mundial para a urgência na adoção de medidas globais concretas e capazes de frear esse processo. Diversas ações foram iniciadas por governos, empresas e sociedade civil organizada, partindo de um novo modelo de sociedade mundial, em que novos valores iriam inspirar e governar os processos de produção e consumo de forma a pautá-los pela sustentabilidade.

Este cenário levou o Instituto Akatu – que há nove anos está na vanguarda do movimento pelo consumo consciente no Brasil – a apostar em uma forte atuação no panorama mundial, fazendo-se presente em diversos eventos e discussões internacionais como a COP15, diversas iniciativas do Fórum Econômico Mundial, em workshops do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma), entre outros.

Buscou-se também ampliar a rede de relacionamento na América Latina, nos Estados Unidos e na Europa, apresentando nossa abordagem a instituições interessadas no tema do consumo consciente, especialmente considerando que os modelos de consumo e de produção tendem a ser globais, o que leva à necessidade de soluções globais.

O Akatu tem a convicção da necessidade de aprofundar a discussão sobre os impactos do consumo – positivos e negativos – e sobre as mudanças no comportamento dos consumidores, dentro de uma perspectiva de troca global de experiências com outras organizações. O Akatu tem identificado que seus trabalhos estão bastante avançados em relação ao que está sendo feito no mundo e quer debater e disseminar seus conteúdos e metodologias de modo a contribuir mais amplamente para a reestruturação da vida de toda a sociedade humana, independentemente de região, classe econômica ou social.

Internamente, o Akatu deu continuidade a seus projetos de disseminação do consumo consciente e, em resposta ao desafio de atuar em larga escala



e velozmente em termos do impacto de nossas ações, foram ampliadas as bases de atuação com o desenvolvimento de projetos de consumo consciente e sustentabilidade ambiental com Secretarias Estaduais de Educação. Acreditamos que, dessa maneira, o Akatu contribuirá, de forma ainda mais sólida e eficaz, para que professores e alunos se tornem potenciais agentes de transformação dos processos de consumo em direção à sustentabilidade, dado o reconhecimento da Escola como um espaço fundamental para a formação do cidadão.

Apostamos fortemente, também, nos meios de comunicação como canal de diálogo com os consumidores e firmamos parcerias ousadas com tradicionais veículos de comunicação brasileiros. Uma delas resultou em um reality show, produzido pelo programa Fantástico, da TV Globo. Durante seis domingos, entre maio e junho, o programa acompanhou o cotidiano de uma família vivendo a experiência de adotar práticas mais sustentáveis de consumo. Em média, o quadro foi visto por 40 milhões de telespectadores que, dentro de suas casas, foram

sensibilizados para a questão do consumo consciente.

Todos esses desafios e ambições só puderam ser realizados com o apoio de nossos Parceiros e Associados, o que permitiu a divulgação ampla do conceito e das práticas do consumo consciente nas diversas linhas de ação do Akatu. Agradecemos sinceramente a todos pela confiança em nosso trabalho.

Com a mesma força, os agradecimentos se estendem também aos nossos Conselheiros, aos voluntários e a todos aqueles que, de alguma forma, vêm colaborando para a disseminação da causa do consumo consciente e de sua prática na sociedade. Tenham a certeza da gratidão do Akatu pelo apoio, pela confiança e pela crença na possibilidade de transformação deste mundo em um lugar melhor e mais acolhedor para as futuras gerações, permitindo, a cada um, a ampliação do sentido pleno de sua existência, fazendo que todos ofereçam o que têm de melhor.

Helio Mattar

Diretor-Presidente Instituto Akatu

Parceiros e Associados

FUNDAÇÕES APOIADORAS



PARCEIROS PIONEIROS



PARCEIROS ESTRATÉGICOS



PARCEIROS MANTENEDORES



PATROCINADORES INSTITUCIONAIS



Booz Allen | E-bit | BDO Trevisan | FIESP | Abril | Valor

ASSOCIADOS CATEGORIA BENEMÉRITOS

Banco Ibi | Bunge | Coca-Cola | CPFL Energia | Faber Castell | Fecomercio | Fibria
Grupo CAIXA SEGUROS | Grupo VR | Hospital Samaritano | Kraft Foods | Sadia

ASSOCIADOS CATEGORIA OURO

Estapar Estacionamentos | Energias do Brasil | Grupo Pão de Açúcar | Promon | Porto Seguro
RL Sistemas de Higiene | Televisão Bahia | Unimed Brasil | Yázigü Internexus

ASSOCIADOS CATEGORIA PRATA

Abeaço | Bahia Mineração | Banco Santander | China House | Coelba – Cia. de Eletricidade
do Estado da Bahia | Libra Terminais S.A. | McDonald's | Mundo Verde Franchising | Sistema Ambiental
T&A Pré Fabricados | Unimed Amparo | Unimed Rio de Janeiro | Vivo | Votorantim Cimentos

Instituto Akatu

O Instituto Akatu pelo Consumo Consciente foi criado em 15 de março de 2001 (Dia Mundial do Consumidor) no âmbito do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. O Akatu é uma organização não governamental, sem fins lucrativos, que trabalha pela conscientização e mobilização da sociedade para o Consumo Consciente. A palavra “Akatu” vem do tupi e significa “semente boa” e “mundo melhor”, traduzindo a ideia de que o mundo melhor está contido nas ações de cada indivíduo.

Para o Akatu, o ato de consumo deve ser um ato de cidadania consciente, por meio do qual qualquer consumidor pode contribuir para a sustentabilidade da vida no planeta, seja por meio do consumo de recursos naturais, de produtos e de serviços, seja pela valorização da responsabilidade social das empresas. O consumidor consciente busca o equilíbrio entre a sua satisfação pessoal, a preservação do meio ambiente e o bem-estar da sociedade, refletindo sobre o que consome e prestigiando empresas comprometidas com a responsabilidade social.

Nesse sentido, o Akatu tem como principal objetivo contribuir para que o consumidor deixe de ser um espectador dos problemas derivados dos atos de consumo e passe a ser um agente das soluções.

CONSUMO CONSCIENTE

Hoje, o consumo de recursos naturais no mundo é de mais de 30% acima da capacidade de renovação da Terra. Se não houver mudança nos padrões de consumo e produção, em menos de 50 anos, serão necessários dois planetas Terra para atender a todas as necessidades de água, energia e alimentos. Não é preciso dizer que esta situação certamente ameaçará a vida no planeta, inclusive a da própria humanidade.

As escolhas de consumo têm muito a contribuir para a solução desta situação. Todo consumo causa impacto (positivo ou negativo) na economia, nas relações sociais, na natureza e em cada indivíduo. Ao ter consciência destes impactos na hora de decidir por que comprar, de escolher o que comprar, de quem comprar, como comprar e o modo de uso e de descarte, o consumidor pode buscar maximizar os impactos positivos e minimizar os negativos. Desta forma, contribuirá, por meio do poder contido em seus atos de consumo, para construir um mundo melhor.

Isso é Consumo Consciente. Em poucas palavras, é um consumo com consciência de seu impacto e voltado à sustentabilidade da vida no planeta.

CONSUMO CONSCIENTE É UM CONSUMO COM CONSCIÊNCIA DO SEU IMPACTO E VOLTADO À SUSTENTABILIDADE DA VIDA NO PLANETA

MISSÃO

A missão do Akatu é conscientizar e mobilizar o cidadão brasileiro para o seu papel de agente transformador, enquanto consumidor, na construção da sustentabilidade da vida no planeta. Em outras palavras, é contribuir para a percepção do consumidor quanto ao poder transformador contido em seus atos de consumo, mobilizando-o para agir em favor da sustentabilidade.

VISÃO DE FUTURO

A razão de ser do Akatu é trabalhar para a mudança de comportamento dos consumidores de forma a contribuírem para a sustentabilidade da vida no planeta por meio dos seus atos de consumo. Em parceria com um grande número de empresas, organizações não governamentais, escolas e meios de comunicação, o Akatu busca contribuir para a seguinte visão de futuro: ***Yandê! Uma comunidade mundial, sustentável pela participação de todos, que cuida do planeta e acolhe o “grande nós” que nele convive.*** Yandê é uma palavra tupi que significa o “grande nós feminino”. Acolher e cuidar são valores femininos, que precisam ser apropriados pela comunidade humana mundial, no sentido de acolher as pessoas e cuidar da natureza, desta forma levando a sustentabilidade a todas as formas de vida. Somente assim será atingida a sustentabilidade da vida no planeta.

AÇÕES E ESTRATÉGIAS

Ao longo de seus nove anos de trabalho, o Instituto Akatu desenvolveu e consolidou conceitos, conteúdos e práticas de sensibilização e mobilização do consumidor por meio de atividades focadas na comunicação e na educação. As atividades do Akatu podem ser representadas conforme figura a seguir:

Instituto Akatu

FRENTES DE ATUAÇÃO DO INSTITUTO AKATU PELO CONSUMO CONSCIENTE



O Instituto Akatu desenvolve suas atividades por meio de empresas disseminadoras, da publicidade, da mobilização social, dos veículos de comunicação, e do trabalho em comunidades e em instituições educacionais. Todas as atividades partem de um núcleo de conteúdos, pedagogias, pesquisas, métricas, jogos, dinâmicas e metodologias desenvolvidos ao longo dos anos pelo Akatu, utilizando como suporte o seu portal. Palestras, eventos e publicações em geral também reforçam a estratégia de disseminação do Akatu.

Portal e Boletim Akatu

2

O portal do Instituto Akatu (www.akatu.org.br) disponibiliza informações, dados, mensagens, vídeos, enquetes, pesquisas e jogos lúdicos, sempre com enfoque em práticas de consumo consciente e sustentabilidade. Nos 12 meses de 2009, o portal teve mais de 600 mil visitantes únicos, o que representa uma média de mais de 50 mil visitantes únicos por mês, configurando um crescimento de 30% em relação ao ano anterior.

Durante o segundo semestre de 2009, o Boletim Akatu passou a ser distribuído com periodicidade semanal, aumentando, assim, o volume de produção e divulgação de notícias e dados sobre consumo consciente e sustentabilidade, até então feitas a cada 15 dias. Parte dos visitantes do nosso site recebe semanalmente, por e-mail, o Boletim Eletrônico Akatu. Ao longo de 2009, foram produzidos 35 boletins que chegaram a mais de 28 mil internautas cadastrados, representando um crescimento de 30% em relação ao número de internautas cadastrados no ano anterior.



Home do portal Akatu

Portal e Boletim Akatu

CONCURSO CULTURAL SACO DE IDEIAS

Com o patrocínio do Carrefour, parceiro estratégico do Akatu, o Instituto lançou em 15 de outubro – Dia do Consumidor Consciente – o Concurso Cultural Saco de Ideias – www.sacodeideias.com.br. A iniciativa fez parte da Campanha Saco é um Saco, divulgada em julho pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA), e que tem o objetivo de sensibilizar e conscientizar a população brasileira para o consumo consciente de embalagens e sacolas plásticas. Como parceiro do MMA desde o lançamento desta campanha, o Akatu divulgou as peças em seu site e contribuiu com conteúdos para a campanha e para o blog “Saco é um Saco”.

Tendo como plataforma a internet, o Concurso Cultural Saco de Ideias desafiava os internautas a gravar vídeos de até um minuto propondo respostas à seguinte questão: “O que você pode fazer para reciclar, reutilizar, recusar ou reduzir o uso de sacolas plásticas?”.

Ao final, entre os 10 vídeos mais votados pelos internautas, três deles foram selecionados pela Comissão Julgadora, formada pelos diretores de criação das três agências de publicidade que trabalham com o Akatu: Brancozulu, Leo Burnett e Lew’Lara\TBWA.

O primeiro lugar foi para o vídeo “Eco Furoshiki”, de Sofia Nanka Kamatani, de São Paulo (SP), que apresentou uma maneira criativa de utilizar a toalha de mesa como sacola. O segundo lugar foi para



Divulgação na mídia impressa da campanha “Saco de Ideias” Akatu

o vídeo bem-humorado “Ensaca sacolas!”, de Alessandro Dias, de Varginha (MG). Sua sugestão para minimizar a quantidade de sacolas utilizadas foi o uso de um colete grande com vários bolsos para acomodar as compras. O terceiro colocado foi o vídeo “Reutilizar é bom. Recusar é melhor ainda”, de Daniel Franco Luizari, de Presidente Prudente (SP). Seu filme tem diversas dicas de como reutilizar as sacolas plásticas. Os vencedores receberam um computador (1º lugar) e máquinas fotográficas digitais (2º e 3º lugares), e todos poderão ver suas obras exibidas no Canal Futura.

O Concurso contou com anúncio criado de forma *pro bono* pela agência Leo Burnett, e foi divulgado gratuitamente por diversos meios de comunicação de mídia impressa e online.

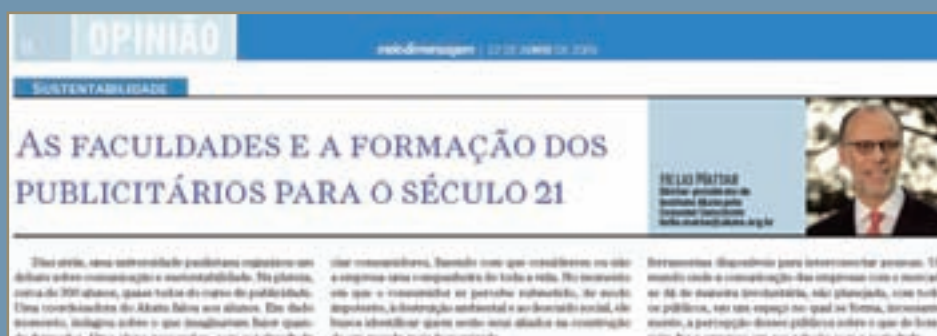
AO LONGO DE 2009, O PORTAL RECEBEU MAIS DE 600 MIL VISITANTES, UM CRESCIMENTO DE 30% EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR



CARTILHA “SEU CONSUMO NO COMBATE ÀS MUDANÇAS CLIMÁTICAS”

Como já era previsto, o ano de 2009 foi marcado por assuntos relacionados a mudanças climáticas e à urgência da adoção de medidas para frear o aquecimento global. Por isso, na ocasião do seu 8º aniversário, o Akatu lançou a Cartilha sobre Mudanças Climáticas. O documento sugere dez dicas que ajudam o consumidor a estabelecer relação entre seus hábitos de consumo e as mudanças climáticas. O material produzido foi distribuído entre os parceiros do Instituto. A cartilha também está disponível no site do Akatu: www.akatu.org.br.


Meios de Comunicação



Artigo de Helio Mattar publicado no jornal Meio & Mensagem

Entre janeiro e dezembro de 2009, artigos, mensagens e reportagens sobre consumo consciente e sustentabilidade com a citação explícita do Instituto Akatu estiveram presentes na imprensa nacional e internacional, gerando uma visibilidade para o Akatu e seus parceiros equivalente a um gasto de R\$ 90,1 milhões, um aumento de 1.300% em relação ao ano de 2008. Este aumento se deveu, principalmente, à repercussão da campanha sobre o desperdício de alimentos, realizada pelo Akatu, e à participação do Instituto em um reality show, o “Mudança Geral”, exibido no programa Fantástico, da Rede Globo de Televisão.

Vale ressaltar que esta veiculação inclui apenas a presença em espaços editoriais, excetuando-se os publicitários. Portanto, considera: (a) as pautas divulgadas para a grande imprensa com o apoio da CDN – Companhia de Notícias – parceira Institucional do Akatu, responsável pela assessoria de imprensa; (b) a repercussão, na grande imprensa, de matérias produzidas pelo Akatu e publicadas em seu portal; (c) outras reportagens divulgadas pelos veículos de comunicação cuja temática está relacionada ao Consumo Consciente, e nas quais há menção explícita do Akatu.



A CAMPANHA DE DESPERDÍCIO DE ALIMENTOS E O QUADRO MUDANÇA GERAL IMPULSIONARAM O VALOR DA MÍDIA ESPONTÂNEA EM 2009: FORAM R\$ 90,1 MILHÕES, UM AUMENTO DE 1.300% EM RELAÇÃO AO PERÍODO ANTERIOR

JORNAIS

O debate sobre Consumo Consciente e Sustentabilidade vem ganhando cada vez mais as páginas de jornais do país. Durante o ano de 2009, o espaço ocupado por matérias sobre Consumo Consciente veiculadas em jornais, nas quais há menção explícita ao Akatu, correspondeu a R\$ 5,5 milhões, caso esse espaço fosse pago.

REVISTAS

A produção de conteúdos informativos em revistas constitui um espaço privilegiado para tratar de temas sensíveis como consumo consciente e sustentabilidade, dado que as revistas, de um modo geral, levam a uma maior reflexão e têm maior permanência entre os leitores do que os jornais. No ano de 2009, o Consumo Consciente, com menção explícita ao Akatu, ocupou um espaço correspondente a R\$ 4,8 milhões, caso essa veiculação tivesse sido paga.

INTERNET

A disseminação de conteúdos produzidos pelo Akatu e sua citação como fonte em debates sobre Consumo Consciente e Sustentabilidade se propagam pelo mundo virtual, levando a causa do Consumo Consciente a um número cada vez maior de consumidores. Esta tendência se tornou mais forte com a criação, no segundo semestre de 2009, de um perfil oficial do Akatu no Twitter – www.twitter.com/institutoakatu – que já conta com mais de 1.000 seguidores. Ao longo de 2009, conteúdos com menção explícita ao Akatu neste meio somaram R\$ 1,6 milhão, caso essa veiculação tivesse sido paga.

RÁDIO E TV

O rádio e a TV constituem hoje os veículos de maior alcance no Brasil. O Instituto Akatu mantém relações institucionais sólidas com as principais redes de rádio e de televisão, com o objetivo de veicular o Consumo Consciente a um número cada vez maior de consumidores. Porta-vozes do Akatu têm participado de programas e entrevistas para difundir temas ligados ao Consumo Consciente e à Sustentabilidade. No ano de 2009, o valor total das veiculações em emissoras de TV – caso tivesse sido pago – foi de cerca de R\$ 78,8 milhões.

Meios de Comunicação



Família Meneghini estrelou o quadro “Mudança Geral”, na TV Globo. Realização teve participação do Akatu

Na TV, destaque para o quadro “Mudança Geral”: durante seis domingos, entre maio e junho, a família Meneghini encantou os brasileiros vivendo a experiência de adotar práticas sustentáveis de consumo no seu cotidiano no reality show “Mudança Geral”, exibido pelo programa Fantástico da Rede Globo, que contou com o apoio editorial do Akatu na elaboração das pautas, fornecimento de informações e abordagem dos temas discutidos. O quadro teve também a participação de Raquel Diniz, coordenadora da área de Capacitação Comunitária do Akatu, que, junto com consultores técnicos em quatro áreas específicas – água, resíduos, energia e alimentos –, interagiu com a família, propondo mudanças de hábitos na direção do consumo consciente. Em média, o “Mudança Geral” foi visto por 40 milhões de telespectadores a cada domingo. Todo material gravado e exibido no programa da TV Globo está disponível no site do Akatu na sessão criada à época do início do programa e chamada Mudança Geral.

CONSUMO CONSCIENTE NA IMPRENSA

No ano de 2009, as matérias relacionadas ao consumo consciente sem a citação explícita do Instituto Akatu totalizaram o equivalente a R\$ 3,4 milhões, caso o espaço nos jornais tivesse que ser pago. Daí se deduz que a abordagem e a disseminação das ações e práticas do consumo consciente estão diretamente ligadas ao Instituto, dado que são muito raras as menções que se fazem ao termo na imprensa brasileira sem a citação explícita do Akatu.

Campanhas Publicitárias

4

Com o objetivo de sensibilizar e mobilizar os brasileiros para o consumo consciente, ao longo de 2009, o Instituto Akatu lançou duas campanhas publicitárias: “1/3 De Tudo o Que Você Compra Vai Direto Para o Lixo” e “Mais é Menos”.

1/3 DE TUDO O QUE VOCÊ COMPRA VAI DIRETO PARA O LIXO

Em janeiro de 2009, o Instituto Akatu lançou, em rede nacional, a campanha publicitária “1/3 De Tudo o Que Você Compra Vai Direto Para o Lixo”. Criada *pro bono* pela agência Leo Burnett, parceira institucional do Akatu, a campanha utiliza uma linguagem semelhante à da publicidade do varejo, e alerta o consumidor para o fato de que uma grande parcela do que se compra em alimentos vai direto para o lixo. O projeto contou com anúncios para a mídia impressa, um filme para TV e um spot para rádio. No hot site, criado especialmente para a campanha, o internauta contava com uma calculadora que contabilizava o valor do desperdício semanal, mensal e anual. Além disso, dicas voltadas ao planejamento do cardápio semanal e a um melhor aproveitamento dos alimentos estimulavam as pessoas a combater o desperdício diário de alimentos.



Material da campanha para divulgação na mídia impressa

Campanhas Publicitárias

MAIS É MENOS



Material da campanha para divulgação na mídia impressa

Lançada em setembro de 2009, a campanha “Mais é Menos” inverte a máxima “menos é mais” e chama atenção dos consumidores para o fato de que quanto mais consumo sem consciência, menos disponibilidade de algo que o consumidor valoriza. Desenvolvida de forma *pro bono* pela agência Lew’Lara\TBWA, parceira institucional do Instituto, a campanha contou com ações interativas em espaços públicos, como por exemplo, a exposição de uma peça no Parque do Ibirapuera, como parte da campanha do Dia Mundial Sem Carro.



Intervenção no parque do Ibirapuera, em São Paulo

Feito de lona, com mais de 5 metros de comprimento e 2 metros de altura, conectado a um arco íris, completamente “esvaziado”, “murcho”, com 4 metros de largura e 1 metro de comprimento, o “carro” fez parte da paisagem do Parque durante uma semana em setembro. O inflável era acompanhado da mensagem: *“Dirigir também é uma maneira de consumir. Uma alternativa para você pode significar uma alternativa para o mundo. Que tal consumir mais transporte público, carona ou bicicleta? Suas atitudes podem mudar o ar que a gente respira. Compartilhe suas ideias com a gente e ajude a transformar menos em mais”*.

A campanha Mais é Menos ainda está sendo veiculada e conta com um hot site – www.maismenos.org.br – onde o internauta pode visualizar as diversas peças da campanha, além de obter mais informações.

AS DUAS CAMPANHAS DE 2009 FORAM VEICULADAS GRATUITAMENTE EM MAIS DE 20 CANAIS DE TV ABERTA E PAGA, QUASE 40 JORNAIS E REVISTAS, MAIS DE DEZ ESTAÇÕES DE RÁDIO, ALÉM DE CERCA DE CEM SITES E BLOGS



Interatividade foi marca da campanha

Criado pela agência Brancozulu, em conjunto com a agência Lew'Lara\TBWA, ambas parceiras institucionais do Akatu, o site abriu espaço para a interação com o público. Ao entrar no site, o internauta se depara com uma série de cartões postais com situações de insustentabilidade. Ao selecionar um dos modelos, o internauta é convidado a ajudar a transformar o Menos em Mais. A cada resposta, a paisagem se altera até se transformar numa “paisagem ideal”, ou seja, um “retrato” de como é possível construir um mundo melhor.

No mesmo endereço, também há espaço para a contribuição de frases e depoimentos em vídeo dos internautas. Em suas falas, os consumidores revelam experiências e refletem sobre a necessidade de se construir um mundo mais sustentável.

Juntas, as Campanhas “1/3 De Tudo o Que Você Compra Vai Direto Para o Lixo” e “Mais é Menos” foram veiculadas gratuitamente em mais de 20 canais de TV aberta e paga, quase 40 jornais e revistas, mais de dez estações de rádio, além de cerca de cem sites e blogs, correspondendo a um espaço publicitário equivalente a cerca de R\$ 3,5 milhões se a veiculação fosse paga.

Pesquisas e Métricas

Durante o ano de 2009, o Akatu lançou nova pesquisa sobre consumo consciente e sustentabilidade, além de dar continuidade a projetos de Pesquisas e Métricas iniciados nos anos anteriores, aprimorando sua base conceitual e prática para disseminação em grande escala do Consumo Consciente. Abaixo, os projetos realizados:

PESQUISA ESTILOS SUSTENTÁVEIS DE VIDA – RESULTADOS DE UMA PESQUISA COM JOVENS BRASILEIROS



Capa do relatório da pesquisa Estilos Sustentáveis de Vida

Em novembro de 2009, o Instituto Akatu lançou no Brasil o estudo Estilos Sustentáveis de Vida – Resultados de uma Pesquisa com Jovens Brasileiros. A pesquisa faz parte do mapeamento mundial Global Survey on Sustainable Lifestyles, coordenado pelo Pnuma (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente), por meio de seu escritório central em Paris (Unep – United Nations Environment Programme).

Em cada um dos 20 países em que o estudo foi desenvolvido, o Pnuma escolheu uma entidade parceira, que foi responsável pela aplicação local dos questionários definidos de forma única para a pesquisa global. O levantamento procura entender como os jovens de diferentes culturas e regiões do mundo adotam estilos de vida mais sustentáveis.

No Brasil, o Instituto Akatu foi convidado para liderar o estudo e, em parceria com Ipsos Public Affairs, deu início aos trabalhos em abril de 2009. Ao todo, foram ouvidos mil jovens com idades entre 18 e 35 anos em dez regiões metropolitanas: São Paulo, Rio de Janeiro, Belém, Belo Horizonte, Porto Alegre, Fortaleza, Recife, Curitiba, Goiânia e Brasília.

O relatório contendo os principais dados e conclusões da pesquisa está disponível no site do Akatu – www.akatu.org.br –, no item “Publicações Akatu”. Além disso, foram distribuídas gratuitamente 3 mil unidades impressas.

Esta pesquisa foi custeada pelos recursos aportados pelo Itaú/Unibanco, Bradesco, Coca-Cola, Nestlé e Bunge.

PESQUISA PRÁTICAS E PERSPECTIVAS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NO BRASIL – 2008

Em agosto de 2009, o Akatu e o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social lançaram o relatório “Práticas e Perspectivas da Responsabilidade Social Empresarial no Brasil – 2008”. Com base nas declarações das próprias empresas sobre suas práticas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), a pesquisa faz um mapeamento do que elas têm feito de fato. As informações foram coletadas no primeiro semestre de 2008 pelo Ibope Inteligência, que realizou o estudo.

Os resultados da pesquisa mostraram que 21% das empresas da amostra principal têm entre 0 e 12 práticas de RSE implementadas, 29% possuem entre 13 e 22 práticas, 30% têm de 23 a 33 e 20% declaram adesão a 34 ou mais práticas, de um total de 56 práticas avaliadas. Ao todo, 50% das empresas da amostra principal têm ao menos 22 práticas implantadas, dado que, comparado ao revelado pelo estudo “Responsabilidade Social Empresarial: Um Retrato da Realidade Brasileira”, realizado pelo Instituto Akatu em 2004 – em que 50% das empresas de uma amostra semelhante declararam adesão a pelo menos 11 práticas de RSE (de um total de 55 práticas analisadas) –, indica um aumento expressivo no envolvimento das empresas com a RSE nos últimos anos. As informações foram coletadas por meio de entrevistas realizadas em cinco amostras, totalizando um universo de 1.333 entrevistas.

O documento completo está disponível no site do Akatu – www.akatu.org.br – no item “Publicações Akatu”.

Esta atividade foi custeada por recursos aportados pela Fundação Kellogg.

APLICAÇÃO DOS TCCS

Ao longo de 2009, o Akatu conduziu a aplicação do Teste do Consumidor Consciente (TCC) a mais de 1.200 colaboradores de duas empresas parceiras do Akatu, Grupo Caixa Seguros e Unimed Brasil, fazendo a análise das respostas obtidas. Os resultados das aplicações servem como base inicial para a avaliação da eficiência de programas institucionais voltados ao consumo consciente e sustentabilidade.

A aplicação dos TCCs foi custeada pelos parceiros e associados do Instituto Akatu.

Mobilização Comunitária

Foram desenvolvidos, em 2009, diversos projetos de mobilização e capacitação para o Consumo Consciente em comunidades:

EDUCAÇÃO PARA CONSUMO CONSCIENTE E SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL – HP BRASIL



Projeto de formação dos professores durante a fase presencial




Livro do aluno: conteúdo sobre consumo consciente e sustentabilidade ambiental

O projeto de Educação para o Consumo Consciente e Sustentabilidade Ambiental é patrocinado pela HP Brasil, parceira pioneira do Akatu, por meio da verba arrecadada pela campanha Escolha Consciente.

Com o apoio das Secretarias Estaduais de Educação, o projeto possibilitou a formação em Consumo Consciente e Sustentabilidade Ambiental de professores de 14 escolas da rede pública, em cinco Estados (Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Mato Grosso, Rio Grande do Norte e Roraima).

O projeto piloto é composto de duas fases. Na primeira, foram testados três modelos de formação de professores: presencial, semipresencial e à distância. Durante a primeira fase, um total de 206 educadores, entre professores, coordenadores pedagógicos, diretores das escolas e funcionários das secretarias participaram do projeto. Vale ressaltar que o número previsto inicialmente era de 120 educadores.



Para a segunda fase do projeto, que será iniciada no primeiro semestre de 2010, os professores vão desenvolver seus projetos temáticos em atividades com os alunos. Nesta fase, os professores terão à disposição uma comunidade virtual de aprendizagem para a troca de informações e sugestões de práticas em sala de aula.

A avaliação dos processos, conteúdos, materiais e resultados das formações e do trabalho com alunos ocorrerá no início do segundo semestre de 2010. Ao final deste trabalho, o Akatu estima que 2.000 alunos do ensino fundamental 2 terão tido contato com conceitos e práticas de consumo consciente, além do alcance de um público indireto estimado em mais de 7.000 pessoas, entre familiares, comunidade escolar e entorno.

O resultado mais importante, será, no entanto, identificar um modelo de educação para o consumo consciente e a sustentabilidade ambiental que permita maior escala e velocidade para trabalhar nas escolas.

Esta atividade foi custeada por recursos aportados pela HP Brasil.

CONSUMO CONSCIENTE – HP BRASIL & CANAL FUTURA

Em 2009, a Campanha Escolha Consciente HP possibilitou a continuidade e complementação do projeto de Educação para o Consumo Consciente e Sustentabilidade Ambiental desenvolvido pela HP Brasil em parceria com o Akatu.

Desta vez, o Akatu firmou parceria com a Fundação Roberto Marinho, por meio do Canal Futura, para a produção de uma série de interprogramas e cujo público-alvo são jovens do ensino fundamental 2.

A iniciativa consiste na produção e veiculação de uma série de dez interprogramas sobre consumo consciente, que serão veiculados no Canal Futura, além da produção de kits educativos. Os conteúdos foram produzidos pelo Akatu e revelam o poder do indivíduo como consumidor na transformação da sociedade.

Cada kit educativo será composto de um DVD com os dez interprogramas e um guia de utilização das obras audiovisuais pelos professores, além de conteúdos complementares. As mil unidades do kit a serem produzidas serão distribuídas para instituições previamente mapeadas pelo Futura e pelo Instituto Akatu, inclusive para as Escolas participantes do Projeto Educação para o Consumo Consciente e Sustentabilidade Ambiental.

Em dezembro de 2009, o projeto estava em fase de desenvolvimento e aprovação dos roteiros, e os primeiros interprogramas serão veiculados em 2010.

Esta atividade foi custeada por recursos aportados pela HP Brasil.

Mobilização Comunitária

EM BUSCA DE MAIOR ESCALA E VELOCIDADE NA SENSIBILIZAÇÃO PARA OS IMPACTOS DE NOSSAS AÇÕES, FORAM AMPLIADAS AS BASES DE ATUAÇÃO COM O DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS DE CONSUMO CONSCIENTE E SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL EM ENTIDADES EDUCACIONAIS

MOBILIZAÇÃO PARA SUSTENTABILIDADE E CONSUMO CONSCIENTE – WALMART



Dinâmica durante mobilização



Colaboradores capacitados após reunião

Com o objetivo de sensibilizar e capacitar, em 2009, 50 mil associados do Walmart, parceiro estratégico do Akatu, o Projeto Mobilização para Sustentabilidade e Consumo Consciente começou em março. Para alcançar a meta, foram capacitados 95 Consultores de Capital Humano e Coordenadores de Treinamento, dentro de um programa de formação de 24 horas. Cumprida esta etapa, os resultados superaram as expectativas iniciais, pois no final de 2009, o número de pessoas sensibilizadas e mobilizadas foi amplamente superado, chegando a mais de 55 mil associados que incorporaram valores e comportamentos de consumo consciente e, desse modo, se tornaram protagonistas na construção de um mundo mais sustentável. O programa foi desenvolvido em nove etapas e finalizado em dezembro de 2009.

Esta atividade foi custeada por recursos aportados pelo Walmart.

CARREFOUR E VOCÊ POR UM MUNDO MELHOR – CARREFOUR



Colaboradores participam de dinâmica durante a mobilização

Este projeto teve como objetivo sensibilizar e mobilizar as lideranças, entre os colaboradores da loja de Piracicaba do Carrefour, parceiro estratégico do Akatu, para a mudança de comportamento de consumo por meio de programas de formação com duração de 16 horas. Ao todo foram capacitados 32 colaboradores para que fossem multiplicadores de práticas e conceitos de consumo consciente entre os colaboradores e clientes da loja e até entre seus familiares e comunidades onde vivem.

Ao longo de 2009, estes colaboradores sensibilizaram 99% dos 350 colaboradores previstos inicialmente. Importante lembrar que se tratava de uma iniciativa piloto, que prevê uma expansão no início de 2010.

Esta atividade foi custeada por recursos aportados pelo Carrefour.

Mobilização Comunitária

EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO CONSCIENTE DO DINHEIRO E DO CRÉDITO – HSBC



Voluntariado determinou sucesso do projeto de Educação para o Consumo Consciente no HSBC

Este projeto teve início em 2008 em seis cidades (Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro, Goiânia, Salvador e Recife) e tem como objetivo sensibilizar, mobilizar e capacitar colaboradores voluntários do HSBC, parceiro mantenedor do Akatu, como multiplicadores do conceito e das práticas do Consumo Consciente do Dinheiro e do Crédito. Finalizado ao longo do segundo semestre de 2009, o projeto sensibilizou mais de 1.600 pessoas por meio das atividades de multiplicação, sendo que 157 voluntários já foram capacitados como multiplicadores em um programa de formação de 12 horas.

Esta atividade foi custeada por recursos aportados pelo HSBC.

ECONNOSCO – ENERGIAS DO BRASIL



Dinâmica durante sessão de capacitação de reeditores na Energias do Brasil

Em setembro de 2009, a Energias de Portugal (EDP) lançou oficialmente o Programa Econosco no Brasil, com o intuito de formar Embaixadores – colaboradores voluntários – para que se tornem agentes de conscientização em sustentabilidade e consumo consciente nas equipes onde atuam. À frente do projeto estão o Akatu e a Energias do Brasil, associada do Akatu. Em dezembro, foram capacitados os 60 reeditores voluntários pertencentes às unidades da EDP nos Estados de São Paulo, Espírito Santo e Tocantins. Para o monitoramento e acompanhamento do grupo de reeditores, foi criada a rede EDP – AKATU, que possibilita o contato diário e o monitoramento do trabalho dos reeditores em suas ações no âmbito do projeto.

Esta atividade foi custeada por recursos aportados pela Energias do Brasil.

O CONSUMO CONSCIENTE: DO DESCARTÁVEL PARA O DURÁVEL – FABER CASTELL



Conteúdo da cartilha tem forte aposta em ilustrações

No segundo semestre de 2009, a Faber Castell, associada benemérita do Akatu, publicou um material sobre sustentabilidade para compor o Programa Escolar de 2009. Em forma de cartilha, o material é parte das ações da Faber que tem o objetivo de municiar professores na discussão de temas ambientais nas escolas. A publicação, cujo conteúdo foi produzido pelo Instituto Akatu, contém textos bases e complementares sobre sustentabilidade, além de sugestões de atividades para diferentes segmentos escolares. O material beneficiou 9.800 escolas particulares e 1.300 delegacias de ensino. As cartilhas foram usadas em escolas de educação infantil, ensino fundamental e médio.

Esta atividade foi custeada por recursos aportados pela Faber Castell.

CONSCIENTIZAÇÃO E MOBILIZAÇÃO PARA O CONSUMO CONSCIENTE DO DINHEIRO E DO CRÉDITO COM USO DO ENSINO À DISTÂNCIA – TRIBANCO

Desde o início de 2009, clientes, fornecedores e colaboradores do Tribanco em todo o Brasil participam do projeto que visa conscientizá-los e mobilizá-los para o Consumo Consciente do Dinheiro e Crédito. O projeto, uma parceria entre o Tribanco – do Grupo Martins – e o Akatu, foi lançado em 2008 e utiliza recursos do ensino à distância.

Também como resultado da parceria entre Tribanco e Akatu, mensagens de consumo consciente chegaram a milhares de pessoas em todo o país por meio de distribuição de agendas e de squeezes (garrafas de água reutilizáveis). Todo o conteúdo publicado nos materiais foi desenvolvido pelo Instituto Akatu. Ao todo, foram distribuídas mil agendas e 120 mil garrafas para clientes, fornecedores e colaboradores da empresa.

Esta atividade foi custeada por recursos aportados pelo Tribanco.

Mobilização Comunitária

PRÁTICAS DE CONSUMO CONSCIENTE E SUSTENTABILIDADE – NESTLÉ SEDE



Conteúdo sobre consumo consciente e sustentabilidade usado durante sensibilização



Ferramenta e-learning usada durante oficinas de sensibilização e capacitação

Com o objetivo de disseminar conceitos e práticas de consumo consciente e sustentabilidade, o projeto previa a sensibilização e mobilização dos cerca de 2.000 colaboradores da sede da Nestlé, parceira pioneira do Akatu. A estratégia utilizada foi a de capacitação de reeditores que incluiu palestras e oficinas temáticas de Água, Energia e Minimização de Resíduos, utilizando como base uma ferramenta de e-learning implantada na intranet da Nestlé.

Esta atividade foi custeada por recursos aportados pela Nestlé.

Jogos e Dinâmicas

7

Os jogos e dinâmicas desenvolvidos pelo Instituto Akatu constituem uma das principais ferramentas de sensibilização e são muito utilizados em palestras e oficinas realizadas em projetos de mobilização. Em 2009, o Akatu desenvolveu diversos jogos e dinâmicas para atender demandas de mobilização. Abaixo, algumas delas:



Ferramenta online de sensibilização para o consumo consciente

APLICAÇÃO DA FERRAMENTA TEIA DE IMPACTOS – HP BRASIL

Com o objetivo de sensibilizar e mobilizar os colaboradores da HP Brasil, parceira pioneira do Akatu, para os conceitos e práticas do Consumo Consciente, o Instituto Akatu realizou duas oficinas – uma com a equipe interna e outra para a área comercial e representantes de empresas responsáveis pelos canais de distribuição dos produtos HP. Nas duas oficinas, foi aplicada a ferramenta Teia de Impactos, pela qual os participantes são instados a pensar os impactos sociais, econômicos, ambientais e individuais da compra, uso e/ou descarte de um produto ou serviço. Ao todo, 40 pessoas foram sensibilizadas para o tema Consumo Consciente e seus impactos.

Esta atividade foi custeada por recursos aportados pela HP.

Jogos e Dinâmicas

APLICAÇÃO DA FERRAMENTA TEIA DE IMPACTOS – FUNDAÇÃO ITAÚ SOCIAL



Jovens da Fundação Itaú Social recebem aplicação da ferramenta Teia de Impactos

A ferramenta Teia de Impactos, cujo objetivo é fazer com que os participantes compreendam que o consumo de qualquer produto causa impactos positivos e negativos na sociedade, na natureza, na economia e no próprio indivíduo ao longo de toda a cadeia produtiva, também foi utilizada em uma oficina do Projeto Itaú Voluntários, com a sensibilização de 30 pessoas.

Esta atividade foi custeada por recursos aportados pela Fundação Itaú Social.

APLICAÇÃO DO JOGO CONSUMO CONSCIENTE DO DINHEIRO E DO CRÉDITO – BRASILPREV

Para sensibilizar parte dos colaboradores da Brasilprev, parceira mantenedora do Akatu, para o Consumo Consciente do Dinheiro e do Crédito, o Akatu utilizou como recurso um jogo inédito que está sendo finalizado para trabalhar com o tema. A oficina visa divulgar as ferramentas que o Akatu tem no seu banco de produtos e que podem ser usadas pelos colaboradores da empresa.

Esta atividade foi custeada por recursos aportados pela Brasilprev.

Articulação Institucional

8

O ano de 2009 foi marcado pelo tema de mudanças climáticas e pela urgência na adoção de medidas para frear o aquecimento global. Vários movimentos internacionais em prol de uma mudança sustentável nos padrões de produção e consumo foram iniciados por governos, empresas e sociedades.

Este cenário levou o Instituto Akatu – que há 9 anos está na vanguarda do movimento pelo consumo consciente no Brasil – a apostar em uma forte atuação no panorama mundial, fazendo-se presente em diversos eventos e discussões internacionais, como a COP15, diversas iniciativas do Fórum Econômico Mundial, em workshops do Pnuma, entre outros. Buscamos, também, ampliar a rede de relacionamento na América Latina, nos Estados Unidos e na Europa, apresentando nossa abordagem a instituições interessadas no tema do consumo consciente, especialmente considerando que os modelos de consumo e de produção tendem a ser globais, o que leva à necessidade de soluções globais.

O Akatu tem a convicção da necessidade de aprofundar a discussão sobre os impactos do consumo – positivos e negativos – e sobre as mudanças no comportamento dos consumidores, dentro de uma perspectiva de troca global de experiências com outras organizações. O Akatu tem identificado que seus trabalhos estão bastante avançados em relação ao que está sendo feito no mundo e quer debater e disseminar seus conteúdos e metodologias, assim como identificar novos conteúdos e metodologias, de modo a contribuir mais amplamente para a reestruturação da vida para toda a sociedade humana, independente de região, classe econômica ou social. Para suportar essa estratégia, o Instituto incorporou novos conteúdos em inglês ao seu Portal e lançou uma versão deste em espanhol.

Todas as participações do Akatu nestes eventos foram custeados pelos recursos aportados pelos parceiros e associados do Akatu.

Articulação Institucional

CAMPANHA TICTACTICTAC



Cartaz da campanha Tictactictac colocado no prédio do Conjunto Nacional, na avenida Paulista, em São Paulo

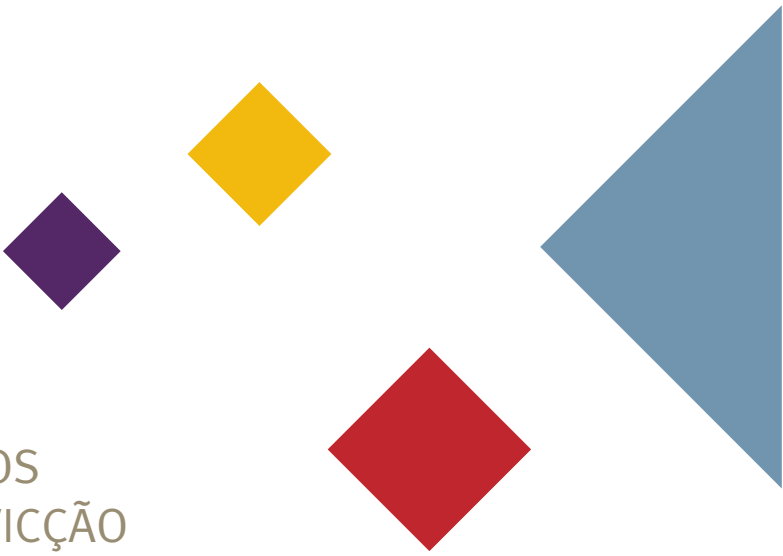
COP15 – COPENHAGUE

O Akatu esteve presente na 15ª Conferência das Partes sobre Mudanças Climáticas em Copenhague, Dinamarca. O Instituto participou do evento como ONG observadora, entre os dias 7 e 18 de dezembro de 2009. Esta foi a 15ª edição do encontro e reuniu líderes mundiais e chefes de Estado para discutir alternativas contra as mudanças climáticas provocadas pelo aquecimento global.

O envolvimento do Akatu neste evento teve o objetivo de analisar como o consumo está sendo abordado nas discussões de mudanças climáticas, além de buscar introduzir questões relacionadas ao consumo nos eventos paralelos à COP15. Antes da reunião de Copenhague, o Akatu participou em vários encontros, movimentos, eventos e debates preparatórios, entre eles:

Em setembro de 2009, aderindo à Campanha Global do Movimento pelo Clima (GCCA, na sigla em inglês), que no Brasil se denominou Campanha TicTacTicTac, o Instituto Akatu somou esforços com diversas entidades não-governamentais como Vitae Civilis, IDEC, Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE), Greenpeace, WWF, entre outras, na realização de ações de sensibilização e mobilização para a elaboração de um abaixo-assinado global. O documento foi encaminhado aos líderes mundiais de cada país que participou da COP15. No Brasil, a Campanha TicTacTicTac reuniu 270 mil assinaturas.

Além disso, em seu site, o Akatu fez uma ampla cobertura dos eventos do movimento no Brasil e ao redor do mundo, possibilitando que mais consumidores e cidadãos em geral tomassem conhecimento da possibilidade real que tinham de influenciar nas decisões que seriam tomadas em Copenhague.



A BUSCA POR UMA REDE DE
RELACIONAMENTOS COM ÓRGÃOS
INTERNACIONAIS, VEIO DA CONVICÇÃO
DE QUE OS MODELOS DE CONSUMO E DE
PRODUÇÃO TENDEM A SER GLOBAIS, O QUE
LEVA À NECESSIDADE DE SOLUÇÕES GLOBAIS

SURVIVAL ACADEMY – DIÁLOGO INTERNACIONAL COM MARGARET WHEATLEY

Com o objetivo de estimular o debate descentralizado e focado na ação das pessoas (e não de governos) em termos do que é possível fazer para combater as mudanças climáticas, o movimento Survival Academy organizou uma série de eventos complementares à COP15, todos executados em rede. Em agosto de 2009, uma parceria entre a Reos Partners e o Instituto Akatu juntou São Paulo a mais três cidades no mundo (Berlim, Copenhague e Johannesburgo) para um evento global que serviu como preparação para o Survival Academy. O evento promoveu a conversa simultânea, por vídeo-conferência, das quatro cidades com Margaret [Meg] Wheatley, autora de obras como “Liderança e a nova ciência” e “Um caminho mais simples”.


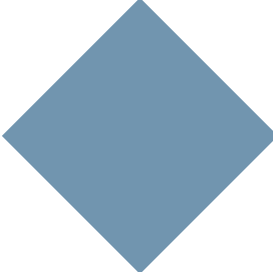


FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL

O Fórum Econômico Mundial é uma organização apartidária e sem fins lucrativos, que busca, segundo sua própria definição, a melhoria do estado do Mundo. O Fórum promoveu diversos eventos durante o ano, e o Instituto Akatu foi convidado para participar nas seguintes ocasiões, que estão detalhadas na próxima(s) página(s).



Articulação Institucional



O AKATU, REPRESENTADO PELO SEU DIRETOR PRESIDENTE, HELIO MATTAR, SE FEZ PRESENTE EM DIVERSOS EVENTOS INTERNACIONAIS, ONDE APRESENTOU SUA ABORDAGEM SOBRE O CONSUMO CONSCIENTE E SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

REUNIÃO REGIONAL DA AMÉRICA LATINA – RIO DE JANEIRO

Realizada no Rio de Janeiro entre 14 e 16 de abril, a reunião Latino-americana do Fórum Econômico Mundial promoveu, em parceria com o Akatu, uma oficina sobre Sustainability as a Growth Engine: Engaging Consumers, que contou com a participação de 60 organizações, em sua maioria empresas. O objetivo da oficina foi o de construir caminhos para que as empresas envolvam os consumidores de formas inovadoras e tangíveis na promoção da sustentabilidade.

Esta oficina integra uma iniciativa global mais ampla do Fórum Econômico Mundial, chamada Sustainability for Tomorrow's Consumer, de cujo Conselho Consultivo o Akatu, por meio de seu diretor-presidente, Helio Mattar, faz parte.

DRIVING SUSTAINABLE CONSUMPTION PROJECT

A partir da reunião de Davos de 2009 e dentro da iniciativa chamada Sustainability for Tomorrow's Consumer, o Fórum Econômico Mundial iniciou uma discussão sobre como ampliar o consumo sustentável no mundo, visando influenciar os CEOs participantes do Fórum. Esta discussão gerou o Driving Sustainable Consumption Project, com o objetivo de mudar a visão dos CEOs presentes nas reuniões futuras do Fórum.

Para tanto, foram criados grupos de trabalho com especialistas de todo o mundo a fim de gerar documentos de referência. Um destes grupos de trabalho foi chamado Consumer Engagement e contou com a participação do diretor-presidente do Instituto Akatu, Helio Mattar.



SUMMIT ON THE GLOBAL AGENDA – DUBAI

Pelo segundo ano consecutivo, o Fórum Econômico Mundial e o Governo do Dubai sediaram o Summit on the Global Agenda (Cúpula para uma Agenda Global) entre os dias 20 e 22 de novembro. O evento reuniu mais de 700 membros do Fórum, de mais de 90 países e envolveu mais de 70 conselhos para discutir algumas das questões urgentes na proposição de um novo modelo para o mundo pós-crise.

Participam destes conselhos ganhadores de prêmio Nobel, líderes empresariais, acadêmicos, membros da sociedade civil e de organizações internacionais. Ao todo são 76 conselhos. Helio Mattar participou deste encontro, tendo sido convidado para integrar o conselho da Agenda Global sobre Consumo Sustentável.

SCHWAB FOUNDATION FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP – SUÍÇA

O Instituto Akatu participou da última reunião promovida pela Fundação Schwab, durante a Reunião Regional da América Latina do Fórum Econômico Mundial no Rio de Janeiro, no dia 14 de abril.

A Fundação Schwab tem por missão oferecer uma plataforma única em nível nacional, regional e global para as principais inovações sociais que destacam o empreendedorismo social como elemento-chave para resolver os problemas sociais e ecológicos de forma inovadora, sustentável e eficaz.

Helio Mattar, Diretor-Presidente do Akatu é membro da rede de Empreendedores Sociais da Fundação Schwab desde 2002, tendo mandato para participação até 2013.



Articulação Institucional


PROCESSO DE MARRAKECH

O Instituto Akatu participou ativamente desde o início de 2009 de uma iniciativa inovadora do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma) para promover o debate e a formulação de estratégias nacionais, regionais e globais de promoção da produção e do consumo sustentável, o chamado Processo de Marrakech.

No âmbito do processo de Marrakech, ocorreu, entre os dias 16 e 18 de setembro, o Encontro Regional Latino-americano de Produção e Consumo Sustentável, em Cartagena, na Colômbia. Este encontro fez parte do processo preparatório regional para o próximo período de sessões da Comissão de Desenvolvimento Sustentável da ONU (2010/2011).

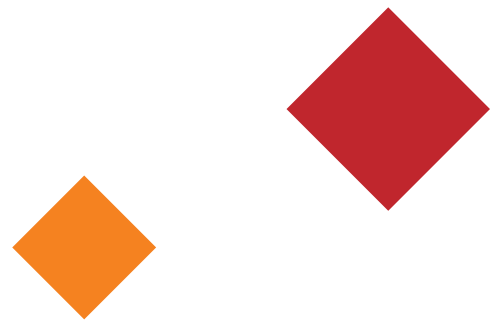
Governos e organizações do mundo todo se propuseram a trabalhar e discutir os temas da produção e consumo sustentável, seja por meio de grupos chamados forças-tarefa, seja por meio de iniciativas nacionais, consolidadas regional e globalmente.

Uma das forças-tarefa é a de Estilos Sustentáveis de Vida, que desenvolveu, no mundo todo, uma pesquisa global sobre a relação entre os estilos de vida de jovens de 18 a 35 anos e a sustentabilidade. O Instituto Akatu foi considerado pelo Pnuma uma referência no Brasil no trabalho pelo consumo consciente, tendo sido convidado para ser o coordenador da aplicação da Pesquisa no Brasil, chamada de Estilos Sustentáveis de Vida – Resultados de uma pesquisa com jovens brasileiros (*ver detalhes no capítulo 9 – Pesquisas e Métricas*). O Akatu foi convidado também a participar da revisão do relatório cross-cultural da Pesquisa Global.



PLANO NACIONAL DE PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEL (PPCS – MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE)

Dentro do processo de Marrakech, cada governo participante se comprometeu a desenvolver um Plano Nacional de Produção e Consumo Sustentável. O Ministério do Meio Ambiente criou o Plano Brasileiro em 2008, e, em 2009, retomou o seu processo de discussão e atualização, com o apoio dos Institutos Akatu e Ethos.



INTERNAMENTE, O AKATU DEU CONTINUIDADE E APROFUNDOU SEUS PROJETOS DE DISSEMINAÇÃO DO CONSUMO CONSCIENTE, AMPLIANDO OS CAMPOS DE DISCUSSÕES SOBRE OS IMPACTOS DO CONSUMO PARA ORGANIZAÇÕES, ESCOLAS E MÍDIA

PROJETO YOUTHXCHANGE

A Unesco, braço da ONU para Educação, Ciência e Cultura, desenvolveu, em diferentes línguas, um manual de educação para o consumo sustentável voltado a ajudar os formadores educacionais a compreender e comunicar os modos sustentáveis de vida. O programa é chamado YouthxChange. O Akatu foi convidado, no final de 2009, a adaptar o manual para uma versão brasileira, incorporando as pedagogias e conceitos sobre consumo consciente desenvolvidos pelo próprio Instituto. A versão final deve ser concluída durante o primeiro semestre de 2010.

BUSINESS FOR THE ENVIRONMENT – GLOBAL SUMMIT

O Akatu foi convidado a participar da Cúpula Global de Negócios pelo Meio Ambiente, que aconteceu em Paris, em abril. O encontro, também chamado B4E 2009, foi promovido pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma) e é uma das mais importantes conferências internacionais sobre as ações das empresas em favor do meio ambiente.

STATE OF THE WORLD FORUM – BELO HORIZONTE

Em setembro, o Brasil sediou, em Belo Horizonte, o seminário Iniciativa Global para 2020. Helio Mattar, diretor-presidente do Akatu, apresentou propostas mensuráveis para mudanças de comportamentos individuais, que voltam a ser consideradas na campanha nacional desenvolvida pela TV Globo.

Esta iniciativa insere-se dentro dos trabalhos do State of the World Forum (Swof), fundado pelo ex-presidente soviético Mikhail Gorbachev em 1995, e que tem por objetivo ser uma rede de lideranças internacionais para refletir e criar soluções para os principais desafios globais, dentre eles o aquecimento global.

O Swof planeja antecipar para 2020 a meta de redução de 80% de emissões de carbono na atmosfera, prevista anteriormente para 2050. Para isso, está trabalhando com empresas, governos, ONGs e entidades civis. Paralelamente, o Fórum está trabalhando pelo fortalecimento do papel do Brasil na liderança mundial em relação a estes desafios.

Articulação Institucional

FÓRUM AMAZÔNIA SUSTENTÁVEL, CONEXÕES SUSTENTÁVEIS E COMITÊ DE ACOMPANHAMENTO DOS PACTOS EMPRESARIAIS (CARNE, SOJA, MADEIRA E TRABALHO ÉSCRAVO)



O Akatu segue participando do Comitê de Acompanhamento dos Pactos Empresariais na qualidade de signatário dos Pactos Conexões Sustentáveis: São Paulo – Amazônia.

O Comitê realizou sua 1ª Plenária no primeiro semestre de 2009, reunindo mais de 40 signatários. A reunião aprovou documentos importantes que definem o funcionamento do Comitê, assim como o cronograma de atividades para 2009.

Criado em 2007, o Fórum Amazônia Sustentável (FAS) tem a missão de mobilizar lideranças de diversos segmentos sociais para promover o diálogo, cooperação e articulação, visando uma Amazônia justa e sustentável.

O Akatu aderiu ao Fórum em junho de 2008 e desde então vem participando de suas atividades e integrando o seu Conselho de Ética, com mandato válido para os anos de 2009 e 2010.

PACTO NACIONAL PELA ERRADICAÇÃO DO TRABALHO ÉSCRAVO

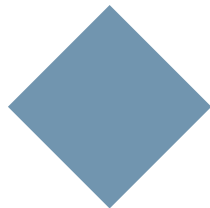
O Akatu assinou, em 2005, o Pacto Nacional Pela Erradicação do Trabalho Escravo, comprometendo-se, deste modo, a contribuir para eliminar o trabalho escravo, além de auxiliar na inclusão no mercado de trabalho de pessoas resgatadas de condições degradantes de trabalho.

Desde então, o Akatu vem divulgando notícias sobre o tema e acompanhando a lista suja das empresas e propriedades rurais em que a fiscalização encontrou trabalho escravo.

FÓRUM DO VAREJO E CONSUMO SUSTENTÁVEL DO CENTRO DE EXCELÊNCIA EM VAREJO DA FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (GV-CEV)

O Fórum constitui um espaço público de debate sobre as práticas do setor varejista em sustentabilidade. Seu objetivo é o aprimoramento e a disseminação de práticas mais sustentáveis no desenvolvimento de produtos, distribuição, comercialização e consumo pelas empresas varejistas.

O Akatu é parceiro do Fórum e participa ativamente de suas reuniões e atividades.



DIA MUNDIAL SEM CARRO



Akatu participa do “Vaga Viva”: manifestação virou tradição no Dia Mundial Sem Carro

Em 22 de setembro, comemora-se o Dia Mundial sem Carro. Em São Paulo, o Instituto Akatu, a Secretaria do Verde e do Meio Ambiente, a Prefeitura de São Paulo e o Movimento Nossa São Paulo juntaram esforços para estimular as pessoas a deixar seus carros em casa, divulgando e fortalecendo a data.

Por meio de diversas iniciativas de intervenção urbana, procurou-se chamar a atenção dos consumidores para os impactos do consumo individual e excessivo de carros nas grandes cidades, especialmente no que se refere à emissão de gases de efeito estufa.

Nesse período, o Instituto Akatu produziu uma cartilha com informações e dicas para o Uso Consciente do Transporte. A cartilha está disponível no site do Akatu: www.akatu.org.br.

11ª CONFERÊNCIA INTERNACIONAL – EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL DO INSTITUTO ETHOS 2009

Como parceiro apoiador, o Instituto Akatu participou da 11ª Conferência Internacional - Empresas e Responsabilidade Social do Instituto Ethos, organizada em São Paulo entre os dias 15 e 18 de junho. O Akatu integrou o Comitê Curador da Mostra de Tecnologias Sustentáveis e realizou, durante o evento, a oficina A transformação do consumidor para uma Nova Economia Global. Participaram dessa atividade mais de cem representantes de empresas e instituições nacionais e internacionais, que discutiram tendências do consumidor levantadas pelo Akatu em um trabalho de desk research. A partir das discussões dos participantes, foram sugeridas diversas ações por parte das empresas, visando aproveitar as oportunidades e enfrentar as ameaças derivadas das novas tendências de comportamento do consumidor.

REUNIÃO DE TRABALHO DA DESPERTAR AL CONSUMO CONSCIENTE

No mês de maio, foi dado mais um passo na expansão internacional do movimento do Consumo Consciente. O Instituto Akatu apoiou o Despertar Al Consumo Consciente, um grupo de diversas organizações empresariais e não-governamentais que pretende formar a Rede Argentina pelo Consumo Consciente, em Mendonza, na Argentina.

Esta atividade foi custeada por recursos aportados pela Fundação Avina.

Eventos e Palestras

EVENTOS E FÓRUNS

Os eventos mencionados abaixo tiveram participação direta do Akatu:

Café com Presidentes



Helio Mattar discursa durante abertura do “Café com Presidentes”;



Representantes de empresas parceiras do Akatu no evento “Café com Presidentes

Em dezembro de 2009, o Instituto Akatu organizou o evento “Café com Presidentes: O consumidor mais consciente - oportunidades e ameaças para os negócios e as ações pioneiras das empresas”. O evento teve como objetivo estimular as empresas a adotar conceitos e práticas de consumo consciente em suas estratégias de negócio.

Estiveram presentes cerca de 200 pessoas entre presidentes, vice-presidentes e diretores de empresas parceiras, associadas e potenciais apoiadores do Akatu.

AO LONGO DE 2009, O AKATU PROFERIU MAIS DE 50 PALESTRAS PARA UM PÚBLICO ESTIMADO EM 12 MIL PESSOAS



Dossiê Universo Jovem MTV – Consumo Consciente e o Jovem Brasileiro Hoje

A partir do estudo Dossiê Universo Jovem MTV, o Akatu organizou, em setembro de 2009, um debate para discutir a necessidade de inclusão dos jovens nos debates e decisões sobre o futuro do planeta.

Estiveram presentes ao evento cerca de 60 pessoas, entre parceiros, associados, potenciais parceiros, organizações e fóruns.

Este evento resultou em importante debate sobre a relação entre o jovem de hoje e o consumo consciente, gerando linhas orientadoras para o trabalho do Akatu e das organizações presentes com este público. Durante o evento, foi apresentado o vídeo-documentário desenvolvido pela MTV.

Lançamento da Pesquisa Práticas e Perspectivas da Responsabilidade Social Empresarial no Brasil 2008

Em julho de 2009, o Akatu apresentou a pesquisa Práticas e Perspectivas da Responsabilidade Social Empresarial no Brasil, patrocinada pela Fundação Kellogg e pelo Instituto Ethos, e realizada pelo Ibope Inteligência em 2008 (ver detalhes no capítulo 9. Pesquisas e Métricas).

Estiveram presentes cerca de cem pessoas, em sua maioria de empresas e organizações envolvidas com o tema da sustentabilidade e preocupadas em aprimorar suas práticas de responsabilidade social empresarial.

Dois meses depois, com o objetivo de aprofundar os resultados apresentados pela pesquisa Práticas e Perspectivas de Responsabilidade Social Empresarial no Brasil – 2008, o Instituto Akatu organizou uma oficina para discutir o assunto, desta vez, com enfoque no Consumo Consciente. Participaram do evento mais de 30 representantes das empresas parceiras, associadas e apoiadoras do Akatu.

Esta atividade foi custeada por recursos aportados pela Fecomercio e pelo Instituto Ethos.



Eventos e Palestras



PALESTRAS

Em 2009, foram realizadas 55 palestras sobre consumo consciente e sustentabilidade, alcançando um público de quase 12 mil pessoas.

T&A PRÉ-FABRICADOS, Fortaleza, 17/12/2009

Palestrante: Júlio Lêdo de Mello

Evento: Palestras Consumo Consciente Plástico

Tema da palestra: Consumo Consciente Sacolas Plásticas (Saco é um Saco)

Público: Aproximadamente 180 funcionários de todos os escalões.

T&A PRÉ-FABRICADOS, Recife, 07/12/2009

Palestrante: Júlio Lêdo de Mello

Evento (período da tarde): Palestras Consumo Consciente Plástico

Tema da palestra: Consumo Consciente Sacolas Plásticas (Saco é um Saco)

Público: Aproximadamente 200 funcionários de todos os escalões.

T&A PRÉ-FABRICADOS, Recife, 07/12/2009

Palestrante: Júlio Lêdo de Mello

Evento (período da manhã): Palestras Consumo Consciente Plástico

Tema da palestra: Consumo Consciente Sacolas Plásticas (Saco é um Saco)

Público: Aproximadamente 200 funcionários de todos os escalões.

Santa Clara Indústria e Comercio de Alimentos S/A, São Paulo, 04/12/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Encontro Anual de Lideranças – Importância de um Código de Ética

Tema da palestra: Código de Ética

Público: Aproximadamente 300 pessoas, entre lideranças do Grupo Santa Clara (Presidente, Diretoria, Acionistas, Gerentes, Coordenadores, Supervisores).

T&A PRÉ-FABRICADOS, Salvador, 02/12/2009

Palestrante: Júlio Lêdo de Mello

Evento: Palestras Consumo Consciente Plástico

Tema da palestra: Consumo Consciente Sacolas Plásticas (Saco é um Saco)

Público: Aproximadamente 220 funcionários de todos os escalões.

Grupo Santander Brasil (Banco Real), Porto Alegre, 01/12/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Diálogos de Sustentabilidade

Tema da palestra: Consumo Consciente: Como as empresas tem se posicionado diante do surgimento de um novo perfil de consumidor?

Público: Aproximadamente 200 pessoas interessadas no tema e que se inscreveram no portal do Santander Real.



Gerdau, São Paulo, 16/11/2009

Palestrante 02: Ricardo Oliani

Evento 02: Sipat 2009

Tema da palestra: Consumo Consciente no Trabalho e fora dele

Público: Aproximadamente 175 pessoas, das áreas administrativas e operacionais.

Gerdau, São Paulo, 16/11/2009

Palestrante: Ricardo Oliani

Evento 01: Sipat 2009

Tema da palestra: Consumo Consciente no Trabalho e fora dele

Público: Aproximadamente 175 pessoas, das áreas administrativas e operacionais.

CPM Braxis e ONG Parceiros da Educação, São Paulo, 07/11/2009

Palestrante: Ricardo Oliani

Evento: Fazer Valer 3

Tema da palestra: Consumo Consciente

Público: Aproximadamente 2 mil pessoas da comunidade que vive ao redor da escola.

Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial e Nós Podemos Paraná, Curitiba, 28/10/2009

Palestrante: Fabiane Bessa

Evento: 2º Congresso Nós Podemos Paraná

Tema da palestra: O que nós Cidadãos e Cidadãs podemos fazer em relação ao Consumo?

Público: Aproximadamente 250 adolescentes.

Associação Brasileira de Franchising / Associação Franquia Solidária, São Paulo, 14/10/2009

Palestrante: Heloisa Mello

Evento: Simpósio ABF-AFRAS de RSE do Sistema de Franquias

Tema da palestra: Pesquisa Akatu sobre Opinião do Consumidor - Descobrimos o Consumidor Consciente – Uma nova visão da realidade brasileira.

Público: Aproximadamente 80 pessoas, empresários e executivos do setor, franqueadores, franqueados e fornecedores do sistema de franquias.

Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha (AHK) e Centro de Competência Mercosul para Responsabilidade Social Empresarial, São Paulo, 30/09/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: 4º Congresso Mercosul de Sustentabilidade

Tema da palestra: “A nova economia global” Painel: “Novos panoramas da sustentabilidade”

Público: Aproximadamente, 150 participantes, representantes de associações, empresas privadas, públicas e do terceiro setor, atuando na área de responsabilidade socioambiental.

HP Brasil, São Bernardo do Campo – SP, 25/09/2009

Palestrante: Ricardo Oliani

Evento: Sipat – EDS

Tema da palestra: Consumo Consciente

Público: Aproximadamente 30 funcionários HP-EDS.

Eventos e Palestras

Hospital Samaritano, São Paulo, 23/09/2009

Palestrante: Ricardo Oliani

Evento: Sipat

Tema da palestra: Consumo Consciente Coleta Seletiva / Meio Ambiente

Público: Aproximadamente 80 pessoas, enfermeiros e administradores.

Núcleo de Educação Ambiental – Fibria, Caçapava Velha – SP, 22/09/2009

Palestrante: Ricardo Oliani

Evento: Ciclo de Palestras sobre Consumo Consciente com funcionários Fibria

Tema da palestra: Consumo Consciente

Público: Aproximadamente 50 pessoas, funcionários das áreas administrativa, técnica e operacional de campo.

Coletivo de Mobilização para o Dia Mundial Sem Carro, São Paulo, 21/09/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Seminário “O Impacto da Poluição na Saúde Pública”

Tema da palestra: Responsabilidade e Soluções – O impacto da poluição na saúde pública

Público: Aproximadamente 260 pessoas, sendo público geral.

Gerdau, Recife, 14/09/2009

Palestrante: Júlio Lêdo de Mello

Evento: Sipat – Palestra Consumo Consciente

Tema da palestra: Sustentabilidade

– Consumo Consciente/ Economia Doméstica

Público: Aproximadamente 80 pessoas da área operacional, além de gestores, gerentes e facilitadores.

Unimed Brasil, Florianópolis, 03/09/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: 6ª Seminário Nacional de Responsabilidade Social Unimed

Tema da palestra: Plenária: Como desenvolver valores e práticas sustentáveis

Público: Aproximadamente 350 pessoas, sendo executivos e profissionais de Responsabilidade Social do Sistema Unimed, bem como público de relacionamento (clientes e fornecedores convidados) da Unimed Florianópolis.

Bunge, São Paulo, 31/08/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Fórum Produção Sustentável de Alimentos

Tema da palestra: Consumo Responsável de Alimentos

Público: Aproximadamente 600 produtores do agronegócio de todo o país, dirigentes de grandes empresas e entidades dos segmentos de agronegócio e de alimentos, parlamentares, imprensa e entidades de terceiro setor.

CPFL Energia e Aberje, Campinas, 28/08/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Café Aberje

Tema da palestra: O papel das empresas na comunicação da sustentabilidade

Público: Aproximadamente cem pessoas.

Público formado por comunicadores de empresas e agências, professores, pesquisadores e estudantes universitários de cursos de comunicação.

Avina e Federação as Indústrias do Estado do Mato Grosso, Mato Grosso, 27/08/2009

Palestrante: Ricardo Vacaro

Evento: Empresas & Comunidades 2009 Cuiabá

Tema da palestra: Oportunidades e Desafios em busca da Sustentabilidade Social e Econômica

Público: Aproximadamente 200 pessoas. Público formado por empresários, executivos, professores, estudantes e diretores de ONGs.

Eli Lilly do Brasil, São Paulo, 14/08/2009

Palestrante: Ricardo Oliani

Evento: Sipat – Semana Interna de Prevenção de Acidentes

Tema da palestra: Consumo Consciente

Público: Aproximadamente 50 pessoas entre presidentes, gerente e diretores.

Kraft Foods Brasil, Curitiba, 07/08/2009

Palestrante: Heloisa Mello

Evento: Desenvolvendo Sustentabilidade

Tema da palestra: Consumo Consciente

Público: Aproximadamente 50 pessoas entre presidentes, gerente e diretores.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, Uberlândia, 04/08/2009

Palestrante: Ricardo Oliani

Evento: 4º Encontro Programa Rede Empresarial

Tema da palestra: Consumo Consciente no Panorama Empresarial

Público: Aproximadamente 30 pessoas de empresas associadas ao Ethos, e organizações não governamentais.

Walmart, EUA, 16/07/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Sustainability Milestone Meeting

Tema da palestra: Estamos indo na direção certa em sustentabilidade e RSE?

Público: Funcionários da Rede Walmart global (a palestra foi transmitida para todas as filiais WM do mundo).

Campari do Brasil, São Paulo, 13/07/2009

Palestrante: Ricardo Oliani

Evento: Destilaria de Ideias

Tema da palestra: Consumo Consciente

Público: Aproximadamente dez pessoas, funcionários de diferentes setores.

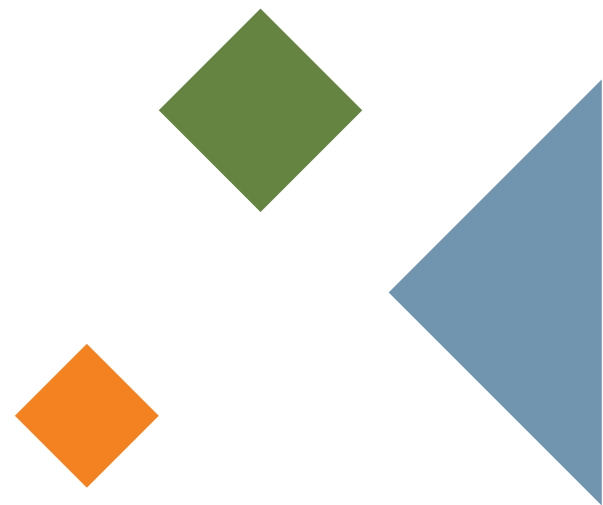
GOL Linhas Aéreas, São Paulo, 30/06/2009

Palestrante: Frineia Rezende

Evento: Campanha interna de sustentabilidade “Amigos do Mundo”

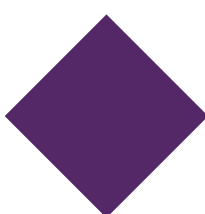

Tema da palestra: Consumo Consciente

Público: Aproximadamente 200 pessoas: colaboradores do call center, administrativo e manutenção.





Eventos e Palestras



Isma-BR (International Stress Management Association no Brasil) – São Paulo, 25/06/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: 9º Congresso de Stress da Isma-BR e 11º Fórum Internacional de Qualidade de Vida no Trabalho

Tema da palestra: Consumo Consciente, Sustentabilidade e Qualidade de Vida

Público: Aproximadamente 600 congressistas: administradores, empresários, dirigentes e gestores de RH, engenheiros e técnicos de segurança, professores, universitários e profissionais da área da saúde.

Walmart – São Paulo, 23/06/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Pacto pela Sustentabilidade – Walmart Brasil – Construindo as Cadeias Produtivas do Futuro

Tema da palestra: Sustentabilidade na Cadeia Produtiva

Público: Aproximadamente mil pessoas entre executivos de empresas da cadeia de fornecedores do Walmart e parceiros.

Celesc Distribuição S.A

– Florianópolis, 05/06/2009

Palestrante: Carlos Gaspar

Evento: Comemoração do Dia Mundial do Meio Ambiente

Tema da palestra: Consumo Sustentável Corporativo e Pessoal

Público: Aproximadamente 250 pessoas: diretores, empregados, engenheiros, administradores, eletricitas, assistentes administrativos, convidados (autoridades, representantes do Ministério Público, órgãos licenciadores, dirigentes de empresas públicas etc.). A palestra foi transmitida para as 16 Agências Regionais da Celesc Distribuição S.A. em Santa Catarina.

Votorantim Cimentos – São Paulo, 04/06/2009

Palestrante: Ricardo Oliani

Evento: Semana do Meio Ambiente

Tema da palestra: Consumo Consciente: como diminuir sua emissão de CO2?

Público: Aproximadamente mil pessoas das áreas corporativas e fabris.

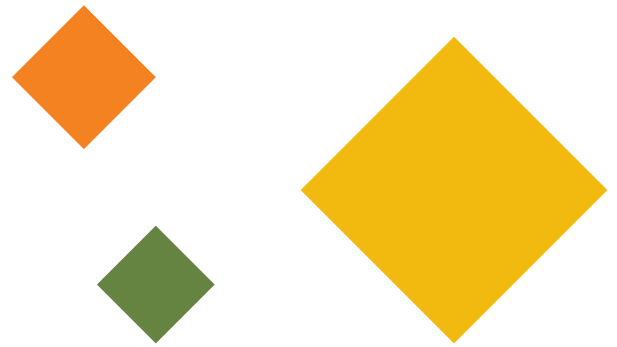
Fundação Itaú Social – São Paulo, 03/06/2009

Palestrante: Érika Fischer

Evento: Capacitação para o Consumo Consciente e o poder transformador do Consumidor – Teia de Impactos do Consumo

Tema da palestra: Consumo Consciente

Público: 17 pessoas.



**Federação Brasileira dos Administradores
Hospitalares – São Paulo, 03/06/2009**

Palestrante: Helio Mattar

Evento: 1ª Jornada de Sustentabilidade na Saúde

Tema da palestra: Consumo Consciente

Público: Aproximadamente 180 pessoas:
médicos e administradores hospitalares.

Sator Eventos – São Paulo, 02/06/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Unomarketing – Comunicação Consciente

Tema da palestra: Reputação, valor e percepção
do público: impacto e resultados efetivos do
conteúdo consciente

Público: Aproximadamente 500 pessoas.

Livraria Cultura – São Paulo, 01/06/2009

Palestrante: Raquel Diniz

Evento: 2ª Semana do Meio Ambiente
e Sustentabilidade

Tema da palestra: Consumo Consciente
nas grandes Regiões Metropolitanas

Público: Aproximadamente cem pessoas.

Grupo Santander – São Paulo, 01/06/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Evento exclusivo com Peter Senge
e Encontros de Sustentabilidade do
Espaço Real de Práticas em Sustentabilidade

Tema da palestra: Liderança para Sustentabilidade

Público: Aproximadamente 600 pessoas: CEOs de
empresas clientes e fornecedoras do Grupo
Santander Brasil, além de internautas.

Universidad de Mendoza – Argentina, 29/05/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Palestra de Sensibilização
para o Consumo Consciente

Tema da palestra: Sensibilização pelo Consumo
Consciente e Apresentação do Instituto Akatu

Público: Aproximadamente 150 pessoas de
organizações que compõem a Rede Despertar
Al Consumo Consciente.

FGV – São Paulo, 28/05/2009

Palestrante: Heloisa Mello

Evento: 8ª Reunião de Trabalho do Fórum
de Varejo e Consumo Sustentável

Tema da palestra: Campanha: 1/3 De Tudo
o Que Você Compra Vai Direto Para o Lixo

Público: Aproximadamente 50 pessoas, composto
principalmente de empresários varejistas e
representantes de entidades varejistas.

**Avina – Rede Buenos Aires – Casa Natura
– Buenos Aires, 28/05/2009**

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Grupo de Discussão sobre Consumo
formado pela Avina

Tema da palestra: Como o Instituto Akatu
trabalha o Consumo Consciente

Público: Aproximadamente 15 pessoas,
de diversas organizações, e membros
do Grupo de Discussão sobre Consumo
formado pela Avina em Buenos Aires.



Eventos e Palestras

PUC – São Paulo, 27/05/2009

Palestrante: Ludmila Frateschi

Evento: Falando do Terceiro Setor

Tema da palestra: O Papel do Instituto Akatu na Sociedade

Público: Aproximadamente 60 pessoas: alunos do último ano do curso de administração.

Demarest & Almeida Advogados

– São Paulo, 27/05/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Sensibilização e Conscientização

Tema da palestra: Consumo Consciente

Público: Aproximadamente 100 pessoas.

Núcleo e Agência Ambiental da Faculdade de Saúde Universidade Metodista de SP

– São Paulo, 25/05/2009

Palestrante: Raquel Diniz

Evento: Colóquios Ambientais

Tema da palestra: Consumo Consciente Sustentabilidade

Público: Aproximadamente 80 pessoas: estudantes dos cursos de Ciências Biológicas, Tecnologia em Gestão Ambiental, Veterinária e outros.

HP – São Paulo, 06/05/2009

Palestrante: Raquel Diniz

Evento: Sustentabilidade Ambiental

Tema da palestra: Sustentabilidade Ambiental

Público: Aproximadamente 40 pessoas.



B4E Business for the Environment Global

Summit 2009 – Paris, 22/04/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Palestra CCI

Tema da palestra: Painel “Mudando pensamento e mudando comportamento: os avanços dos consumidores em temas ambientais”

Público: CEOs e executivos de empresas globais, líderes de governo, de agências internacionais e de ONGs.

CCI – Câmara de Comércio Internacional

– Rio de Janeiro, 13/04/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Palestra CCI

Tema da palestra: Sustentabilidade Empresarial e Consumo Consciente

Público: Aproximadamente cem representantes de empresas parceiras do WEF.

Banco Bradesco – São Paulo, 09/04/2009

Palestrante: Raquel Diniz

Evento: Programa de Gestão de Ecoeficiência

Tema da palestra: Consumo Consciente e Responsabilidade Socioambiental Empresarial

Público: Aproximadamente 120 pessoas, facilitadores de comunicação.

Banco Real Grupo Santander

– São Paulo, 06/04/2009

Palestrante: Ricardo Oliani

Evento: Programa da Capacitação para pessoas com Deficiência

Tema: Consumo Consciente

Público: Aproximadamente 1.270 pessoas, facilitadores de comunicação.

Fundação Telefônica

– São Paulo, 19/03/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Capacitação de Voluntários Telefônica

Tema: Consumo Consciente

Público: Aproximadamente 200 funcionários das várias áreas do Grupo.

Banco Itaú – São Paulo, 19/03/2009

Palestrante: Raquel Diniz

Evento: Semana do Consumidor Consciente

Tema: Consumo Consciente

Público: Aproximadamente 200 funcionários de vários setores do Banco.

Banco Itaú – São Paulo, 18/03/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Semana do Consumidor Consciente

Tema: Consumo Consciente

Público: Aproximadamente 200 funcionários de vários setores do Banco.

Planeta Sustentável e McKinsey & Co.

– São Paulo, 12/03/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: O Brasil num mundo de baixo carbono

Tema: Indústria

Público: Aproximadamente 180 pessoas: CEOs, presidentes de empresas, ONGs e mídia especializada.

Walmart – São Paulo, 10/03/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Tendências e Resultados Práticos da Gestão Sustentável

Tema: Sustentabilidade como diferencial competitivo estável na estratégia da empresa

Público: Aproximadamente 45 pessoas, diretores do Walmart Brasil das áreas comercial, finanças, marketing e assuntos corporativos.

Instituto Ressoar de Responsabilidade Social da Rede Record – São Paulo, 09/03/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Boca Livre

Tema: Consumo Consciente

Público: Aproximadamente 50 funcionários da empresa.

Instituto EDP Energias do Brasil – São Paulo, 30/01/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Boca Livre

Tema: Consumo Consciente

Público: Aproximadamente 140 pessoas.

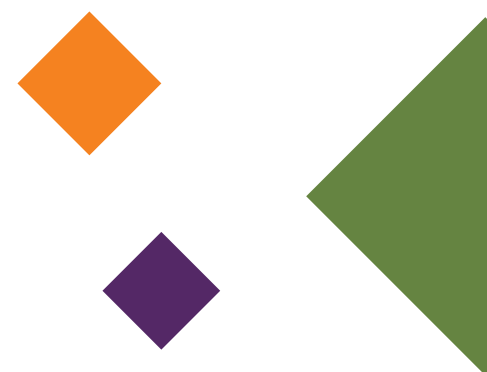
Motion Picture Associate – São Paulo, 07/01/2009

Palestrante: Helio Mattar

Evento: Estudo sobre Pirataria

Tema: A Pirataria e o Consumo Consciente

Público: 23 pessoas.



10

Novas Parcerias

Oito novas parcerias foram concretizadas ao longo de 2009: BrasilPrev, parceiro mantenedor; Brancozulu e Deloitte, parceiros institucionais; Grupo CAIXA SEGUROS e Fibria, associados beneméritos, e Sistema Ambiental, McDonald's e T&A Pré Fabricados como associados prata.

O Akatu contava, ao final de 2009, com o apoio de mais de 60 empresas parceiras e associados, o que permite levar sua mensagem do Consumo Consciente e Sustentabilidade para a um número crescente de consumidores.

EQUIPE AKATU

Diretoria

Helio Mattar

Diretor Presidente

Ricardo Vacaro

Diretor Adjunto

Thomas Lanz

Diretor Adjunto

Conselho Deliberativo

Anamaria Cristina Schindler

Celina Borges Torrealba Carpi

(Presidente do Conselho)

Helio Mattar

Luiz Ernesto Gemignani

Oded Grajew

Ricardo Cavaliere Guimarães

Ricardo Vacaro

Ricardo Young Silva

Sérgio Ephim Mindlin

Sidnei Basile

Conselho Consultivo

André Trigueiro

Antonio Jacinto Matias

Carlos Rocha Ribeiro da Silva

Celina Borges Torrealba Carpi

Daniela Nascimento Fainberg

Eduardo Bom Angelo

Eduardo Ribeiro Capobianco

Eduardo Schubert

Elcio Anibal de Lucca

Fabio Feldmann

Geraldo Carbone

João Paulo Ribeiro Capobianco

José Eduardo Nepomuceno Martins

Juscelino Fernandes Martins

Lúcia Maria Araújo

Maria Alice Setubal

Paulo Anis Lima

Ricardo Rodrigues de Carvalho

Thais Corral

Conselho Fiscal

Eduardo Schubert

Elcio Anibal de Lucca

Guilherme Amorim Campos da Silva

Assistência da Presidência

Mari Liz Loureiro

Gerência de Operações

Heloisa Torres de Mello

Mariana Chammas

Gerência de Administração Financeira e de Recursos Humanos

Mirna Folco

Priscila Zuchi Kelency

Renata Mendes

Olavo Gruber

Gerência de Comunicação e Conteúdo

Eliana Arndt

Fátima Cardoso

Naná Prado

Rogério Ferro

Gerência de Pesquisas e Métricas

Dorothy Roma Heimbecher

Rafael Cinoto

Coordenação de Relacionamento e Mobilização de Recursos

Ana Carolina Evangelista

Antonio Bara Bresolin

Dhenig Chagas

Diego Schultz

Ludmila Frateschi

Mariana Ugeda Sanchez de Brito

Coordenação de Projetos de Mobilização Comunitária

Camila Melo Brancalhão

Fabíola Gaigher

Mary Ellen Ferreira Santos

Raquel Diniz Ezequiel

Ricardo Oliani

Sheila Saraiva

Thaís Chaves Bortoni

Coordenação de Jogos e Dinâmicas

Ricardo Oliani

CRÉDITOS

Conteúdo

Equipe Akatu

Revisão

Diana Aranha

Projeto gráfico e diagramação

Yara Fernandes

Fotos

Acervo Akatu

Impressão

Gráfica IGUPE

SAIBA MAIS EM
WWW.AKATU.ORG.BR

