

ANALISE DO PLANO DE AÇÃO PARA PRODUÇÃO E DO CONSUMO SUSTENTÁVEL NO BRASIL

ACTION PLAN ANALYSIS FOR PRODUCTION AND SUSTAINABLE CONSUMPTION IN BRAZIL

Luan Carlos Santos Silva¹; Lindomar Subtil de Oliveira²; Júlio Henrique Ely Zibetti³; Renata Tilemann Facó⁴; Istefani Carísio de Paula⁵; Marcia Elisa Soares Echeveste⁶; Carla Schwengber ten Caten⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção – PPGE
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS – Porto Alegre/RS – Brasil
luancarlomkt@gmail.com; lindomar@utfpr.edu.br; zibetti.julio@gmail.com;
renata.tilemann@gmail.com; istefani@producao.ufrgs.br; echeveste@producao.ufrgs.br;
tencaten@producao.ufrgs.br

Resumo

O objetivo do trabalho consistiu em analisar o Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentável elaborado pelo governo federal e analisar o comportamento sustentável das “guardiães do amanhã”, da Universidade Internacional da Paz – UNIPAZ, através do instrumento de avaliação governamental para o consumo consciente. A metodologia na primeira etapa consistiu em construir um novo questionário adaptando-se o original do Instituto Akatu para aplicação junto aos consumidores. Esse novo instrumento foi elaborado a partir da plataforma tecnológica Google Drive e constituiu de 13 perguntas que inferiram sobre o consumo sustentável. Percebe-se que o governo no intuito de criar uma sociedade mais justa e responsável do ponto de vista do uso de bens naturais, cria instrumentos legais para execução de políticas voltadas ao consumo sustentável. Um dos grandes desafios enfrentados pelo Brasil hoje é integrar a sustentabilidade ambiental com o crescimento econômico e o bem-estar. O desafio é melhorar o desempenho ambiental global dos produtos ao longo do seu ciclo de vida, para impulsionar a procura de melhores produtos e tecnologias de produção e ajudar os consumidores a fazer escolhas informadas.

Palavras-chave: Produção, Consumo sustentável, Meio Ambiente.

Abstract

The objective was to evaluate the Action Plan for Production and Sustainable Consumption developed by the federal government and analyze the governmental evaluation tool for conscious consumption. The methodology in the first step was to build a new questionnaire

adapting the original Akatu for application to consumers. This new instrument was developed from the technology platform Google Drive and consisted of 13 questions that inferred on sustainable consumption. It is perceived that the government in order to create a more just and responsible society from the standpoint of the use of natural resources, creates legal instruments to implement policies aimed at sustainable consumption. A major challenge facing Brazil today is to integrate environmental sustainability with economic growth and welfare. The challenge is to improve the overall environmental performance of products throughout their life cycle, to drive demand for better products and production technologies and help consumers make informed choices.

Key-words: Production, sustainable consumption, Environment.

1. Introdução

O consumo sustentável tem em todos os setores e todas as nações, desde o indivíduo, até governos e conglomerados multinacionais. O mesmo exige uma abordagem multidisciplinar e multinacional. Os países desenvolvidos e as nações em desenvolvimento estão cada vez mais preocupados com este padrão de consumo (Silva et al 2012a; Silva et al 2013a; Silva et al 2013b).

O presente trabalho faz parte dos projetos propostos na disciplina de Tópicos Especiais em Desenvolvimento de Produtos do Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção da UFRGS.

O objetivo consistiu em analisar o plano de ação para produção e consumo sustentável (PPCS) elaborado pelo governo federal e analisar o comportamento sustentável das “guardiães do amanhã”, da Universidade Internacional da Paz – UNIPAZ, através do instrumento de avaliação governamental para o consumo consciente.

Salienta-se que apesar deste estudo não estar diretamente ligado ao Programa de governo de Porto Alegre (POA), considera-se que as informações auferidas na pesquisa de campo, mais experiência do grupo durante a visita técnica na unidade de triagem (UT), e cujos resultados serão apresentados no decorrer do trabalho, serviram de subsídio para apoiar a prefeitura em futuros projetos que visem trabalhar na questão da educação ambiental ou outros programas específicos, numa visão mais sistêmica e focada para a conscientização e comprometimento do consumidor. Nesse mesmo viés, buscou-se relacionar no trabalho os temas abordados com a concepção de cadeia e rede de valor.

Foi analisado o instrumento de pesquisa proposto pelo instituto Akatu, ponderando-se a relevância das questões e propondo-se um novo questionário para aplicar num determinado grupo amostral.

Fez-se também uma visita à UT (Campo da Tuca), a qual foi muito relevante e proporcionou informações para complementar a análise final do trabalho. Além disso, a última etapa consistiu em aplicar o questionário proposto, coletar os resultados e fazer a análise global por meio de ferramentas estatísticas.

2. Consumo Sustentável

A necessidade de encontrar compradores para o volume produzido pela indústria no final da Primeira Guerra Mundial desencadeou o desenvolvimento da cultura de consumo na sociedade (GONÇALVES-DIAS, et al., 2007). O ato de consumir é um processo que na maioria das vezes é realizado de maneira automática (AKATU, 2007) e está presente em todos os momentos da vida do ser humano (COSTA, et al., 2009). O esgotamento dos recursos naturais, entretanto, vem demonstrando a necessidade de que a sociedade de consumo atual redirecione seu foco para um caminho mais sustentável (SILVA, et al., 2012b).

Neste contexto, surge o conceito de consumo sustentável que defende uma forma de consumo de bens e serviços que possa atender às necessidades das gerações atuais, sem que pra isso seja necessário comprometer o atendimento das gerações futuras (COSTA, et al., 2009). Esta definição engloba uma nova perspectiva nas estratégias públicas na área de consumo, na produção das empresas das empresas e no comportamento dos indivíduos no mercado (PORTILHO, 2005). Para que o consumo sustentável seja alcançado é necessário que haja não apenas uma diminuição no consumo, deve-se também aprender a consumir de forma diferente e mais eficiente (JACKSON, 2004).

No processo de desenvolvimento do consumo sustentável o indivíduo assume o papel mais importante, pois é responsável por ter consciência no momento da compra. Realizar uma mudança no padrão de comportamento dos consumidores, entretanto, é muito difícil e pode ser um entrave para o aumento do consumo sustentável. Além disso, outro fator dificultante é a falta de informação dos consumidores sobre as consequências do seu padrão de consumo (HEISKANEN, et al., 1997).

As relações que devem ocorrer para que o consumo sustentável seja efetivado são complexas e, neste contexto, a relação produção-consumo apresenta-se como imprescindível (SILVA, et al., 2012b). Os consumidores só podem exercer sua consciência sustentável se

forem oferecidos produtos para isso, portanto, o relacionamento efetivo entre os atores tem fundamental importância para o aumento do consumo sustentável. Nesse contexto, percebe-se a importância da etapa de produção no desenvolvimento de um modelo que apresente viabilidade econômica, ao mesmo tempo em que é ambientalmente correto e socialmente justo.

3. Contextualização do Plano de ação para produção e consumo sustentável (PPCS)

O Plano de ação para produção e consumo sustentável enfatiza o papel do consumidor na demanda por produtos e serviços mais sustentáveis e na responsabilidade individual e coletiva dos cidadãos brasileiros (MMA, 2013).

O plano apresenta uma proposta para se atingir os objetivos de desenvolvimento sustentável, porém, alguns questionamentos devem ser feitos quanto ao método e a forma de como esse plano está sendo colocado em prática (o que será abordado na sequência dos tópicos), principalmente porque as ações podem estar direcionadas para aplicações mais amplas, e neste ponto sugerem-se ações mais pontuais no campo da educação ambiental ou projetos de governos locais, como por exemplo, programas de reciclagem nos municípios, Políticas locais de sustentabilidade, entre outras.

3.1 Objetivos propostos e estratégias definidas pelo governo

1) Fomentar, no Brasil, um vigoroso e contínuo processo de ampliação de ações alinhadas ao conceito PCS.

2) Integrar a iniciativa do PCS ao esforço de enfrentamento das mudanças climáticas e também a outras frente prioritárias para a sociedade brasileira, como o combate à pobreza, a distribuição equitativa dos benefícios do desenvolvimento, a conservação da biodiversidade e dos demais recursos naturais (MMA, 2013).

O objetivo específico desse plano de ação é fornecer as diretrizes básicas e eleger as prioridades para que um conjunto de ações articuladas entre si possam efetivar mudanças.

Na disseminação do conceito de produção e consumo sustentáveis do PPCS, as ações estratégicas para implantação são firmar parceria com atores institucionais de grande poder convocatório no território nacional, a fim de garantir a capilaridade dos conceitos do PPCS. Desenvolver e implementar uma estratégia de comunicação (incluindo pesquisa junto à população brasileira sobre consumo e PPCS); gerenciar o portal interativo do PPCS e produzir conteúdo para diversos veículos de comunicação de massa.

A ampliação do alcance do PPCS com objetivo de aumentar as ações do PPCS propõe discutir com os gestores federais em diferentes órgãos sobre as ações e metas do PPCS que possam interagir com as políticas setoriais, em complementação com o cumprimento de suas metas previstas. Também discutir iniciativas conjuntas e acordos para o próximo período.

A capilarização do PPCS que tem como objetivo discutir propostas de ação com a base da sociedade e os governos locais visa engajar estados e municípios de modo a ter o rebatimento do PPCS nessas instâncias do governo. Promover eventos regionais para discussão de metas do PPCS em suas prioridades de acordo com as especificidades de cada região e realizar a conferência nacional do meio ambiente sobre o PCS em 2013 (MMA, 2013).

3.2 Foco do projeto – Educação e consumo sustentável

O primeiro ponto, como trabalhar o consumo consciente? Ressalta-se que os investimentos e ações deveriam ser intensificados principalmente na formação educacional básica da sociedade, primeiro passo para promover gerações futuras mais conscientes.

Consumo sustentável é o consumo de bens e serviços promovido com respeito aos recursos ambientais, que se dá de forma que atenda as necessidades das gerações presentes, sem comprometer o atendimento das gerações futuras. Há uma dificuldade de compreensão de que a sociedade gera enorme pressão sobre o meio ambiente, pois todos os produtos têm origem na natureza. Akenji e Bengtsson (2014), Brizga et al (2014), Dendler (2014), Haen e Requillart (2014), Hallstrom et al (2014), Leary et al. (2014), Lorek e Spangenberg (2014).

A educação ambiental de consumo sustentável se dá em diversos níveis, domiciliar, em inter-relacionamentos pessoais, em escolas de níveis fundamentais, intermediário, graduação e até mesmo em pós-graduação. Marx-Pienaar et al (2014), Sahakian e Wilhite (2014), Schroeder (2014) e Vergragt et al. (2014).

3.3 Considerações sobre as metas e ações elencadas pelo comitê gestor do PPCS

Dentre dezessete temas elencados pelo comitê gestor de produção e consumo sustentáveis, o PPCS apontou seis prioritários:

- Educação para o consumo sustentável - Esta é uma das ações mais importantes, porque visa divulgar e trabalhar os meios de comunicação, principalmente no público escolar e da educação não formal, conforme foi citado anteriormente. Dê um modo geral pelo que consta no plano, é que as maiores ações estão concentradas ou realizadas principalmente no governo e nas grandes corporações e redes de varejo, enquanto deveriam ser implementadas ações mais efetivas junto às redes menores.

- **Compras públicas sustentáveis** - Neste item, em complemento a proposta apresentada, o governo deveria implementar e trabalhar com uma rede de fornecedores sustentáveis, exigir isso como pré-requisito no fornecimento de insumos e materiais ao cliente/serviço público.
- **Agenda ambiental na administração pública/A3P** - Nesse aspecto vislumbra-se um caminho de oportunidade do governo transferir para as instituições de ensino superior IES (ou trabalhar em parceria), por meio de incentivos e fomento financeiro à trabalhos acadêmicos de graduação e Pós-Graduação que visem aplicar a A3P nas esferas públicas das diversas comunidades/cidades/regiões e posteriormente premiar as melhores práticas de implantação.
- **Varejo sustentável** - Aqui consiste também num grande desafio, trabalhar principalmente as redes de varejo para a disseminação de práticas sustentáveis. Como já foi comentado anteriormente, alguns resultados demonstram que a redução do número de sacolas plásticas não surtiu resultado em muitos lugares e regiões, o que acabou gerando até insatisfação e indignação dos consumidores. Desta forma, devem-se repensar as estratégias para o desenvolvimento de embalagens. Da mesma maneira que foi exemplificado no item anterior, o governo poderia também premiar, incentivar e criar formas de subsídios ou redução de impostos para empresas desse segmento que adotarem práticas e estratégias sustentáveis. Na mesma lógica, as empresas poderiam premiar e repassar esses benefícios aos consumidores que aderirem aos programas sustentáveis ou práticas ambientais, e etc.
- **Aumento da reciclagem de resíduos sólidos** - A crítica que aqui se faz é quanto à falta de ações regulamentadoras e de controle sobre a atividade de coleta seletiva e atuação dos catadores. Assim sendo, entende-se que os recursos destinados pelo governo para tal atividade serão mais bem aplicados se houver foco em recursos para treinamentos, capacitação, entre outros. Ademais, no próprio plano não está claro quanto aos mecanismos que serão utilizados para aumentar a reciclagem no país. O mesmo ocorre com as outras propostas de ações estabelecidas dentro desse tópico, ou seja, faltam metas criteriosas, indicadores, regulamentação e normatização, entre outros.
- **Construções sustentáveis** - Aqui o ponto forte é o incentivo/fomento financeiro para edifícios e residências que visem à eficiência energética. Entretanto, na prática, na grande maioria das construções (pelo menos em residências) pouco se tem investido nesses tipos de sistemas alternativos de energia. Infelizmente fomentar a cultura para adoção de outros tipos de sistemas de energia está muito mais relacionado ao seu custo, e nesse ponto, para a realidade da grande maioria das casas brasileiras o custo ainda é relativamente elevado.

Deveriam ser implementados meios mais econômicos e alternativos de sistemas de energia para a grande massa da população.

Outro ponto importante a ser ressaltado é quanto à criação de mecanismos, ações ou incentivos governamentais na forma de abatimento de impostos, tributos, etc, que poderiam beneficiar quem reduzir desperdícios em construções civis.

4. Metodologia

Quanto à pesquisa indireta, foi realizada primeiramente a leitura e análise do plano de governo (PPCS), bem como do instrumento de pesquisa. A partir desse estudo, foi construído um novo questionário adaptando-se o original do Instituto Akatu para aplicação junto aos consumidores. Esse novo instrumento foi elaborado a partir da plataforma tecnológica Google Drive e constituiu basicamente de 13 perguntas que inferiram sobre o consumo sustentável. Destas perguntas, 11 eram constituídas de 5 pontos, onde o respondente era inquirido a marcar a opção (sempre, quase sempre, às vezes, quase nunca ou nunca), e 2 questões de 4 pontos para marcar a opção (sim, não, não sei/ não lembro).

Embora a pesquisa tenha sido classificada quantitativamente, em todas as questões era permitido ao respondente explicar melhor sua resposta, caso esta não fosse marcada a opção “sempre”. Assim sendo, essas respostas foram tratadas de forma qualitativa, aprofundando-se a análise dos resultados.

4.1 População e unidade de análise

Conforme informações disponíveis no site da instituição, “A rede Internacional Unipaz foi criada para, dentro de uma rede de campi e de um movimento mundial com as pessoas e instituições afins, disseminar uma Cultura de Paz entre os vários segmentos sociais, promover a inteireza do ser e a ampliação de consciências divulgando o paradigma holístico” (UNIPAZ-SUL, 2013).

Quanto à população, foi escolhido um grupo de aproximadamente 150 pessoas que representam o movimento “guardiães do amanhã”, da Universidade Internacional da Paz - UNIPAZ.

O critério de escolha dessas pessoas foi justificado pelo fato de pertencerem a um seleto grupo de cidadãos mais conscientes em relação ao ambiente e aos problemas mundiais. Portanto, esse movimento “guardiães do amanhã” é formado por mulheres e homens que sonham tecer outras formas de parceria, mais fraternas, amorosas e verdadeiras entre seu gênero, inter gêneros, com o planeta e com o Universo (UNIPAZ-SUL, 2013).

Antes de enviar o questionário para as pessoas, buscou-se primeiramente validá-lo (LAKATOS e MARCONI, 2001).

4.2 Avaliação do questionário (teste do consumo consciente) – Estratégias definidas – Relação com rede/cadeia de valor que o governo espera atingir

Embora o questionário ainda não é um instrumento completo, ele é válido no sentido de gerar parâmetros e levantar algumas informações, porém peca em captar alguns detalhes referentes aos objetivos do projeto.

Foi dividido em três fases, sendo elas aquisição, uso e descarte, percebem-se algumas pendências. Por exemplo, das 13 questões levantadas (a escala é de apenas 3 pontos e qualitativa: Sempre; Às vezes; Raramente ou Nunca) existe uma concentração de perguntas em algumas delas e defasagem em outras.

A fase de aquisição, por exemplo, concentra 6 das 13 questões, e a fase de uso concentra 4 das 13 questões. Por outro lado, na fase final de descarte, fundamental ao analisarmos a cadeia, percebe-se apenas 1 questão sobre esse tópico, o que poderia ser ampliado.

4.3 Apresentação dos resultados do questionário aplicado

Obteve-se um retorno de respostas de 61%, representando 91 questionários.

Será apresentado a seguir, o perfil geral da população pesquisada. A maioria dos entrevistados (59%) tem idade entre 41 a 60 anos, conforme figura 1. As mulheres foram à maioria dos entrevistados, sendo 84,94% da população. A maior concentração dos entrevistados possui nível superior completo, sendo 84%, neste percentual, 56% já tem pós-graduação, elevando o perfil intelectual da população pesquisada.

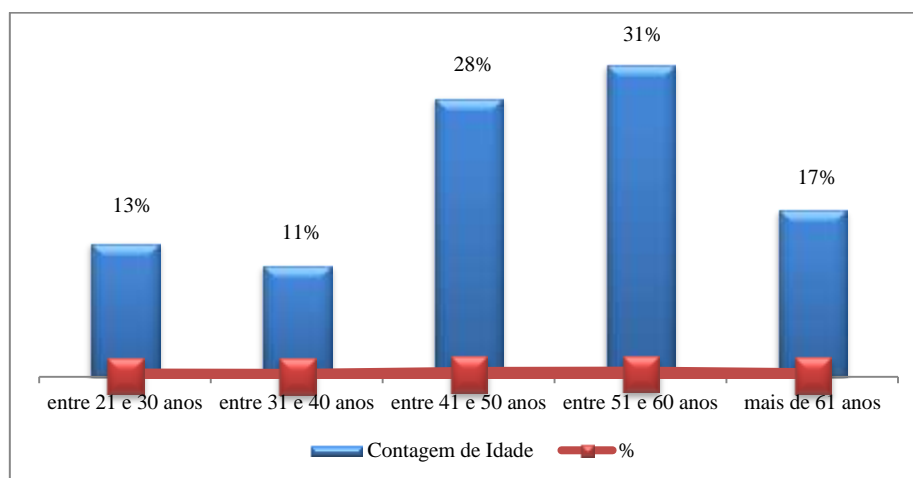


Figura 1 – Idade dos entrevistados

A maior concentração (39%) de renda mensal familiar da população está entre R\$ 2.713 a R\$ 6.780, apenas 4% tem renda inferior a R\$ 1.356.

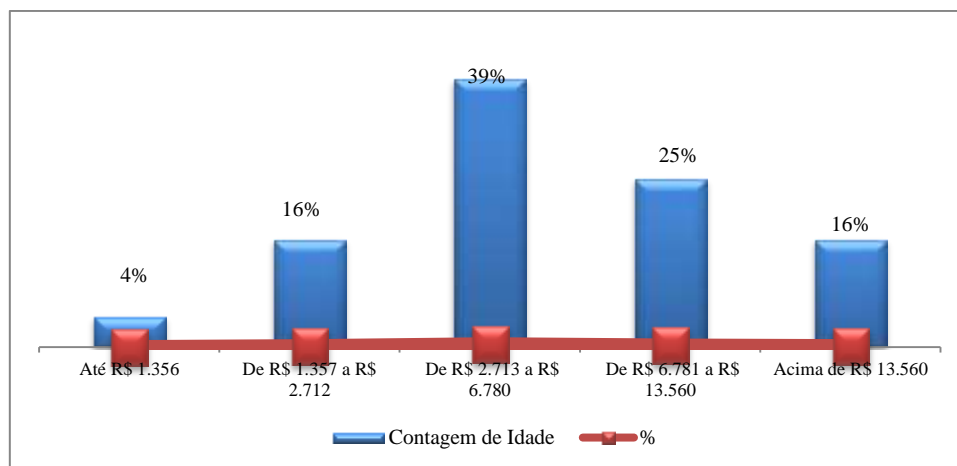


Figura 2 – Renda mensal

A seguir serão apresentados os resultados das questões sobre o consumo sustentável.

Para 35% dos entrevistados, maior percentual, é importante “quase sempre” ler atentamente os rótulos antes de decidir uma compra, e 33% “às vezes” faz o mesmo. Apenas 16% assumem que leem atentamente os rótulos, este percentual ainda é considerado baixo, conforme figura 3.

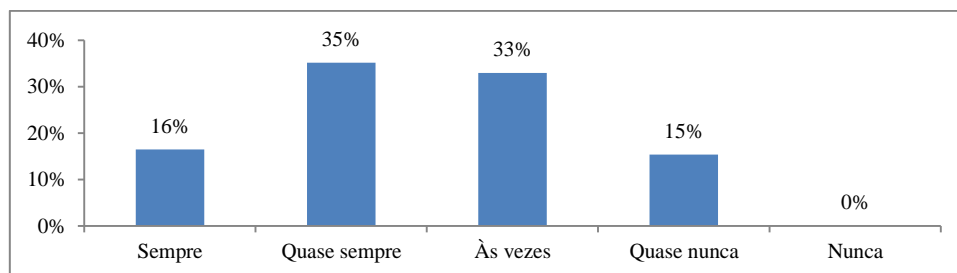


Figura 3 – Contagem 1

Na figura 4, podemos observar que 31% dos entrevistados costumam sempre pedir nota fiscal quando vão às suas compras, mesmo que o fornecedor não a ofereça espontaneamente, este percentual é considerado bom se também juntarmos com os 35% dos que “quase sempre” fazem o mesmo.

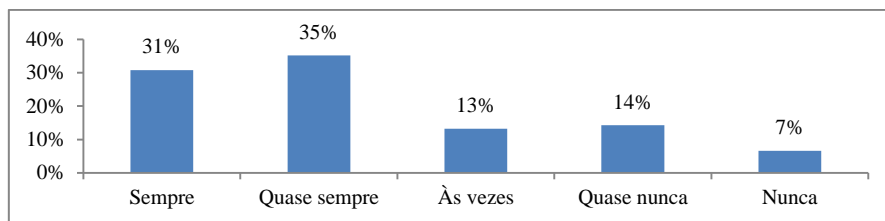


Figura 4 – Contagem 2

Para 87% dos entrevistados, é importante separar o lixo para reciclagem em suas casas (ou, mesmo não havendo coleta seletiva, procura encaminhar para reciclagem tudo o que for possível). Apenas 3%, nunca fez esse tipo de atividade em suas residências, conforme figura 5.

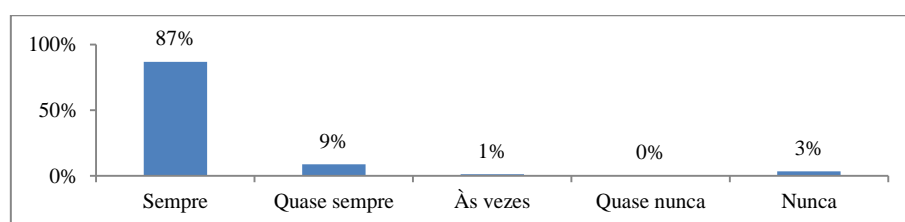


Figura 5 – Contagem 3

Para impressão ou utilização de rascunhos de papel, 84% dos entrevistados afirmam que quando possível, sempre utilizam também o verso das folhas de papel em suas atividades, um percentual considerado muito bom.

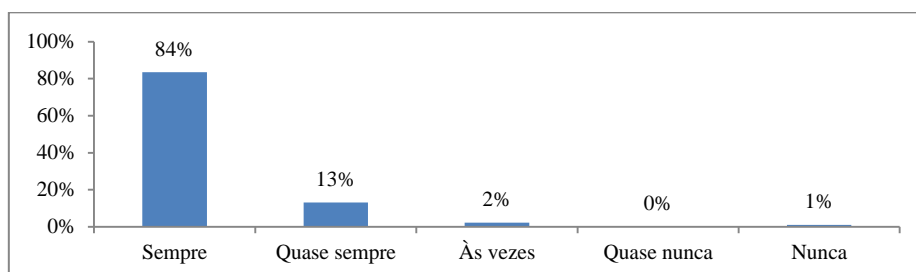


Figura 6 – Contagem 4

Referente ao consumo de água, 84% dos entrevistados, sempre costumam fechar a torneira enquanto escovam os dentes, conforme figura 7.

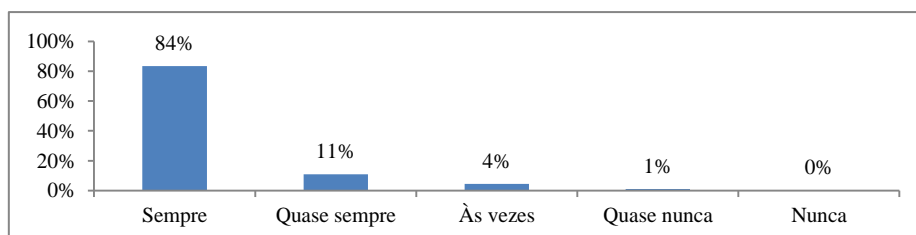


Figura 7 – Contagem 5

Sobre o consumo de energia elétrica, 57% dos entrevistados esperam os alimentos esfriarem antes de guardar na geladeira, conforme figura 8. A exposição de alimentos quentes nos refrigeradores aumenta consideravelmente o consumo de energia elétrica.

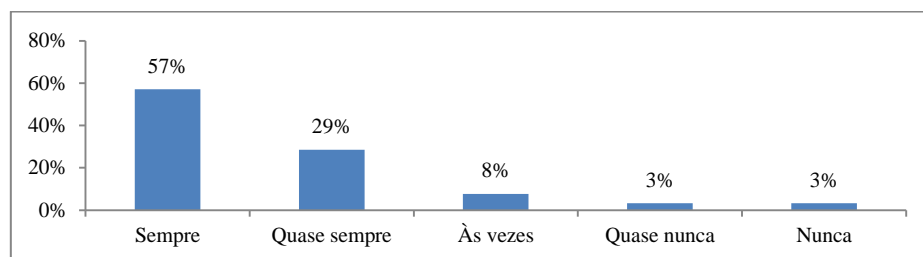


Figura 8 – Contagem 6

Referente ao consumo de energia de lâmpadas, 75% dos entrevistados, afirmam que sempre evitam deixar lâmpadas acesas em ambientes desocupados, conforme figura 9.

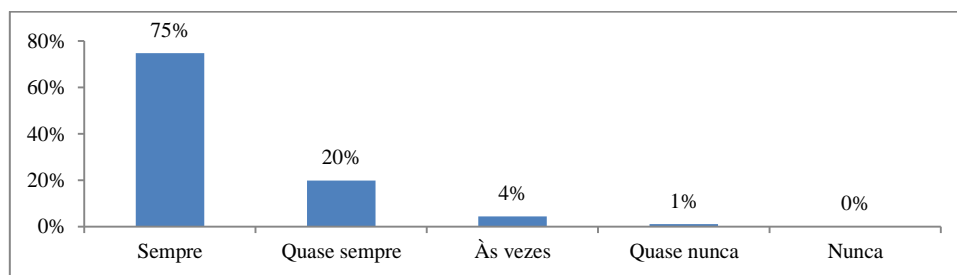


Figura 9 – Contagem 7

Ainda na mesma linha de consumo de energia elétrica, 70% dos entrevistados, a maioria, desligam os aparelhos eletrônicos quando não estão usando, conforme figura 10.

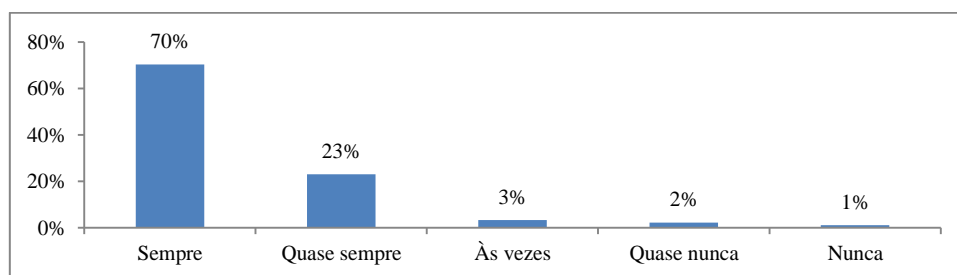


Figura 10 – Contagem 8

Referente às informações dos produtos consumidos, 69% dos entrevistados procuram passar ao maior número de pessoas as informações que aprendem sobre empresas e produtos, conforme figura 11.

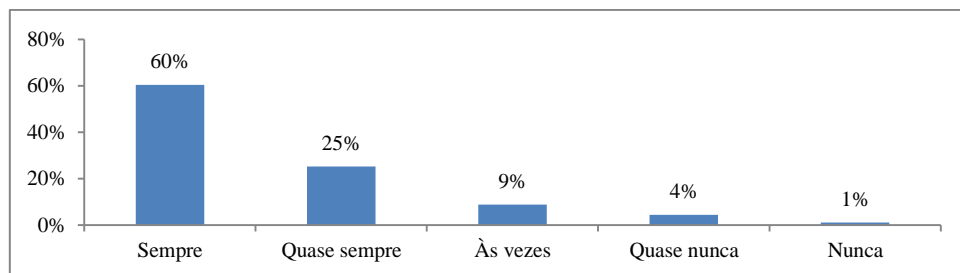


Figura 11 – Contagem 9

No que tange o planejamento das compras de alimentos, 66% dos entrevistados afirmam que planejam ao que irão comprar no mercado, apenas um número baixo que corresponde a 3% que quase nunca ou nunca planejaram este tipo de atividade.

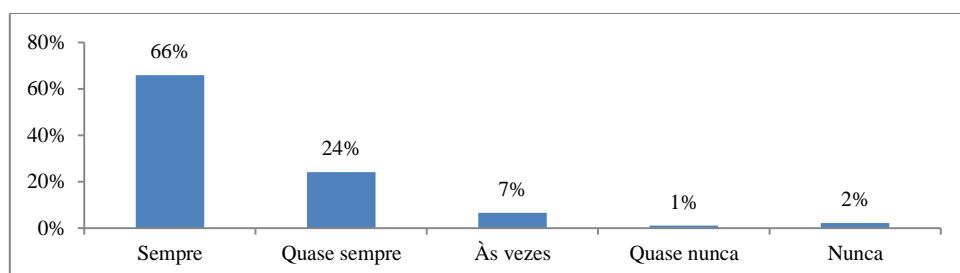


Figura 12 – Contagem 10

Já para o planejamento das compras de roupas, este número já caiu 43% afirmam que sempre planejam suas compras, e 28% afirmam que às vezes, quase nunca ou nunca planejaram este tipo de atividade.

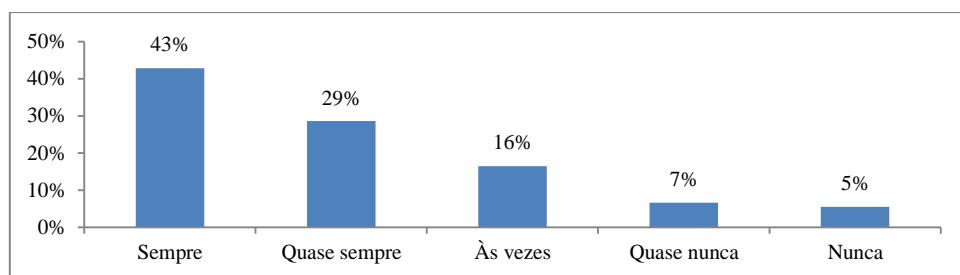


Figura 13 – Contagem 11

Conforme figura 14, para produtos reciclados, 70% dos entrevistados relatam que compraram produtos feitos com material reciclado nos últimos 6 meses, considerado um percentual bom.

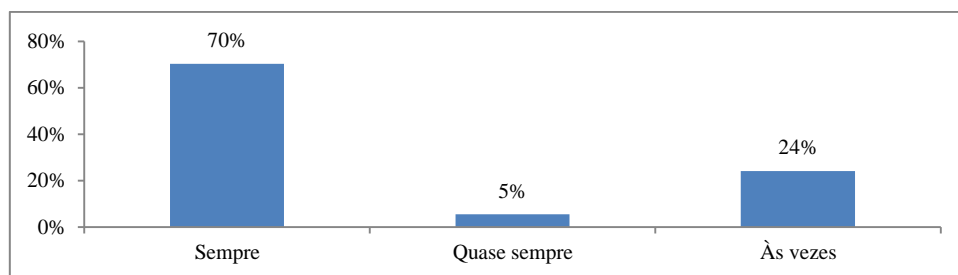


Figura 14 – Contagem 12

No que tange produtos orgânicos, 89% dos entrevistados afirmam que sempre compraram produtos deste tipo nos últimos 6 meses, conforme figura 15.

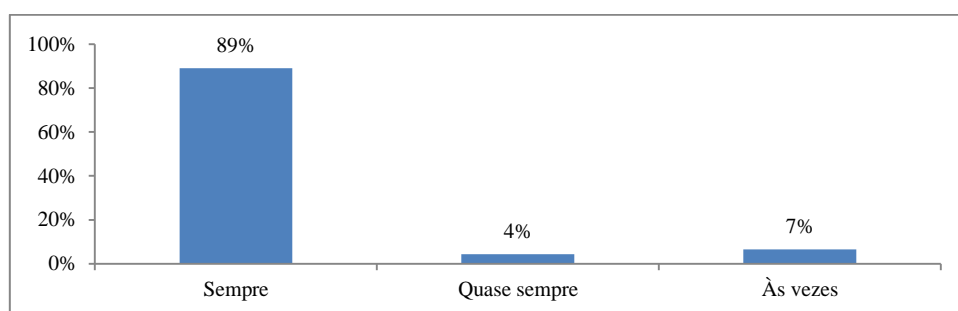


Figura 15 – Contagem 13

4.4 Apresentação dos resultados qualitativos

A seguir nas figuras 16 e 17, encontram-se as principais informações sobre análise das respostas do questionário qualitativo. Nelas encontram-se fatores que motivam e que desmotivam os entrevistados no que tange o consumo sustentável.

Os fatores que mais motivam os consumidores no consumo sustentável nos itens pesquisados é a economia financeira e economia de recursos naturais, destacando-se em quatro itens, como: fechar a torneira enquanto escova os dentes, desligar aparelhos eletrônicos, utilizar o verso da folha de papel, e comprar produtos de material reciclados.

Questão	Motiva	Desmotiva
Separar o lixo para a reciclagem	<ul style="list-style-type: none"> • Consciência ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> • Pressa/ falta de tempo • Falta de informação sobre locais de descarte • Falta de informação sobre o quê e como descartar • Coleta seletiva deficiente • Horário da coleta • Outras pessoas não o fazem
Fechar a torneira enquanto escova os dentes	<ul style="list-style-type: none"> • Economia de recursos naturais • Economia financeira 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de hábito • Esquecimento • Sensação de higiene • Dificuldade técnica
Desligar aparelhos eletrônicos	<ul style="list-style-type: none"> • Economia financeira 	<ul style="list-style-type: none"> • Praticidade • Uso frequente • Tempo de espera para ligar/desligar • Economia financeira (gasta mais energia para ligar/desligar) • Esquecimento • Distração/companhia
Comprar produtos orgânicos	<ul style="list-style-type: none"> • Qualidade do alimento 	<ul style="list-style-type: none"> • Custo elevado • Pouca disponibilidade de produtos • Pouca disponibilidade de pontos de venda

Figura 16 – Análise qualitativa

Questão	Motiva	Desmotiva
Pedir nota fiscal	<ul style="list-style-type: none"> • Controle dos gastos • Garantia • Compras de alto custo • Benefício financeiro (desconto) • Benefício (concorrer a prêmios) • Benefícios sociais 	<ul style="list-style-type: none"> • Pressa/ falta de tempo • Má vontade dos lojistas • Gasto de papel • Falta de informação (não saber para quê serve) • Compras de baixo custo • Falta de hábito • Inexistência de benefícios sociais
Ler rótulos	<ul style="list-style-type: none"> • Composição nutricional • Origem • Validade • Não conhecer o produto (produtos novos) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pressa/ falta de tempo • Conhecer o produto • Confiar na marca • Tamanho das fontes • Excesso de informações • Disposição das informações • Composição (componentes não naturais) • Opinião de terceiros
Utilizar verso das folhas de papel	<ul style="list-style-type: none"> • Economia financeiro • Economia de recursos naturais 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de hábito • Características dos documentos • Acúmulo de papel • Complexidade dos equipamentos
Comprar produtos de material reciclado	<ul style="list-style-type: none"> • Economia de recursos naturais 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de atenção • Falta de informação (produtos e pontos de venda) • Dificuldade de encontrar • Baixa qualidade • Preço alto • Baixa qualidade estética

Figura 17 – Análise qualitativa

5. Considerações finais

A capacidade de regeneração do nosso planeta está sendo largamente ultrapassada, assim como a população mundial tem agora que produzir e consumir mais recursos do que nunca. De fato, em países desenvolvidos, em particular o Brasil, as pessoas estão adquirindo muito mais do que o que eles realmente precisam e, portanto, produzem uma enorme quantidade de resíduos referente às suas compras.

Após a leitura e com o entendimento do Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis – PPCS percebe-se que o governo no intuito de criar uma sociedade mais justa e responsável do ponto de vista do uso de bens naturais, cria instrumentos legais para execução de políticas voltadas ao consumo sustentável.

Com esta iniciativa o governo assume importante obrigação ao aderir ao plano de Marrakesh junto as Nações Unidas. O Plano de Ação propõe a mudança da cultura e disseminar conceitos que não estão presentes nas rotinas da população.

Desenvolvimento sustentável, responsabilidade compartilhada, liderança governamental por meio de exemplo, precaução, prevenção, participação da sociedade civil e transparência e cooperação são princípios que fundamentam este plano.

A pesquisa mostrou o perfil do consumo sustentável em um grupo pesquisado de 91 pessoas que representam o movimento “guardiães do amanhã”, da Universidade Internacional da Paz - UNIPAZ. A maioria do perfil é formada por mulheres e com excelente nível de escolaridade.

Além disso, a pesquisa apontou que 69% dos pesquisados é considerado consciente, 24% engajado e apenas 7% iniciante, o que é considerado um resultado otimista.

Consumo sustentável é tudo sobre "fazer mais e melhor com menos", através de redução do uso de recursos, degradação e poluição, aumentando a qualidade de vida. O consumo em massa de ambos os recursos renováveis e não renováveis contribui para uma perda massiva de biodiversidade.

A pesquisa apontou que a maioria dos entrevistados considera-se conscientes (69%), mas o instrumento de pesquisa aplicado ainda não é capaz de medir totalmente este índice, é interessante aplicar pesquisas qualitativas em profundidade com os consumidores a fim de

compreender melhor seus hábitos de consumo, como por exemplo, observação passiva e ativa com a população em seus *habitats* de consumo de e formação de grupos focados com consumidores e especialistas.

Há muitas possibilidades, como por quanto podemos mudar nossos hábitos de consumo insustentáveis e ao mesmo tempo melhorar a nossa qualidade de vida. Para fazer mais com menos é essencial para que possamos viver dentro dos recursos do planeta tem para nos oferecer.

Mudar nossos padrões de vida atuais nos obriga a adotar soluções inovadoras e criativas na forma como usar e dispor os produtos e serviços que possuem e consomem. Isto poderia permitir uma transição para atividades mais sustentáveis e estilos de vida e ao mesmo tempo proteger os recursos naturais do mundo.

Cabe ao governo brasileiro apresentar um plano de Consumo e Produção Sustentáveis e uma Política Industrial Sustentável “Plano de Ação”. Isto deve incluir uma série de propostas sobre consumo e produção sustentáveis que irão contribuir para melhorar o desempenho ambiental dos produtos e aumentar a demanda por bens mais sustentáveis e tecnologias de produção no Brasil. Procurar também incentivar a indústria brasileira a aproveitar as oportunidades para inovar.

Sabe-se que a gama de políticas a nível comunitário e nacional de recursos já promovem produtos eficiente e de sensibilização dos consumidores. As propostas devem complementar estes instrumentos de política e fornecer medidas em que existem lacunas.

O grande desafio enfrentado pelo Brasil hoje é integrar a sustentabilidade ambiental com o crescimento econômico e o bem-estar. Este deveria ser um dos principais objetivos da política de consumo sustentável brasileira, mas as consequências das alterações climáticas e à crescente demanda por energia e recursos podem desafiar esse objetivo. Agora é hora de avançar para uma economia de energia e de recursos eficientes.

Contudo, maximizar a produção sustentável e o potencial de negócio "para transformar os desafios ambientais em oportunidades econômicas e fornecer um melhor negócio para os consumidores. O desafio é melhorar o desempenho ambiental global dos produtos ao longo do seu ciclo de vida, para impulsionar a procura de melhores produtos e tecnologias de produção e ajudar os consumidores a fazer escolhas informadas.

Referências

- AKENJI, LEWIS; BENGTSSON, MAGNUS. Making Sustainable Consumption and Production the Core of Sustainable Development Goals. *Sustainability*. Vol. 6, n.2. p.513-529, 2014.
- BRIZGA, JANIS; MISHCHUK, ZORIANA; GOLUBOVSKA-ONISIMOVA, ANNA. Sustainable consumption and production governance in countries in transition. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 63, p.45-53, 2014.
- COSTA, F. J., OLIVEIRA, L. G. L. Produção e consumo sustentável: um estudo de caso. Anais do Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacional, 2009.
- DENDLER, LEONIE. Sustainability Meta Labelling: an effective measure to facilitate more sustainable consumption and production? *Journal of Cleaner Production*. Vol.: 63, p.74-83, 2014.
- GONÇALVES-DIAS, S. L. F; MOURA, C. Consumo sustentável: muito além do consume verde. In: Encontro da Anpad, 31, 2007, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro: Anpad, 2007.
- HAEN, HARTWIG; REQUILLART, VINCENT. Linkages between sustainable consumption and sustainable production: some suggestions for foresight work. *Food Security*. Vol. 6, n.1. p.87-100, 2014.
- HALLSTROM, E.; ROOS, E.; BORJESSON, P. Sustainable meat consumption: A quantitative analysis of nutritional intake, greenhouse gas emissions and land use from a Swedish perspective. *Food Policy*. Vol. 47, p.81-90, 2014.
- HEISKANEN, E.; PANTZAR, M. Toward sustainable consumption: two new perspectives. *Journal of Consumer Policy*, v.20, 1997.
- INSTITUTO AKATU. Como e por que os brasileiros praticam o consumo consciente? São Paulo: Instituto Akatu, 2007.
- INSTITUTO AKATU. *Teste do Consumo Consciente*. Disponível em: <http://www.akatu.org.br/> . Acesso em: 02/12/2013.
- JACKSON, T. Negotiating Sustainable Consumption: A review of the consumption debate and its policy implications, *Energy & Environment*, 15 (6), 2004.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. *Fundamentos de Metodologia científica*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- LEARY, R. BRET; VANN, RICHARD J.; MITTELSTAEDT, JOHN D.; et al. Changing the marketplace one behavior at a time: Perceived marketplace influence and sustainable consumption. *Journal of Business Research*. Vol. 67, n.9. p.1953-1958, 2014.
- LOREK, SYLVIA; SPANGENBERG, JOACHIM H. Sustainable consumption within a sustainable economy beyond green growth and green economies. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 63, p.33-44, 2014.
- MARX-PIENAAR, NADENE J. M. M.; ERASMUS, ALET C. Status consciousness and knowledge as potential impediments of households' sustainable consumption practices of fresh produce amidst times of climate change. *International Journal of Consumer Studies*. Vol. 38, n.4. p.419-426, 2014.

MMA, MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. *Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS)*. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/plano-nacional>. Acesso em: 03/11/2013.

PORTILHO, M. F. F. *Sustentabilidade Ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2005.

SAHAKIAN, MARLYNE; WILHITE, HAROLD. Making practice theory practicable: Towards more sustainable forms of consumption. *Journal of Consumer Culture*. Vol. 14, n.1. p.25-44, 2014.

SCHROEDER, PATRICK. Assessing effectiveness of governance approaches for sustainable consumption and production in China. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 63, p.64-73, 2014.

SILVA, L. C. S., KOVALESKI, J. L., GAIA, S., BACK, L., PIEKARSKI, C. M., FRANCISCO, A. C. Geographical indications contributions for Brazilian agribusiness development. *African Journal of Agricultural Research*, 8, 2080-2085, 2013b.

SILVA, L. C. S., KOVALESKI, J. L., GAIA, S., BACK, L., SPAK, M. D. S., MORETTI, I. C. World scenario of green patents: Perspectives and strategies for the development of eco-innovations. *African Journal of Business Management*, 7, 472-479, 2013a.

SILVA, L. C. S., KOVALESKI, J. L., GAIA, S., MATOS, E. A. S. A., FRANCISCO, A. C. The challenges faced by Brazil-s Public Universities as a result of knowledge transfer barriers in building the technological innovation center. *African Journal of Business Management*, 6, 10547-10557, 2012a.

SILVA, M. E., CORRÊA, A. P. M., GÓMEZ, C. P. Inovando para o consumo sustentável: O desafio na construção de um novo paradigma organizacional. *Revista de Negócios – ISSN 1980.4431 – vol. 17, n.3, p. 72-90, 2012b.*

UNIPAZ-SUL. *Universidade Internacional da Paz*. Disponível em: <http://unipazsul.org.br/unipazsul/17/movimento-guardiaes-do-amanha.html>. Acesso em: 05/12/2013.

VERGRAGT, PHILIP; AKENJI, LEWIS; DEWICK, PAUL. Sustainable production, consumption, and livelihoods: global and regional research perspectives. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 63, p.1-12, 2014.

Recebido: 11/02/2015

Aprovado: 06/08/2015