

Relatório de Atividades 2008

Índice

| | |
|--|-----------|
| Palavra do Presidente _____ | 2 |
| Parceiros e Associados _____ | 4 |
| | |
| 1_ O Akatu e Ações e Estratégias _____ | 6 |
| 2_ Pesquisas e Métricas _____ | 11 |
| 3_ Comunidades em Geral _____ | 16 |
| 4_ Empresas Disseminadoras _____ | 27 |
| 5_ Instituições Educativas _____ | 30 |
| 6_ Jogos e Dinâmicas _____ | 32 |
| 7_ Meios de Comunicação _____ | 36 |
| 8_ Portal e Centro de Referência _____ | 41 |
| 9_ Publicidade _____ | 46 |
| 10_ Eventos, Fóruns e Palestras _____ | 49 |
| 11_ Relações Internacionais _____ | 62 |
| | |
| Novos Parceiros _____ | 66 |
| Equipe _____ | 67 |

Palavra do Presidente

O ano de 2008 foi marcado por um salto na conscientização da sociedade brasileira em relação ao peso das atividades humanas como causadoras do aquecimento global. Isto ocorreu basicamente pela divulgação do Relatório do Painel Internacional de Mudanças Climáticas (IPCC – sigla em inglês), divulgado no final de 2007, e pela disseminação da mensagem de Al Gore em relação ao que ele chamou de Verdade Inconveniente. A disseminação pelos meios de comunicação dos impactos do aquecimento da Terra sobre a sociedade e o meio ambiente motivaram uma forte movimentação na busca de um novo modelo de sociedade mundial e de novos valores que inspirem e governem os atos de produção e consumo.

Nesse cenário, o trabalho do Akatu ganhou um impulso ainda maior. A discussão dos impactos do consumo – positivos e negativos – e da necessidade de mudanças no comportamento dos consumidores passou a ser reconhecida, de forma ainda mais disseminada, como essencial para estruturar a vida de toda a sociedade humana, independente de região, classe econômica ou social.

As propostas do Akatu, focadas na sensibilização e mobilização do cidadão brasileiro para o seu papel protagonista na construção da sustentabilidade, por meio de escolhas conscientes de consumo, se tornaram centrais nesse debate, ampliando seu alcance tanto nacional como internacionalmente e reposicionando o Akatu como uma das lideranças do necessário processo de mudança.

Por outro lado, a crise econômico-financeira, revelada com força devastadora no segundo semestre de 2008, deixou clara a insustentabilidade do modelo econômico baseado no excesso de consumo. Mesmo com 4 bilhões de habitantes, ou quase 75% da população mundial, excluídos da sociedade de consumo, os que nela estão consomem com tanta voracidade que exigem 30% a mais em recursos naturais do que a capacidade de regeneração da Terra. E mais: esse processo está se acelerando fortemente com a entrada de um enorme número de consumidores chineses e indianos utilizando o mesmo modelo de produção e consumo.

A urgência desse quadro coloca novos desafios não só ao Akatu como a toda a sociedade humana. Nesse sentido, o Instituto Akatu, que desenvolveu, aperfeiçoou e sistematizou durante sete anos os seus conteúdos, métricas, pesquisas e metodologias, passou a priorizar a escala e a velocidade de impacto de suas ações em todas as suas atividades de comunicação e educação.

Esse esforço mostrará seus primeiros resultados em 2009, na forma de sensibilização de um número cada vez maior de brasileiros quanto aos impactos das suas escolhas de consumo sobre o ambiente, a sociedade e sobre si mesmos. E mais do que isso: mobilizando-os para o poder transformador contido em seus atos de consumo para a construção da sociedade sustentável do futuro.

Trata-se de um desafio que só pode ser enfrentado com o apoio de nossos Parceiros e Associados, permitindo a disseminação ampla do conceito e das práticas do consumo consciente nas diversas linhas de ação do Akatu. Muito obrigado a todos os nossos Parceiros e Associados pela confiança no trabalho do Akatu.



Agradeço também aos nossos Conselheiros, todos 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. Há um número enorme de pessoas e instituições envolvidas nesse processo. Listá-las seria impossível. Tenham a certeza da gratidão do Akatu pelo apoio, pela confiança e pela crença na possibilidade de transformação do mundo pelas mãos de indivíduos conscientes que levarão o coletivo da sociedade humana a transformá-la em um lugar acolhedor para todos, e que permite a cada um ter um sentido pleno para sua existência.

Helio Mattar
Diretor-Presidente Instituto Akatu

Parceiros e Associados

FUNDAÇÕES APOIADORAS



PARCEIROS PIONEIROS



PARCEIROS ESTRATÉGICOS



PARCEIROS MANTENEDORES



PATROCINADORES INSTITUCIONAIS



ASSOCIADOS CATEGORIA BENEMÉRITOS

Ampla Energia e Serviços | Banco Ibi | Bunge | Coca-Cola | CPFL Energia | Faber Castell | Fecomércio | Grupo VR
Hospital Samaritano | Kraft Foods | Sadia | Votorantim Celulose e Papel

ASSOCIADOS CATEGORIA OURO

ABEAÇO | Citibank | Estapar Estacionamentos | Energias do Brasil | Promon | Porto Seguro | RL Sistemas de Higiene
Televisão Bahia | Unimed Brasil | Yázigü Internexus

ASSOCIADOS CATEGORIA PRATA

Bahia Mineração | Banco Santander | China House | Coelba – Cia. de Eletricidade do Estado da Bahia | Libra Terminais S.A
Mar & Terra | Mundo Verde Franchising | SESC Ceará | SESI-SC | Unimed Amparo | Unimed Rio de Janeiro

1 O Akatu

Criado em 15 de março de 2001 (Dia Mundial do Consumidor) no âmbito do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, o Instituto Akatu pelo Consumo Consciente 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 idéia de que o mundo melhor está contido nas ações de cada indivíduo.

Para o Akatu, o ato de consumo deve ser, ao mesmo tempo, um ato de cidadania consciente, por meio do qual qualquer consumidor pode contribuir para a sustentabilidade do planeta, seja por meio do consumo de recursos naturais, de produtos e 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. Desta forma, 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.

TODO CONSUMO CAUSA IMPACTO (POSITIVO OU NEGATIVO) NA ECONOMIA, NAS RELAÇÕES SOCIAIS, NA NATUREZA E EM CADA INDIVÍDUO

CONSUMO CONSCIENTE

A humanidade já consome 30% mais recursos naturais do que a 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 nossas necessidades de água, energia e alimentos. Não é preciso dizer que esta situação certamente ameaçará a vida no planeta, inclusive 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 desses impactos na hora de decidir por que comprar e de escolher o que comprar, de quem comprar, como comprar e de definir a maneira de usar e como descartar o que não serve mais, 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.**

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.

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. É preciso que sejam apropriados pela comunidade humana mundial, no sentido de acolher as pessoas e cuidar da natureza. Somente assim se atingirá a sustentabilidade da vida no planeta.

AÇÕES E ESTRATÉGIAS

Ao longo de seus oito 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.

FRENTES DE ATUAÇÃO DO INSTITUTO AKATU PELO CONSUMO CONSCIENTE



As atividades do Akatu podem ser representadas conforme figura abaixo:

O Instituto Akatu desenvolve atividades de Educação e Comunicação por meio de Empresas Disseminadoras, de Publicidade, de Mobilização Social, dos Veículos de Comunicação, do trabalho em Comunidades e em Instituições Educacionais. Todas as atividades partem do núcleo de conteúdos, pedagogias, pesquisas, métricas, jogos, dinâmicas e metodologias desenvolvidos pelo Akatu, utilizando também como suporte o Portal Akatu, Palestras, Eventos e Publicações em geral.

Entre as atividades realizadas pelo Instituto, pode-se destacar:

- Capacitação de líderes voluntários em comunidades para servirem como multiplicadores do conceito e da prática do Consumo Consciente;
- Divulgação do conceito e da prática do Consumo Consciente na internet, em publicações, na mídia informativa e em campanhas publicitárias;
- Execução e publicação de pesquisas que permitam melhor compreender o consumidor brasileiro, seu estágio de evolução no Consumo Consciente e suas motivações;
- Criação e adaptação de jogos e dinâmicas para atender as atividades de capacitação comunitária.

COMUNICAÇÃO

A Comunicação envolve atividades realizadas por meio da oferta de conteúdos sobre o Consumo Consciente a públicos amplos, seja de maneira indireta, por meio de formadores de opinião, seja diretamente, por meio das atividades que o Akatu mantém junto aos diversos públicos com quem atua.

A Comunicação se dá por meio dos seguintes eixos de atuação:

- **Mobilização social:** o Akatu organiza eventos públicos, tais como exposições e eventos. Nesses eventos, o conceito de Consumo Consciente é divulgado de diferentes formas, tanto pelo próprio conteúdo dos eventos quanto por meio da distribuição de folhetos, cartazes etc.
- **Empresas disseminadoras:** o Akatu recebe o apoio de diversas empresas parceiras. Regularmente, essas empresas desenvolvem atividades, em conjunto com o Akatu, voltadas à disseminação do Consumo Consciente junto a seus funcionários, consumidores, clientes e fornecedores. Nesses processos, as empresas atuam como disseminadoras do conceito e das práticas do Consumo Consciente junto a esses públicos.
- **Publicidade:** campanhas de divulgação voltadas à sensibilização para o tema do Consumo Consciente, veiculadas em formato publicitário, com a colaboração pró-bono de agência publicitária e de jornais, revistas, TVs, rádios e internet.
- **Meios de comunicação:** fornecimento de conteúdos para os diversos meios de comunicação – TVs, rádios, revistas, jornais, internet – para utilização em matérias produzidas por suas equipes. Adicionalmente, o Akatu é demandado a conceder entrevistas junto aos mais diversos órgãos de imprensa de todo Brasil.

EDUCAÇÃO

A educação engloba atividades envolvendo conteúdos específicos, mais profundos e detalhados, em geral estruturados por temas, destinados a públicos específicos com os quais o Akatu tem contato direto, envolvendo multiplicadores que atuam como disseminadores do conceito e das práticas de Consumo Consciente. Essas atividades envolvem os seguintes eixos de atuação:

- **Mobilização social:** o Akatu produz materiais específicos de acordo com a natureza do evento de mobilização, de forma a sensibilizar o consumidor final por meio de experiências sensoriais e intelectuais impactantes.
- **Instituições educacionais:** o Akatu desenvolve capacitações por meio de metodologias, materiais, pedagogias, jogos e dinâmicas de modo a sensibilizar e mobilizar professores, alunos, pais, e funcionários de instituições educacionais e capacitar multiplicadores entre estes públicos para trabalhar

o Consumo Consciente.

- **Comunidades:** o Akatu desenvolve projetos de disseminação e capacitação para o Consumo Consciente em comunidades específicas, tais como a de funcionários de uma empresa, os trabalhadores de uma cooperativa, os moradores de uma determinada região, os alunos de uma determinada universidade. Nesses projetos, busca-se capacitar um conjunto de voluntários para que atuem como multiplicadores do Consumo Consciente junto aos públicos com quem mantêm contato, em projetos concebidos de acordo com o perfil de cada comunidade, considerando os diferentes graus de instrução, características, interesses e necessidades.
- **Meios de Comunicação:** em diversos casos, os meios de comunicação se interessam por aprofundar o tema do Consumo Consciente e dedicam espaços de natureza educacional para essa atuação, seja em TVs, rádios, jornais, revistas ou internet. Nesses casos, o Akatu desenvolve materiais específicos, de cunho educacional, para divulgação ao grande público.

Por meio deste mosaico de atividades de Comunicação e Educação, o Instituto Akatu busca fazer com que cada ato de consumo se transforme em uma semente boa para a construção de um mundo melhor.

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

2 Pesquisas e Métricas

Durante o ano de 2008, o Akatu deu continuidade a projetos de Pesquisas e Métricas iniciados nos anos anteriores, aprimorando sua base conceitual para disseminação em grande escala do Consumo Consciente. Veja a seguir, os projetos realizados:

PROJETO PIRATARIA

O projeto Pirataria foi custeado por recursos aportados pela Microsoft

O estudo buscou avaliar a percepção do consumidor com relação à pirataria e detectar argumentos relevantes no combate a essa prática. O projeto durou um ano (de fevereiro de 2007 a fevereiro de 2008). O primeiro passo foi realizar um levantamento de dados secundários (*desk research*), que construiu hipóteses a serem testadas posteriormente, por meio de uma pesquisa qualitativa. Foram realizados 7 grupos focais com as seguintes características: faixas etárias de 18 a 25 anos e de 30 a 40 anos; classes socioeconômicas A, B e C; consumidores e não consumidores de produtos piratas; formadores e não formadores de opinião.

Pesquisas e Métricas

Registraram-se reações adversas e opiniões críticas aos vários argumentos testados. O contexto de desigualdade social, alto índice de violência e percepção de atuação falha do Estado, somado ao bombardeio da mídia e ao aumento vertiginoso de bens de consumo, além do surgimento da internet como ampla ferramenta de acesso e com regras ainda pouco claras, fazem com que os consumidores não se sintam sensibilizados com os impactos provocados por essa prática. Em certos casos, a pirataria é vista até como uma forma de protesto contra preços considerados abusivos e contra a inadiplência do governo.

Concluiu-se que o tema do comércio ilegal deve ser abordado a partir de uma discussão mais ampla sobre ética, por meio de uma campanha que envolva os diversos públicos da sociedade, sem usar tom acusatório e sem apontar um único responsável.

A Revisão dos ICCs está sendo custeada por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Instituto Akatu

REVISÃO DOS INDICADORES DE CONSUMO CONSCIENTE

Os Indicadores do Consumo Consciente (ICCs) são uma ferramenta de avaliação do nível de consciência no consumo de um indivíduo e de uma comunidade. Foram desenvolvidos em 2003 com base em pesquisas do Akatu. Sua versão inicial era composta por 80 perguntas, mas em 2007, com base em outra pesquisa, o questionário foi reduzido para 50 perguntas.

Durante esses anos, o Akatu repensou a maneira de organizar a comunicação do processo de consumo. Além disso, alguns assuntos relacionados ao tema do Consumo Consciente passaram a ter maior destaque na agenda mundial.

Daí surgiram as necessidades de:

- (a) atualizar o questionário com perguntas que abordem os temas mais relevantes para o Consumo Consciente e a sustentabilidade no atual momento;
- (b) organizar os ICCs de acordo com o modelo de fases do consumo (por que comprar, o que comprar, de quem comprar, como comprar, como usar, como descartar) e
- (c) estruturar a ação de capacitação em torno dos diagnósticos mais recorrentes.

Para atingir esses objetivos foi desenvolvido, em 2008, um processo de discussão interna que permitiu identificar as mensagens e perguntas mais relevantes para o desenvolvimento do Consumo Consciente segundo as fases do consumo, as pedagogias do Akatu, as dimensões do cotidiano do consumo e os impactos do consumo.

Os próximos passos incluem a pesquisa de opinião para identificar os principais “lacunas” de conhecimento nos consumidores e o desenvolvimento de indicadores que possam testar o estágio dos consumidores com relação a tais “lacunas”. O projeto teve início em 2007 e deverá ser concluído em 2009.

NOVA PLATAFORMA PARA OS ICCs

A ferramenta de aplicação dos Indicadores do Consumo Consciente (ICCs) foi reformulada para permitir sua aplicação em grandes comunidades.

A nova plataforma permite que o Akatu crie páginas customizadas para cada projeto, gere usuários e grupos de usuários, envie e-mails para os cadastrados, obtenha relatórios de acessos, publique conteúdos sobre Consumo Consciente, entre outras funções.

Teste do Consumo Consciente
O seu modo de consumir pode influenciar você e toda a vida no planeta.

Responda as perguntas a seguir e decida que tipo de consumidor você é.

Responda as perguntas a seguir e decida que tipo de consumidor você é.

1. Costumo ler atentamente os rótulos antes de decidir uma compra.
 Sempre Às vezes Raramente ou Nunca

2. Costumo pedir nota fiscal quando vou às compras, mesmo que o fornecedor não a ofereça espontaneamente.
 Sempre Às vezes Raramente ou Nunca

3. Em minha casa, separo o lixo para reciclagem (ou, mesmo não tendo coleta seletiva, pretendo encontrar para reciclagem tudo que for possível).
 Sempre Às vezes Raramente ou Nunca

4. Quando possível, utilizo também o verso das folhas de papel.
 Sempre Às vezes Raramente ou Nunca

A Aplicação dos ICCs na HP Brasil – Segunda Onda foi custeada por recursos aportados pela HP Brasil

A Nova Plataforma dos ICCs foi custeada por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Instituto Akatu

APLICAÇÃO DOS ICCs NA HP BRASIL – SEGUNDA ONDA

No ano de 2007, a HP-Hewlett Packard, parceira pioneira do Instituto Akatu, aplicou os ICCs em sua rede de colaboradores do Brasil. Os resultados serviram de subsídio para ações de conscientização desenvolvidas e aplicadas pelo comitê de sustentabilidade interno da empresa.

Entre fevereiro e maio de 2008, foi realizada a segunda onda de aplicação dos ICCs na HP com o intuito de avaliar a percepção e atuação de seus funcionários com relação ao Consumo Consciente, e comparar os resultados da aplicação dos ICCs com os obtidos no ano anterior.

Os números indicaram que houve melhora em relação ao ano anterior nos temas trabalhados pelo comitê de sustentabilidade da empresa. Por outro lado, nos temas que não foram trabalhados, o desempenho foi similar ao ano anterior.

Pesquisas e Métricas

PESQUISA PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR SOBRE A RSE 2006/2007

A pesquisa Responsabilidade Social das Empresas – Percepção do Consumidor Brasileiro (RSE) vem sendo publicada anualmente desde o ano 2000 pelo Instituto Ethos e, a partir de 2004, tornou-se uma iniciativa conjunta do Akatu e do Instituto Ethos, sendo publicada pelo Akatu em parceria com a Market Analysis. Trata-se de um estudo sobre a percepção do consumidor com relação à responsabilidade socioambiental das empresas, além de acompanhar a evolução da percepção dos consumidores sobre o papel das corporações na sociedade e suas expectativas em relação aos impactos sociais que elas produzem. Os resultados dos anos de 2006 e 2007 foram exibidos em uma só publicação em 2008.

Este projeto buscou detectar mudanças e continuidades nos comportamentos dos consumidores, oferecendo explicações para os mesmos, além do propósito de fornecer subsídios para que todos os agentes envolvidos – empresas, ONGs, governos etc. – aprimorem e melhorem suas estratégias em prol da comunicação e ação cotidiana pela sustentabilidade.

A Pesquisa constatou que o consumidor brasileiro passava por um momento de transição, sujeito a diferentes provas e estímulos no que diz respeito às principais responsabilidades das empresas. Mesmo assim, quando comparados às médias mundiais, os brasileiros continuam se sobressaindo entre os povos com expectativas mais elevadas em relação à multiplicidade de funções que se espera das organizações comerciais.

A pesquisa RSE 2006/2007 foi custeada pela Market Analysis e pelos parceiros e associados do Akatu. A sua publicação foi possível por recursos aportados pelo grupo Carrefour

A pesquisa mostrou ainda que os consumidores demonstram grande interesse por informações sobre a responsabilidade social das empresas. No entanto, isso não significa que eles as utilizem adequadamente ou sequer que tomem decisões a partir delas.

Por último, foi possível perceber que existe uma brecha entre as aspirações dos consumidores e sua efetiva prática em relação às empresas, ou seja, mesmo os consumidores informados, por vezes, deixam de punir ou valorizar as empresas em função de sua menor ou maior responsabilidade socioambiental.

A pesquisa foi publicada em duas versões: um relatório completo – distribuído somente para parceiros, mídia e universidades – e um sumário de conclusões distribuído àqueles com quem o Akatu se relaciona, além de ter sido disponibilizado no site para *download*.

O evento de lançamento ocorreu no Instituto Carrefour em março de 2008.

PESQUISA PRÁTICAS E PERSPECTIVAS DA RSE NO BRASIL – 2008

Iniciado em fevereiro de 2008, este projeto realizado em parceria do Akatu, Instituto Ethos e IBOPE, tem o objetivo de compreender qual foi o efetivo avanço das práticas de RSE no Brasil, a partir de um levantamento que evidencia as práticas de sustentabilidade mais comuns e as menos implementadas nos últimos 10 anos. Para tanto, foi realizada uma Pesquisa Quantitativa com o público de profissionais das empresas que declararam a si próprias como qualificadas, para responder ao questionário sobre as ações de RSE e sustentabilidade.

Uma análise prévia dos resultados demonstrou que funcionários e colaboradores são o primeiro público beneficiado pelas ações de Responsabilidade Social Empresarial no Brasil. Dentre as empresas ouvidas, 72% garantiram implantar medidas de remuneração adequadas e 65% afirmaram proteger o quadro de assédio moral e sexual. Destaque deve ser dado à condenação das empresas ao trabalho infantil – 52% das entrevistadas. A pesquisa identificou ainda que a exigência do compromisso de não utilização da mão-de-obra infantil nessas empresas se expande para toda a cadeia de valor.

Consumidores também são privilegiados pelas empresas: 66% das entrevistadas afirmam adotar medidas em relação a seus produtos e/ou serviços que minimizam os riscos à saúde e à segurança do consumidor. As normas de segurança e de proteção à saúde do consumidor ou cliente, determinadas pelo Inmetro, Anvisa, SIF, etc., também são observadas de acordo com 69% dos depoimentos colhidos.

Norteadas pelos movimentos de defesa dos direitos dos consumidores, que estão cada vez mais exigentes e conscientes, as empresas brasileiras, em sua maioria, entendem que o bom atendimento do consumidor deve

A Pesquisa Práticas e Perspectivas da RSE no Brasil foi custeada pelos recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Instituto Akatu e por recursos captados pelo Instituto Ethos

ser uma estratégia de negócio. 56% das empresas ouvidas afirmam adotar procedimentos para avaliar a eficácia e melhorar a rapidez em satisfazer demandas de clientes e consumidores. Algumas delas (entre um quarto e um terço) já adotam inclusive práticas de educação para o Consumo Consciente.

Apesar da evidente evolução, a pesquisa traz também algumas surpresas quanto ao comportamento das empresas. É verdade que a maioria mantém programas para racionalização e otimização do uso de energia (55%), do uso de água (54%) e de coleta seletiva de lixo não industrial (49%). Por outro lado, a discussão sobre a redução da emissão de gases de efeitos estufa, por exemplo, apesar de tema constante na mídia, nunca mereceu programa específico para 82% das empresas ouvidas, demonstrando que o meio empresarial não percebe a relação direta do assunto com suas atividades, sejam elas industriais, comerciais ou de serviços.

A maioria das empresas pesquisadas também não costuma discutir ou participar de campanhas políticas, debater a governança corporativa ou divulgar seu balanço social. Esses resultados indicam a necessidade de aprofundamento da discussão sobre responsabilidade social nas empresas, a partir do desafio da maior transparência na relação com seus públicos.

Resultados preliminares dessa pesquisa foram apresentados na Conferência Internacional do Instituto Ethos, em maio, e os resultados completos foram apresentados no segundo semestre de 2008.

3 Comunidades em Geral

Foram desenvolvidos, em 2008, diversos projetos de capacitação para o Consumo Consciente em comunidades:

EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO CONSCIENTE – WAL-MART BRASIL

O projeto piloto teve início em maio de 2007 e traçou como objetivo principal a promoção e assimilação de cultura da sustentabilidade na comunidade Wal-Mart Brasil (WMB), Parceiro Estratégico do Akatu, por meio da incorporação dos valores e práticas do Consumo Consciente entre seus diversos colaboradores nas cidades de São Paulo, Curitiba, Porto Alegre e Recife.

Em fevereiro de 2008, com base na avaliação positiva das estratégias, metodologias e resultados da fase piloto do projeto, o Akatu e o Wal-Mart decidiram expandir o projeto para toda rede WMB com a nova meta de sensibilizar 20 mil associados do Wal-Mart entre maio e novembro.

As atividades realizadas nesse projeto foram custeadas por recursos aportados pelo Wal-Mart Brasil

Multiplicadores das unidades do Wal-Mart da cidade de Curitiba capacitados pelo projeto Educação para o Consumo Consciente WMB



A meta foi superada com a sensibilização de 21.800 associados que trabalham em cerca de 100 unidades do WMB, incluindo lojas, centros de distribuição e escritórios centrais do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Bahia, Alagoas, Pernambuco, Maranhão, Piauí, Rio Grande do Norte, Ceará e Paraíba. Para esse resultado, foi fundamental a participação de cerca de mil associados, que receberam formação direta do Akatu para atuarem como multiplicadores de Consumo Consciente e sustentabilidade.

Os resultados animadores do projeto resultaram em uma nova meta: o Presidente do WMB lançou o desafio de capacitar 50 mil associados para a causa do Consumo Consciente e sustentabilidade até o final de 2009. Essa fase do projeto está sendo denominada Expansão II.

Outro importante resultado das ações do projeto em 2008 foi a adesão de quase 39.000 associados ao Projeto Pessoal para Sustentabilidade, o PPS, que incentiva membros da comunidade do WMB a escolher e implementar seus próprios PPSs.

As atividades realizadas nesse projeto foram custeadas por recursos aportados pelo Wal-Mart Brasil



Parte das *ecobags* disponibilizadas nas lojas Wal-Mart Brasil

PROJETO CLIENTE CONSCIENTE WAL-MART BRASIL

Com os excelentes resultados do projeto de Educação para o Consumo Consciente, o Akatu e o WMB vislumbraram a implantação de outra parceria: disseminar conceitos e práticas de Consumo Consciente entre os clientes do Wal-Mart Brasil (WMB). Para isso foi criado, em janeiro de 2008, o projeto Cliente Consciente WMB, baseado em ações de comunicação para sensibilizar os clientes das lojas, conquistando-os para a adoção de uma postura mais consciente na hora da compra.

A primeira etapa do projeto ocorreu entre os meses de fevereiro e março nas cidades de Curitiba e São Paulo, onde foram vendidas sacolas retornáveis, as *ecobags*, para estimular os clientes ao Consumo Consciente de sacolas plásticas. No segundo semestre, as vendas de sacolas foram estendidas para as regiões Sul, Sudeste e Nordeste do país.

Ainda com o intuito de sensibilizar seus clientes para a prática do Consumo Consciente, em novembro de 2008, foi inaugurada uma loja em Campinho, no Rio de Janeiro, com cerca de 60 iniciativas voltadas à sustentabilidade. Além de fornecer o conteúdo para a comunicação com os clientes da loja, o Akatu desenvolveu e aplicou uma oficina de capacitação para monitores-colaboradores que irão fazer visitas guiadas abertas ao público interessado em conhecer mais profundamente algumas das iniciativas sustentáveis da unidade.

Comunidades em Geral

CERTIFICAÇÕES DE CONSULTORES AKATU

Para o atendimento do projeto Associados Conscientes do Wal-Mart Brasil, foi necessário que o Akatu capacitasse e certificasse uma rede de consultores para que trabalhassem em nome do próprio Akatu, e com sua orientação, nas lojas de todo Brasil envolvidas na primeira fase do projeto. Para isso, o Akatu desenvolveu um processo de seleção e certificação de consultores e os capacitou para transmitir os conceitos e práticas de Consumo Consciente.

As atividades realizadas nesse projeto foram custeadas por recursos aportados pelo Wal-Mart Brasil

Os 28 novos consultores certificados passaram por um processo de entrevistas individuais, oficinas de seleção e de certificação, acompanhados por um comitê de avaliação composto por 8 integrantes do Instituto. Os consultores formados trabalharam no projeto Wal-Mart e atualmente participam de outros projetos do Akatu que demandem consultores locais.

PROGRAMA ESCOLA DA FAMÍLIA

Utilizando recursos de videoconferência, o Akatu realizou uma atividade sobre o tema sustentabilidade e Consumo Consciente com foco em minimização de resíduos para cerca de 300 coordenadores e monitores do Programa Escola da Família. O objetivo foi mobilizar e subsidiar os participantes para a realização de ações educativas para a preservação do meio ambiente.

As atividades realizadas nesse projeto foram custeadas com recursos aportados pelo Programa Escola da Família

Este é um programa do Governo do Estado de São Paulo que reúne mais de 4 mil profissionais da educação, 18.500 estudantes universitários e quase 21.000 voluntários para criar uma cultura da paz, despertar potencialidades e desenvolver hábitos saudáveis junto aos mais de 7 milhões de jovens que vivem no Estado de São Paulo.

PROJETO DE CAPACITAÇÃO PARA CONSUMO CONSCIENTE DO DINHEIRO E DO CRÉDITO DOS COLABORADORES DO HSBC BRASIL

Sempre em busca de multiplicadores do conceito e das práticas do Consumo Consciente, o Akatu, em parceria com o HSBC Brasil, sensibilizou, mobilizou e capacitou voluntários multiplicadores para o Consumo Consciente do Dinheiro e do Crédito. O projeto foi lançado em outubro de 2008 com palestras de sensibilização a voluntários do HSBC em São Paulo (duas turmas), Rio de Janeiro e Curitiba (uma turma em cada Estado). As capacitações tiveram duração de 4 dias, 3 horas a cada dia. No final, 75 multiplicadores foram formados.

Cada multiplicador atuou na sensibilização e mobilização de três públicos diferentes, escolhidos dentre as instituições que trabalham com o Instituto HSBC, o público interno e/ou fornecedores do HSBC Brasil e familiares dos multiplicadores. As multiplicações foram iniciadas em novembro de 2008 e seguiram até janeiro de 2009.

As atividades realizadas nesse projeto foram custeadas por recursos aportados pelo Instituto HSBC



Participantes do Projeto de Capacitação para Consumo dos Colaborados do HSBC Brasil

OFICINA DE CONSUMO CONSCIENTE DO DINHEIRO E DO CRÉDITO DO BANCO REAL

Em maio, foram realizadas duas oficinas de Consumo Consciente do Dinheiro e do Crédito para o grupo de educação do Banco Real, parceiro pioneiro do Akatu, composto por 18 profissionais de diversos setores da organização.

A oficina teve como objetivo apresentar o formato de trabalho do Instituto, utilizando jogos e dinâmicas sobre o tema.

As atividades realizadas nesse projeto foram custeadas por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Instituto Akatu

Comunidades em Geral

CUIDANDO DO FUTURO – FUNDAÇÃO BRADESCO

O projeto “Cuidando do Futuro” desenvolvido pelo Akatu em parceria com a Fundação Bradesco procurou levar os conceitos e práticas de Consumo Consciente aos professores das 37 escolas da Fundação, distribuídas por todo o país. O projeto aborda de maneira transversal os temas trabalho e consumo, meio ambiente, saúde e sexualidade e pluralidade cultural.

Para atingir este objetivo, o Akatu foi convidado a fazer parte do encontro nacional dos articuladores, composto por professores representantes de todas as escolas da fundação. No evento, realizado em maio, o Akatu organizou 2 oficinas de 4 horas cada. As oficinas reuniram 200 professores capacitados para levar o conhecimento adquirido para seus alunos.

As atividades realizadas nesse projeto foram custeadas por recursos aportados pelo Bradesco, parceiro mantenedor do Akatu

OFICINA DE SUSTENTABILIDADE, CONSUMO CONSCIENTE E O PODER TRANSFORMADOR DO CONSUMIDOR PARA OS JOVENS DA YAD, LIGADOS À CIP – CONGREGAÇÃO ISRAELITA PAULISTA

Em outubro, foi realizada uma oficina de sustentabilidade, Consumo Consciente e poder transformador do consumidor para os jovens da YAD – um dos grupos de jovens existentes na Congregação israelita Paulista (CIP). A entidade desenvolve trabalhos educativos com crianças e jovens nas colônias de férias da instituição e deseja incluir nas suas atividades o Consumo Consciente como um dos temas a serem trabalhados.

As atividades realizadas nesse projeto foram custeadas por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Instituto Akatu



Equipe Akatu e jovens do YAD

NOVA FASE DO PROJETO “CUIDE” NAS UNIDADES DA SOUZA CRUZ EM UBERLÂNDIA (MG) E CACHOEIRINHA (RS)

Em 2008, o projeto CUIDE, em sua fase III, retomou suas atividades na Souza Cruz, nas unidades de Cachoeirinha e Uberlândia, com o objetivo de resgatar os conceitos do consumo conscientes já trabalhados e sensibilizar novos colaboradores. Nesta nova fase, que se iniciou em agosto, foram realizadas:

- palestras de sensibilização que contaram com cerca de 300 pessoas;
- oficinas de capacitação no tema Transporte com a formação de cerca de 40 re-editores;
- Concurso Cultural com o tema Consumo Consciente e Cultura na unidade de Cachoeirinha, com a inscrição de 56 trabalhos e
- Semana do CUIDE com o tema do Consumo Consciente, desenvolvido com o objetivo de resgatar todos os temas trabalhados ao longo do projeto iniciado em 2005.

Este projeto foi custeado por recursos aportados pela Souza Cruz



Semana do Consumo Consciente – Souza Cruz Uberlândia



Semana do Consumo Consciente – Souza Cruz Cachoeirinha



Mandala – símbolo do projeto CUIDE

Comunidades em Geral

OLIMPÍADA – GERDAU

Realizada no primeiro semestre de 2008, a Olimpíada Voluntários Gerdau teve como tema o Consumo Consciente pelo Planeta, e contou com a participação do Akatu na promoção de oficinas de capacitação de multiplicadores e no fornecimento de conteúdos para jogos com a seguinte temática: Consumo Consciente, água, energia e minimização de resíduos.

As atividades envolveram cerca de 7 mil colaboradores da empresa e aconteceram entre abril e junho, tendo beneficiado mais de 400 instituições atendidas pelo Instituto Gerdau.

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

Com o objetivo de conscientizar e mobilizar colaboradores, fornecedores e clientes de todo o Brasil para o Consumo Consciente do Dinheiro e Crédito, o Akatu e o Tribanco – do Grupo Martins – lançaram em janeiro de 2008 um projeto utilizando os recursos do ensino à distância.

Lançado durante a reunião de planejamento do Tribanco, o projeto aconteceu ao longo do ano com a implementação de várias ações:

- a) definição dos Grupos Gestores e de Trabalho que atuaram diretamente na gestão e operacionalização do projeto;
- b) realização de uma palestra de sensibilização para diretores e colaboradores do Tribanco e
- c) a primeira capacitação do Grupo de Trabalho nos conceitos de Sustentabilidade, Consumo Consciente e o Poder Transformador do Consumidor.

Este projeto foi custeado por recursos aportados pela Gerdau



Cartazes divulgação das tarefas da Olimpíada

Este projeto foi custeado por recursos aportados pelo Tribanco

Também foram criados os nove módulos de *e-learning*

que compõem este projeto:

- (1) Sustentabilidade
- (2) Consumo Consciente
- (3) Introdução ao Consumo Consciente
- (4) Consumo Consciente: O que cada um tem a ver com isso?
- (5) Dinheiro e Crédito
- (6) Consumo Consciente do Dinheiro e do Crédito
- (7) Práticas do Consumo Consciente do Dinheiro e do Crédito
- (8) Orçamento Consciente 1, nos temas alimentação, água, educação, energia, moradia e saúde e
- (9) Orçamento Consciente 2, nos temas Higiene e Perfumaria, Vestuário, Transporte, Lazer, Telefonia, Pequenas Despesas e Eletroeletrônicos.

Para todos os módulos foram criados:

- a) avaliações com 10 perguntas de múltipla escolha (5 alternativas);
- b) um glossário de termos específicos e
- c) um questionário de perguntas mais frequentes visando auxiliar a compreensão e o bom entendimento dos temas em cada um dos módulos.

O piloto do *e-learning* será disponibilizado inicialmente para o público interno do Tribanco no início de 2009. Nas próximas etapas, também previstas para o ano de 2009, os conteúdos relacionados ao Consumo Consciente do Dinheiro e do Crédito chegarão a 40 mil clientes do Tribanco e do Grupo Martins.

Esse projeto foi custeado por recursos aportados pela Brasilprev

BRASILPREV – CONSUMO CONSCIENTE NO COMBATE AO AQUECIMENTO GLOBAL

A Brasilprev e o Instituto Akatu promoveram, entre abril e novembro de 2008, o projeto baseado nos “12 Princípios para o consumidor ajudar a combater o aquecimento global”, que teve como foco central convidar os funcionários da empresa a buscar, de forma coletiva, soluções cotidianas que colaborem com o enfrentamento do problema.

O projeto incluiu a capacitação de 28 funcionários – os Embaixadores do Meio Ambiente – responsáveis por repassar o conhecimento adquirido para os 650 funcionários da sede da empresa, em São Paulo, por meio dos formatos de disseminação já existentes na Brasilprev.

Foram realizadas também ações tais como: troca de copos plásticos por canecas, estruturação de ponto de coleta de óleo de cozinha, feira de trocas e palestras.



Multiplicação via Pílulas de Aquecimento Global pelos Embaixadores do Meio Ambiente

Comunidades em Geral

NESTLÉ SEDE

Parceiro pioneiro do Akatu, a Nestlé participou diretamente de projetos envolvendo o Consumo Consciente. O projeto "O Consumo Consciente na Sede da Nestlé" – cujo principal objetivo é disseminar os conceitos e práticas do Consumo Consciente e Sustentabilidade – encontra-se em fase de planejamento.

A proposta prevê a mobilização dos cerca de 2.000 colaboradores da sede da Nestlé em São Paulo por meio de uma estratégia de Educomunicação – sensibilização por palestras temáticas e a utilização de uma ferramenta de ensino à distância – *e-learning*.

O projeto foi custeado por recursos aportados pela Nestlé

CONSUMO CONSCIENTE DO DINHEIRO E DO CRÉDITO – NESTLÉ CAÇAPAVA

Com início em 2007, o projeto teve, em sua fase preparatória, a realização de palestras de sensibilização e oficinas de capacitação de um grupo de multiplicadores no tema Consumo Consciente do Dinheiro e do Crédito. Em janeiro de 2008, o Grupo Gestor da empresa, numa oficina piloto, sugeriu alterações para readequar o projeto à realidade da Unidade da Nestlé em Caçapava.

Já com o novo formato, 150 voluntários, juntamente com o Grupo Gestor e mais um grupo de 30 multiplicadores, foram capacitados no tema do Consumo Consciente do Dinheiro e do Crédito abordando os temas:

- (1) Sustentabilidade
- (2) Consumo Consciente
- (3) O Poder Transformador do Consumidor e o
- (4) Consumo Consciente do Dinheiro e do Crédito.

Após a capacitação, o grupo iniciou as multiplicações, realizadas com o auxílio de ferramentas de comunicação internas da unidade.

Este projeto está sendo custeado por recursos aportados pela Nestlé



Palestra de sensibilização para multiplicadores do Consumo Consciente da Nestlé



Símbolo do projeto Nestlé Caçapava

ESCOLHA CONSCIENTE HP – EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO CONSCIENTE E A SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL EM ESCOLAS PÚBLICAS

O Akatu entende que uma das maneiras mais efetivas de mostrar ao cidadão a relação entre as escolhas de consumo e a cidadania se dá por meio da Educação. Desta forma, a valorização da educação formal é imprescindível e tem um papel fundamental na construção da cidadania e da sustentabilidade da vida no planeta.

Neste sentido, a HP, parceiro pioneiro do Akatu, promoveu entre 7 de junho e 31 de julho campanha para arrecadar recursos financeiros para o programa intitulado **Educação para o Consumo Consciente e Sustentabilidade Ambiental**.

Os recursos possibilitarão a implementação do projeto piloto em escolas públicas de 5 estados. O projeto prevê a formação em Consumo Consciente e Sustentabilidade Ambiental de cerca de 120 professores da Rede Pública e o desenvolvimento de material paradidático.

O projeto foi custeado por recursos aportados pela HP Brasil

O objetivo é preparar os professores para aplicar em sala de aula – para cerca de 2000 alunos do Ensino Fundamental II – os conceitos e práticas do Consumo Consciente, atrelados aos Parâmetros Curriculares Nacionais, PCNs. A primeira parte do projeto – que acontecerá em 2009 – permitirá avaliar a melhor estratégia para expansões futuras que atenda a toda a rede pública de ensino, nos diferentes estados brasileiros.

Comunidades em Geral

SERASA – PROGRAMA DE EMPREGABILIDADE

A Serasa possui um Programa de Empregabilidade de Pessoas com Deficiência que, em 2008, promoveu o desenvolvimento profissional e pessoal de 107 pessoas com necessidades especiais, com objetivo de integrá-los no mercado do trabalho.

O Akatu teve a oportunidade de contribuir neste projeto com o módulo de Consumo Consciente do Dinheiro e teve como objetivo demonstrar na prática a importância do Consumo Consciente, não só no orçamento familiar como nos impactos que as escolhas de consumo têm na natureza, na sociedade, na economia e no próprio indivíduo.

O projeto foi custeado por recursos aportados pela Serasa



Alunos do projeto participam da Oficina Consumo Consciente do Dinheiro e do Crédito

O projeto foi custeado por recursos aportados pela Libra Terminais

LIBRA TERMINAIS

Em dezembro, foram realizadas palestras de conscientização para o Consumo Consciente do Dinheiro e do Crédito dentro do Programa Fique no Azul da Libra Terminais. O objetivo era sensibilizar os participantes para o tema com a indicação de dicas práticas, além de orientá-los sobre como a adoção destas práticas é fundamental para a sustentabilidade da vida no planeta.

As palestras foram realizadas no setor de Treinamento da Libra para um grupo de 30 colaboradores que se inscreveram voluntariamente. Este primeiro contato abre as portas para outros projetos de sensibilização e mobilização para o Consumo Consciente envolvendo todos os colaboradores da empresa.

4 Empresas Disseminadoras

DISSEMINAÇÃO DO CONSUMO CONSCIENTE POR PARCEIROS E ASSOCIADOS

Uma das estratégias do Instituto Akatu na disseminação dos conceitos e da prática do Consumo Consciente é a parceria que o Instituto mantém com diversas empresas interessadas em intervir ativamente em defesa da sustentabilidade da vida no planeta.

Algumas das empresas parceiras e associadas realizam, em conjunto com o Akatu, ações que divulgam para seus vários públicos a causa que o Akatu defende.

Abaixo, são listadas algumas das ações realizadas:

- **Banco Real (Parceiro Pioneiro do Akatu):** no primeiro semestre de 2008, o Akatu desenvolveu o Caderno de Orientação Financeira abordando o uso consciente dos serviços e recursos financeiros.

Empresas Disseminadoras

- **Banco Real (Parceiro Pioneiro do Akatu):** Conteúdos produzidos pelo Akatu enriquecem o hotsite do Espaço Real de Práticas em Sustentabilidade, cuja navegação conduz o internauta para dentro de uma residência, sensibilizando-o para as práticas de Consumo Consciente dentro de casa. A publicação pode ser acessada em: <http://sustentabilidade.bancoreal.com.br/bancodepraticas/Paginas/emcasafash.aspx> – o portal.
- **Bradesco (Parceiro Mantenedor do Akatu):** o Akatu produziu e forneceu conteúdo para a produção de 12 cartilhas publicadas mensalmente dentro da série Banco do Planeta do Bradesco. O material é voltado aos colaboradores do banco e aborda os seguintes temas: Reciclagem, Amazônia, Água, Desmatamento, Carta da Terra, Aquecimento Global, Poluição, Biodiversidade, Transporte, Energia, Consumo Consciente e Alimentação.
- **Brasilprev (Parceiro Mantenedor do Akatu):** A Brasilprev reproduziu conteúdos referentes ao Consumo Consciente do dinheiro e do crédito em projetos que desenvolve em parceria com o Akatu. O material foi utilizado também em canais de comunicação internos.
- **Bahia Mineração (Associado Prata do Akatu):** em parceria com o Akatu, a Bahia Mineração produziu uma agenda com 12 mensagens (uma para cada mês) que alertam para a necessidade do Consumo Consciente de recursos naturais, enfatizando o papel protagonista do consumidor para mudança de hábitos em busca de um mundo mais sustentável.
- **Citibank (Associado Ouro do Akatu):** o Akatu forneceu conteúdo referente à cartilha “12 princípios do Consumidor Consciente” usada em campanha de comunicação interna, voltada aos colaboradores do banco.
- **Itaú Social (Parceiro Pioneiro do Akatu):** no primeiro semestre de 2008, o Akatu realizou para o Itaú Social uma oficina sobre sustentabilidade para educadores de Organizações Não-Governamentais de todo o País.
- **E-Bit (Parceiro Institucional do Akatu):** em mais uma das ações de disseminação dos conceitos sobre Consumo Consciente e sustentabilidade, o Akatu forneceu o conteúdo sobre temas ligados ao Consumo Consciente para ser enviado à lista de e-mails de clientes da E-Bit. Foram disparados 70.000 e-mails.
- **Philips (Parceiro Mantenedor do Akatu):** desde fevereiro de 2008, o Akatu colabora com o Blog de Eficiência Energética, desenvolvido e mantido pela Philips, com conteúdo sobre o Consumo Consciente de energia. O endereço para acessar e ler os textos publicados no Blog é: www.energiaeficiente.com.br.
- **Grupo JD (Parceiro Mantenedor do Akatu):** a partir de conteúdos fornecidos pelo Instituto Akatu, o grupo desenvolveu uma apresentação sobre sustentabilidade usada junto a fornecedores do Grupo JD.
- **Gerdau (Parceiro Mantenedor do Akatu):** Conteúdos fornecidos pelo Akatu sobre a percepção do consumidor acerca da Responsabilidade Social Empresarial embasaram debates e discussões que a empresa promoveu internamente. O Akatu também desenvolveu material para um aplicativo do site da Gerdau a ser lançado em 2009. O aplicativo sensibiliza e mobiliza o consumidor para o Consumo Consciente em casa, no trabalho e na escola.
- **Kraft Foods (Associado Benemérito do Akatu):** a Kraft Foods editou e distribuiu a cartilha “12 princípios para o Consumidor ajudar a combater o Aquecimento Global” para seus 5.000 colaboradores e familiares em todo o Brasil.
- **RL Sistemas de Higiene (Associado Prata do Akatu):** distribuiu os “12 Princípios do Consumidor Consciente” para cerca de 230 pessoas que participaram do Ciclo de Palestras sobre Meio Ambiente organizado pela Alcon que contou com o apoio da RL Higiene.
- **Tribanco (Parceiro Mantenedor do Akatu):** Com conteúdos elaborados pelo Instituto Akatu, a empresa utilizou as faturas de mercadorias para divulgar e promover algumas práticas do Consumo Consciente e do poder transformador do consumidor.
- **Nestlé Caçapava e Nestlé Sede (Parceiro Pioneiro do Akatu):** Para sensibilizar seus colaboradores para a causa do Consumo Consciente, a empresa utilizou frases de impacto em adesivos impressos e distribuídos pelas dependências de sua sede e na unidade de Caçapava.

UMA DAS ESTRATÉGIAS DO INSTITUTO AKATU
NA DISSEMINAÇÃO DOS CONCEITOS E DA PRÁTICA
DO CONSUMO CONSCIENTE É A PARCERIA QUE
O INSTITUTO MANTÉM COM DIVERSAS EMPRESAS
INTERESSADAS EM INTERVIR ATIVAMENTE EM
DEFESA DA SUSTENTABILIDADE DA VIDA NO PLANETA

5

Instituições Educacionais

As atividades do Trote da Cidadania pelo Consumo Consciente na Unicamp foram custeadas por recursos aportados pela Vivo e pelo Itaú

TROTE UNICAMP

A quinta edição do Trote da Cidadania pelo Consumo Consciente, fruto da parceria entre o Akatu e a Comissão do Trote, reuniu calouros de 37 cursos da Unicamp permitindo que esses futuros profissionais tivessem um primeiro contato com conceitos e práticas do Consumo Consciente. O evento envolveu mais de 2 mil calouros em 2008 e buscou beneficiar cerca de 140 mil habitantes dos bairros Barão Geraldo, Santa Genebra e São Quirino, próximos à universidade, em Campinas. Vale ressaltar que o apoio do Akatu para essa ação começou em 2004.

Além de capacitar alunos veteranos e professores como multiplicadores das mensagens de Consumo Consciente, o Instituto Akatu também desenvolveu uma campanha de comunicação para a semana do trote, com cartazes, cartilhas e folhetos instrutivos sobre temas como coleta seletiva, aproveitamento integral de alimentos e incentivo ao uso de canecas em vez de copinhos de plástico descartáveis.

O projeto está sendo custeado integralmente por recursos aportados pela HP Brasil



Alunos da Unicamp sensibilizam moradora para o Consumo Consciente

Como parte das ações do Trote da Cidadania, calouros e veteranos organizaram visitas a 8 instituições infantis que abrigam cerca de 700 crianças. As crianças – com idade média de 12 anos – receberam informações sobre os hábitos de Consumo Consciente relacionados ao seu dia-a-dia.

O desperdício e reaproveitamento de alimentos foi outro tema abordado durante as ações. Após assistirem a uma palestra, visitar o Ceasa de Campinas e uma composteira, os calouros foram convidados a verificar o desperdício de comida nos restaurantes da Unicamp que, estima-se, jogam fora 600 quilos de alimentos todos os dias.

O Trote da Cidadania da Unicamp foi premiado em 2003 e 2007 (nesta edição com apoio do Akatu) como o “Melhor Trote da Cidadania no Brasil” e, em 2004, como “Caso de Sucesso” pela Fundação Educar, Instituto Ethos e Faça Parte.

EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO CONSCIENTE E SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

Elaborado em conjunto com a HP Brasil, Parceiro Pioneiro do Akatu, o programa pretende conscientizar adolescentes de escolas públicas de todo país para o conceito e a prática do Consumo Consciente. O programa é fruto da campanha Escolha Consciente HP, parceria da HP Brasil com o Instituto Akatu, firmada no primeiro semestre de 2008.

O foco do programa são estudantes do 7º ano do Ensino Fundamental, fase em que os alunos têm em média 12 anos de idade e começam a formação de valores individuais e práticas mais autônomas de consumo.

Em 2009, o projeto será desenvolvido em 15 escolas estaduais, sendo três em cada região do país. A partir de março de 2009, os professores, diretores e coordenadores pedagógicos das escolas incluídas no projeto piloto passarão por uma formação de quatro meses. No segundo semestre, os educadores, já aptos às práticas fundamentais do programa, repassarão o conhecimento adquirido para seus alunos em salas de aula.

Participarão do projeto piloto aproximadamente 120 educadores que vão replicar o conhecimento para mais de 2.000 alunos. O programa foi concebido de forma alinhada aos PCNs (Parâmetros Curriculares Nacionais) e conta com o apoio das Secretarias de Estado da Educação.

Além de desenvolver o programa e preparar os professores, o Instituto Akatu acompanhará os resultados das atividades em sala de aula e promoverá reuniões de avaliação do processo a cada dois meses.

Será criado também um banco de práticas para troca de experiências entre as escolas participantes e um banco de atividades para auxiliar a expansão do projeto.

A formação será realizada em três modalidades – ensino à distância, semipresencial, e presencial – buscando comparar a eficácia dos três processos para futura expansão do projeto a outras escolas públicas em todo o Brasil.

6

Jogos e Dinâmicas

Jogos e Dinâmicas são excelentes ferramentas para transmitir os conceitos e informações relacionados ao Consumo Consciente.

Além de permitir que os conhecimentos sejam passados de forma interativa, lúdica e agradável, os jogos aumentam o interesse individual em aprender. Psicólogos e comunicadores afirmam que as pessoas guardam 20% do que ouvem, 40% do que veem, 60% do que veem e ouvem ao mesmo tempo e 80% do que vivenciam. Por isso, em qualquer aprendizagem, é fundamental combinar formatos didáticos e criativos procurando sempre equilibrar o racional e o emocional. Esta é a tarefa principal da utilização de Jogos e Dinâmicas nas atividades do Akatu.

ALÉM DE PERMITIR QUE OS CONHECIMENTOS SEJAM PASSADOS DE FORMA INTERATIVA, LÚDICA E AGRADÁVEL, OS JOGOS AUMENTAM O INTERESSE INDIVIDUAL EM APRENDER

JOGOS

Os jogos são desenvolvidos com base nas metodologias do Instituto, seguindo as suas pedagogias de sensibilização (relevância, interdependência, cotidiano, cidadania) e exemplaridade. São também baseados nos conceitos de jogos cooperativos, em que todas as partes envolvidas saem ganhando em cada experiência de aprendizado e os resultados são obtidos por meio de ações conjuntas. Nesse sentido, as informações e as reflexões durante a aplicação dos jogos são mais importantes do que os resultados.

Os jogos desenvolvidos pelo Akatu seguem os seguintes formatos:

- **Jogo de tabuleiro:** para ser utilizado por uma família ou um grupo pequeno de amigos;
- **Jogo gigante:** para ser utilizado em oficinas e dinâmicas dentro de projetos específicos, pois permitem trabalhar com um número maior de pessoas;
- **Jogo eletrônico:** possibilita a distribuição do jogo em rede, aumentando o número de jogadores e a consequente disseminação dos temas trabalhados.

Em 2008, o Akatu desenvolveu um amplo trabalho de pesquisa, cadastro e contato com novos fornecedores de jogos. Também foram elaborados os documentos necessários ao registro legal dos produtos já desenvolvidos, bem como os contratos de cessão de direitos e prestação de serviços para a criação e desenvolvimento de novos produtos.

Abaixo, são listados jogos implementados e em desenvolvimento durante o ano de 2008:

- **Jogos do Consumo Consciente da Energia Elétrica, da Água, da Energia, do Transporte, da Minimização de Resíduos, da Sustentabilidade** – versões tabuleiro, eletrônica e grandes grupos;
- **Jogo da Teia de Impactos** – versão tabuleiro, eletrônica e grandes grupos;
- **Reedição do Jogo do Consumo Consciente do Dinheiro e do Crédito** – versão tabuleiro para duas novas versões do jogo de cartas e em RPG solo;
- **Reedição do Jogo Cenas da Rua** – versão tabuleiro, eletrônica e grandes grupos.

DINÂMICAS

As dinâmicas são desenvolvidas de modo contínuo e visam atender às demandas dos projetos do Akatu (de capacitação comunitária, do portal ou de comunicação).

Abaixo, estão alguns exemplos de dinâmicas criadas em 2008 e já utilizadas em projetos:

- **Rede da Vida** – utilizada no projeto Wal-Mart, na Oficina do Itaú/CENPEC e Trote do Consumo Consciente 2008 (Unicamp).
Trabalha a Pedagogia da Interdependência.
- **Muro dos Problemas e a Árvore das Soluções** – utilizadas nos projetos Wal-Mart, Brasilprev e Oficina do Banco Real.
Trabalha a mobilização dos multiplicadores identificando e solucionando previamente os possíveis problemas que o projeto possa ter em sua implementação.
- **Corrida de Obstáculos** – utilizada no projeto Tribanco (é uma adaptação em formato de jogo cooperativo do Muro dos Problemas e a Árvore das Soluções).
Trabalha a mobilização dos multiplicadores identificando e solucionando previamente os possíveis problemas que o projeto possa ter em sua implementação.
- **Um dia na vida de... Família Jotacá** – utilizada no projeto Wal-Mart e Oficina do Banco Real.
Trabalha os conceitos de Consumo Consciente e Sustentabilidade e Consumo Consciente do Dinheiro e do Crédito.
- **Estrutura Sustentável** – utilizada nos Projetos Souza Cruz Cachoeirinha e Uberlândia, Olimpíadas Gerdau e Oficina do Itaú/CENPEC.
Trabalha o conceito de Sustentabilidade.
- **Veneno ou Remédio** – utilizada nos Projetos Nestlé Caçapava, HSBC, Oficina do Banco Real e Serasa Empregabilidade.
Trabalha o Consumo Consciente do Crédito.
- **Jogo Sociométrico** – utilizada nos Projetos Tribanco, Souza Cruz Cachoeirinha e Uberlândia.
Trabalha a integração das pessoas.
- **Crachá das Nuvens** – utilizada no projeto Brasilprev.
Trabalha o Consumo Consciente do Transporte dentro dos princípios do Akatu de combate ao Aquecimento Global.
- **Campanha Criativa de Sensibilização** – utilizada no projeto Olimpíadas Gerdau.
Trabalha o Consumo Consciente de Água e Energia.
- **Você decide** – utilizada nos projetos Nestlé Caçapava, Banco Ibi e Oficina do Banco Real, HSBC e Serasa Empregabilidade.
Trabalha o Consumo Consciente do Dinheiro e do Crédito.
- **Percepções das Mudanças** – utilizada no projeto Trote do Consumo Consciente 2008 (Unicamp).
Trabalha a sustentabilidade e sua evolução histórica.
- **O papel de Cada um e Qual o seu papel no Mundo?** – utilizadas no projeto Trote do Consumo Consciente 2008 (Unicamp) e Wal-Mart.
Trabalham a sustentabilidade individual e coletiva (empresas, estado e instituições sócias).
- **Você já parou para pensar sobre...** – utilizada no projeto Trote do Consumo Consciente 2008 (Unicamp).
Trabalha a Minimização de Resíduos sob a ótica do Consumo Consciente.

- **Inventário de Percepções** – utilizada no projeto Tribanco e Wal-Mart.
Trabalha os conceitos de Consumo Consciente, Sustentabilidade e Responsabilidade Social Empresarial, e pode ser utilizada com qualquer outro tema. Serve para dar ao facilitador/consultor um diagnóstico preliminar sobre o conhecimento de determinado assunto pelo grupo participante.
- **Leitura e Interpretação de Embalagens** – utilizadas nos Projetos Tribanco, Souza Cruz Cachoeirinha e Uberlândia.
Trabalha o Poder Transformador do Consumidor baseado nos conceitos da escolha de produtos e serviços.
- **Cadeia de Impactos** – utilizada na Oficina de Certificação de Consultores e na Oficina Bradesco/Futura.
É uma derivação da dinâmica da Teia de Impactos. Trabalha as escolhas e os impactos positivos e negativos no uso dos produtos e serviços.
- **Troca de Experiências** – utilizada da Oficina Bradesco/Futura.
Trabalha a integração e os temas abordados ao longo das oficinas de capacitação, elucidando as fases do consumo, a interdependência, os impactos e o poder transformador do consumidor.

- **Verdadeiro ou Falso e Passando a Bola** – utilizadas no projeto Wal-Mart.
Trabalham os conceitos apresentados em capacitações anteriores, validam o aprendizado e checam a absorção dos conteúdos apresentados. São dinâmicas indicadas para processos mais longos de capacitação.
- **Você já parou para pensar sobre...** – utilizada no projeto Wal-Mart e Oficina de Certificação de Consultores.
Trabalha o desperdício sob a ótica do Consumo Consciente.
- **Triângulo Focal** – utilizada no projeto Tribanco.
Trabalha a interdependência.
- **Chart da NASA** – utilizada no projeto HSBC.
Trabalha a integração da equipe (trabalho de equipe).
- **O que é sustentabilidade? Percepções** – utilizada nos projetos Wal-Mart, HSBC, Libras, Oficina CIP, Souza Cruz Uberlândia e Cachoeirinha.
Trabalha o conceito de sustentabilidade.
- **Construção Coletiva** – utilizada no projeto HSBC e oficinas de capacitação da equipe interna.
Trabalha a comunicação.

OFICINA DE FORNECEDORES DE JOGOS E DINÂMICAS – CONSTRUINDO A SUSTENTABILIDADE

O Akatu realizou três oficinas para fornecedores de jogos e dinâmicas que trabalham em parceria nos diversos projetos do Instituto. Com o objetivo de alinhar conceitos e linguagem, as oficinas aprofundaram temas como Sustentabilidade, Consumo Consciente, Poder Transformador do Consumidor e a aplicação das pedagogias de Sensibilização (relevância, interdependência, cotidiano, cidadania) e Exemplaridade.

Os projetos da área de Jogos e Dinâmicas foram custeados por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Instituto Akatu, além de recursos dos apoiadores de projetos específicos

Meios de Comunicação

O Akatu obteve um espaço em jornais e revistas e em reportagens veiculadas em rádios e emissoras de televisão equivalente a cerca de **R\$ 6 milhões** em mídia pró-bono durante o ano de 2008, em matérias sobre o Consumo Consciente em que o Akatu é explicitamente mencionado. Esta veiculação inclui apenas a presença em espaços editoriais, não incluindo os publicitários, que serão relatados adiante, no capítulo 9.

Este valor considera:

- (a) as pautas divulgadas para a grande imprensa com o apoio da CDN – Companhia de Notícias – Parceiro 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.

TODO O TRABALHO DO AKATU VOLTADO À DIVULGAÇÃO DA CAUSA E DOS CONTEÚDOS DE CONSUMO CONSCIENTE PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO FOI CUSTEADO POR RECURSOS APORTADOS PELOS PARCEIROS E ASSOCIADOS DO INSTITUTO

JORNAIS

O debate sobre Consumo Consciente e sustentabilidade vem ganhando cada vez mais as páginas de jornais do país. Em 2008 não foi diferente. O espaço ocupado por matérias sobre Consumo Consciente veiculadas em jornais durante 2008, nas quais há menção explícita ao Akatu, correspondeu a 7,6 mil cm/col. Isso equivale a 24 páginas tipo *standard* e esse espaço, caso fosse pago, custaria R\$ 2,6 milhões.

virtual, levando a causa do Consumo Consciente a um número cada vez maior de consumidores.

Ao longo de 2008, conteúdos com menção explícita ao Akatu na internet somaram 1.482 mil caracteres. Isso é equivalente a 148 páginas de jornal tipo *standard* cheias de texto. Entretanto, não há como mensurar monetariamente este valor.

REVISTAS

As revistas constituem um espaço privilegiado para tratar de temas sensíveis como Consumo Consciente e sustentabilidade. Em 2008, o Consumo Consciente, com menção explícita ao Akatu, ocupou um espaço correspondente a 39 mil cm², o equivalente a 62,5 folhas A4. Se essa veiculação tivesse sido paga, representaria um investimento de R\$ 2,2 milhões.

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.

INTERNET

A disseminação de conteúdos produzidos pelo Akatu e sua citação como fonte em debates sobre Consumo Consciente e sustentabilidade se propagam pelo mundo

Ao longo de 2008, o valor total das veiculações em emissoras de TV – caso fosse pago – foi de cerca de R\$ 1,1 milhão. A veiculação em rádio correspondeu ao equivalente a R\$ 180 mil.

Meios de Comunicação

DESTAQUES DA PRESENÇA DO INSTITUTO AKATU NA IMPRENSA

Jornal Folha de S. Paulo

Publicado no jornal Folha de S. Paulo no dia 3 de Janeiro de 2008, o artigo *Consumo como ato de solidariedade*, de autoria do diretor-presidente do Akatu, Helio Mattar, destaca a importância de tentar impactar positivamente a sociedade e o planeta em um ato de solidariedade.

O mesmo jornal voltou a publicar em 19 de novembro, por ocasião da proximidade das festas natalinas, o artigo *Natal: tempo de brincar com a caixa*, também da autoria de Helio Mattar. O texto propõe uma reflexão sobre a celebração do Natal e o seu verdadeiro sentido.

Jornal O Globo

Na edição de 2 de junho, Helio Mattar, diretor-presidente do Instituto Akatu, emite sua opinião em extensa reportagem sobre a contribuição que o consumidor pode dar em prol da sustentabilidade do planeta. Mattar enfatiza que é “Hora de repensar os padrões de consumo”.



Folha de São Paulo
03/01/08 - São Paulo
Tendências e Debates
pág. A-02

Jornal Estado de Minas

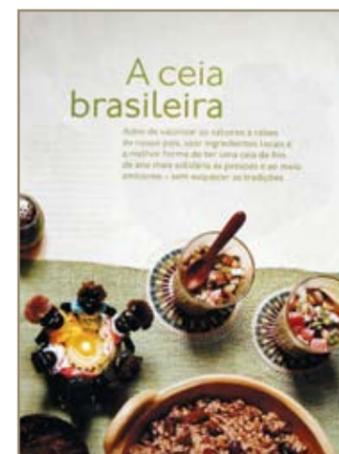
“Interessado, porém, descrente”, é uma ampla reportagem publicada pelo diário Estado de Minas no dia 1º de abril. A reportagem divulga os resultados da pesquisa realizada pelo Akatu em parceria com o Instituto Ethos de Responsabilidade Social que mostra que o consumidor brasileiro dá atenção à responsabilidade das empresas, mas ainda não acredita nas atitudes destas.

Revista Sustenta!

A revista *Sustenta!* lançou seu primeiro número em outubro de 2008 e rapidamente conquistou o respeito do mercado editorial. Em seu terceiro número (edição de novembro) publicou o artigo *Natal Consciente*, da autoria de Helio Mattar, diretor-presidente do Akatu. Além de propor uma reflexão sobre os gastos exagerados no Natal, o texto sugere mudanças de comportamentos no sentido de tornar o consumidor um cidadão mais consciente dos efeitos de seus atos de consumo.

Revista Época

Em 2008, a revista *Época* publicou a edição Especial Meio Ambiente e em uma reportagem de profundidade com o título “Compre Verde: como nossas compras podem ajudar a salvar o planeta”, vários dados pesquisados e elaborados pelo Akatu são citados.



Vida Simples
nov/2008 - nº 72
São Paulo
pág. 52 a 57

Revista Vida Simples

Na edição de janeiro de 2008, a revista traz a reportagem “É proibido lavar a calçada com esguicho d’água?” em que cita cálculos feitos pelo Akatu e que ajudam o consumidor a perceber o poder de suas atitudes cotidianas. Em novembro, a revista publicou a reportagem “A Ceia Brasileira”, onde apresenta e valoriza os sabores e raízes do Brasil, incentiva o uso de ingredientes locais como melhor forma de ter uma Ceia de fim de ano solidária às pessoas e ao meio ambiente. As dicas apresentadas na reportagem são do Akatu.

Planeta Sustentável

A Entrevista concedida por Helio Mattar foi destaque na homepage do Planeta Sustentável (*webdoor*) no dia 24 de abril, no www.planetasustentavel.com.br. Durante a entrevista, Mattar afirma que “está nas mãos dos consumidores o poder de definir as suas necessidades, de decidir consumir apenas o que realmente necessitam e, com isso, controlar o quanto gastamos de recursos da natureza.” O conteúdo pode ser acessado através dos links:

Entrevista: http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/desenvolvimento/conteudo_273630.shtml

Vídeo: http://planetasustentavel.abril.com.br/videos/videos_273862.shtml?secao=Depoimentos&assunto=Helio%20Mattar

GloboNews

O programa Cidades e Soluções é uma das maiores referências jornalísticas na busca de soluções para um mundo sustentável. O programa destaca iniciativas que já estão dando resultado e podem ser aplicadas no Brasil. Conduzido por André Trigueiro, o programa contou com a presença de Helio Mattar, que lembrou os telespectadores sobre a necessidade de consumir com consciência durante as suas compras: <http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM939497-7823-DICAS+DE+COMO+FAZER+U+M+NATAL+CONSCIENTE,00.html>

Record News

Estilo e Saúde é um programa diário com foco no bem estar e na qualidade de vida. Dele participam especialistas nas áreas de saúde, moda, beleza, comportamento, estética e nutrição. Helio Mattar, diretor-presidente do Akatu foi convidado ao programa do dia 4 de setembro para falar sobre o Consumo Consciente.

TV Cultura

Ação Consciente é um programa semanal de caráter educativo da TV Cultura com alcance nacional que discute temas relacionados às mudanças climáticas e à sustentabilidade do planeta. Porta-vozes do Akatu participaram do programa para mostrar como todos podem participar da construção de um mundo mais sustentável com suas atitudes.

Meios de Comunicação

Akatu no “Mundo da Valentina”

Em 2008, foram vinculadas 13 reportagens do quadro “O Mundo de Valentina”, do programa *Happy Hour*, exibido no canal GNT. A série foi uma adaptação das reportagens exibidas em 2007 pelo Fantástico da Rede Globo. Dos programas exibidos, sete foram elaborados com a colaboração do Akatu e fazem menção explícita do Instituto.

Programa “Pílulas para salvar o planeta”

Ao longo de 2008, a rádio Paradiso, do Rio de Janeiro, levou ao ar uma série de programetes intitulada “Pílulas para Salvar o Mundo”. Apresentado por Gabriel Moojen, jornalista originalmente envolvido nas reportagens sobre O Mundo de Valentina, veiculadas no Fantástico da Rede Globo, o programa tem o objetivo de mobilizar os ouvintes para a promoção e preservação de um planeta mais sustentável. Os programas tiveram a colaboração do Akatu em todo o seu conteúdo.

Entrevistas com representantes do Akatu concedidas a veículos internacionais:

■ Entrevista para o Americas Society/Council of the Americas (19/03/2008)

Entrevistado: Helio Mattar

Publicada em: <http://www.as-coa.org/article.php?id=1135>

Responsável pela entrevista: Carin Zissis
Americas Society/Council of the Americas
680 Park Avenue New York, NY 10065 212-277-8330
www.as-coa.org
czissis@as-coa.org

■ Entrevista para o Americas Society/Council of the Americas, (22/09/08)

Entrevistado: Helio Mattar

Publicada em: <http://www.latinbusinesschronicle.com/app/article.aspx?id=2760>

Responsável pela entrevista: Carin Zissis
Americas Society/Council of the Americas
680 Park Avenue New York, NY 10065 212-277-8330
www.as-coa.org
czissis@as-coa.org

■ Entrevista para o International Youth Foundation, (05/08/08)

Entrevistado: Helio Mattar

Publicada em: <http://www.youthactionnet.org/index.php?fuse=showresourcedetails&resourceid=36>

Responsável pela entrevista: <http://www.youthactionnet.org/index.php?fuse=multimediatetails&id=166>



O Portal Akatu

O Akatu começou o ano de 2008 com um portal reformulado. Com as mudanças, o Akatu atingiu o maior número de **visitantes únicos** desde que as medições começaram a ser feitas em 2005. A média mensal foi de cerca de **39.200 visitantes únicos** durante 2008, e o pico do ano se deu no mês de maio, quando foram registrados quase **60.000 visitantes únicos**.

O número de visitantes únicos já vinha crescendo expressivamente ao longo dos anos. Em 2007, a média foi de 23.200 com o pico de quase 39.000 no mês de outubro. Já em 2006, a média ficou em 14.000 e o pico foi de 31.000, também em outubro.

No que se refere ao **número de visitas**, em 2008 o portal do Akatu registrou uma média mensal de **45.000 visitas**, cujo pico foi o mês de maio com quase **59.000 visitas**.

BOLETINS DO AKATU

Entre janeiro e dezembro, o Instituto Akatu produziu **20 boletins** de notícias e reportagens sobre o Consumo Consciente. Os boletins foram distribuídos para uma lista de cerca de **22.500 destinatários** cadastrados.

O Portal Akatu

DESTAQUES DO BOLETIM AKATU EM 2008

Em 2008, tal como vinha acontecendo nos anos anteriores, algumas das reportagens produzidas pelo Akatu, sempre com foco em Consumo Consciente e sustentabilidade, ganharam espaço em outras publicações. Abaixo, estão listadas algumas das reportagens produzidas durante esse ano, disponíveis no Portal do Instituto, que obtiveram grande repercussão, tendo sido citadas ou reproduzidas parcial ou integralmente por outros meios de comunicação:

■ **Computadores de cabeça quente:** publicada em 30 de janeiro

Publicada pelo portal E-Educador:

<http://e-educador.com/index.php/mundo-high-tech-mainmenu-99/23-novidades/849-computadores-de-cabeca-quente;>

Publicada pelo Portal Aprendiz:

<http://aprendiz.uol.com.br/content/hotreleku.mmp;>

Publicado pelo portal da Universidade de Salvador:

<http://web.unifacs.br/engajamentocidadao/docs/akatu/Computadores%20de%20cabe%C3%A7a%20quente.pdf;>

■ **O dia “D” do consumo:** publicada em 27 de fevereiro

Publicada no portal do Planeta Sustentável:

http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/atitude/conteudo_273437.shtml;

Publicada no portal da Universidade Metodista:

[http://www.metodista.br/maiscidadania/reportagens/o-dia-201cd201d-do-consumo/;](http://www.metodista.br/maiscidadania/reportagens/o-dia-201cd201d-do-consumo/)



Home do portal Akatu

■ **Akatu e Ethos divulgam nova pesquisa sobre**

Consumo e RSE: publicada em 25 de março

Publicada no portal Insights Qualitativos:

<http://www.insights-qualitativos.com/2008/04/akatu-e-ethos-divulgam-nova-pesquisa.html;>

Publicada no portal do IPEA:

http://www.ipea.gov.br/acaosocial/articledf45.html?id_article=609;

Citada no portal da Revista Fator:

http://www.revistafator.com.br/ver_noticia.php?not=7172;

Publicada no portal da SIGNI – Estratégias

para a Sustentabilidade:

[http://www.signi.com.br/noticias.php?ID=471&";](http://www.signi.com.br/noticias.php?ID=471&)

■ **Será que isso vai para reciclagem?:** Publicada

em 08 de maio

Publicada no portal da Folha Verde:

<http://folhaverde.multiply.com/journal/item/226/226;>

Publicada no portal da Ag Salve –

Monitoramento Ambiental:

<http://www.agsolve.com.br/noticia.php?cod=924;>

Publicada no portal da Ação Voluntária:

<http://www.acaovoluntaria.org.br/noticia.asp?id=78;>

Publicada no portal Movimento das Artes:

http://www.movimentodasartes.com.br/html/mda_ma/pop_081/080512a.htm;

■ **Consumo no divã:** publicada em 17 de junho

Publicada no portal do Instituto Alana:

<http://www.alana.org.br/CriancaConsumo/Biblioteca.aspx?v=1&art=44;>

Publicada no portal Nosso Ambiente:

http://www.nossoambiente.com.br/index.php?exe=noticia¬icia_id=287;

■ **Descarte de remédios, uma questão muito grave:**

publicada em 4 de setembro

Publicada no portal Planeta Sustentável:

http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/lixo/conteudo_296191.shtml;

Publicada no portal Banco do Planeta:

<http://www.bancodoplaneta.com.br/profiles/blog/show?id=1741754%3ABlogPost%3A100457;>

Publicado no Portal Aprendiz:

<http://aprendiz.uol.com.br/content/briwodrest.mmp;>

Publicada no portal Estilo RS:

<http://www.estilors.com.br/acaosocial/detail.php?asid=73;>

Publicada no portal Silcon Ambiental:

[http://www.silcon.com.br/2008/08/12/descarte-de-remedios-uma-questao-muito-grave/;](http://www.silcon.com.br/2008/08/12/descarte-de-remedios-uma-questao-muito-grave/)

■ **Repensando o uso do automóvel:** publicada

em 15 de setembro

Publicada no portal Pará Negócios: http://www.paranegocios.com.br/especiais_cont.asp?id=274;

Publicada no portal Mercado Ético:

[http://mercadoetico.terra.com.br/arquivo/repensando-o-uso-do-automovel-nas-cidades/;](http://mercadoetico.terra.com.br/arquivo/repensando-o-uso-do-automovel-nas-cidades/)

Publicada no portal do SEMASA:

http://www.semasa.sp.gov.br/admin/biblioteca/docs/doc/Boletim_CR_70.08.htm;

Publicada no portal do Centro de Estudos

de Sustentabilidade:

<http://www.ces.fgvsp.br/index.cfm?fuseaction=noticia&Dnoticia=128242&IDidioma=1;>

Publicada no portal da Envolverde:

<http://envolverde.ig.com.br/?PHPSESSID=650743c0f571cf482a5cf6663d603ae1;>

■ **Construção: um desafio para a sustentabilidade:**

publicada em 09 de outubro

Publicada no portal Conexão Social:

<http://www.conexasocial.org.br/blog/?p=73;>

Publicada no portal do Mercado Ético:

[http://mercadoetico.terra.com.br/arquivo/construcao-um-desafio-para-o-desenvolvimento-sustentavel/;](http://mercadoetico.terra.com.br/arquivo/construcao-um-desafio-para-o-desenvolvimento-sustentavel/)

■ **São Paulo busca soluções para evitar colapso**

socioambiental: publicada em 10 de novembro

Publicada no portal Ag Solve – Monitoramento

Ambiental:

<http://www.agsolve.com.br/noticia.php?cod=1540;>

Publicada no portal do Observatório de Políticas

Públicas Ambientais da América Latina e Caribe:

http://www.opalc.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=2008&Itemid=1;

Publicada no portal do Centro de Estudos

de Sustentabilidade: <http://ces.fgvsp.br/index.cfm?fuseaction=noticia&IDnoticia=135185&IDidioma=1;>

Publicada no portal do Mercado Ético:

[http://mercadoetico.terra.com.br/ultimas-noticias/meio-ambiente/page/7/;](http://mercadoetico.terra.com.br/ultimas-noticias/meio-ambiente/page/7/)

Publicada no portal do Instituto Ares:

[http://www.institutoares.org.br/fpd_informa.asp?q=1GV2RQM34P&top=";](http://www.institutoares.org.br/fpd_informa.asp?q=1GV2RQM34P&top=)

■ **Consumo é a chave para a sustentabilidade na**

Amazônia: publicada em 08 de dezembro

Publicada no portal da Envolverde:

<http://envolverde.ig.com.br/?edt=3&PHPSESSID=cf09804732e964be1386b5d8321;>

O Portal Akatu

INTERATIVIDADE

Por entender que a interatividade alavanca um maior número de acessos ao Portal, o Instituto Akatu, além das habituais ferramentas interativas, apostou nas datas comemorativas para divulgar de forma ampla o Consumo Consciente:

Dia sem Carro

O Banner Interativo do Dia sem Carro, criado pela Soluttia, Parceiro Institucional do Akatu, possibilita calcular a quantidade de emissões de gases de efeito estufa emitidas por cada meio de transporte, de acordo com a opção de cada usuário.

Durante o mês de setembro, quando o Banner foi publicado, o Portal do Akatu teve o segundo maior pico de acessos com pouco mais de 58.000 visitas feitas por cerca de 50.500 visitantes únicos, que acessaram quase 148.000 páginas visitadas no mês.

Ano Novo

Em dezembro de 2008, foi lançado o Cartão de Resoluções para 2009, uma peça interativa que, ao mesmo tempo, divulgou a mensagem de fim de ano do Akatu e permitiu a cada internauta construir seu próprio cartão virtual a partir de suas escolhas conscientes para 2009.

A peça alavancou a visitação do Portal do Akatu, que obteve mais de 25.000 visitas nas duas semanas que antecedem o Natal e na última semana do ano. O cartão foi desenvolvido pela Soluttia, Parceira Institucional do Akatu.

As ações relacionadas ao Portal do Akatu foram custeadas com recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Akatu

CENTRO DE REFERÊNCIA AKATU

O Centro de Referência Akatu pelo Consumo Consciente (www.centroakatu.org.br) é um canal especial criado pelo Instituto que visa aproximar empresas e seus consumidores finais, sem intermediários. No ar desde abril de 2005, o centro é constituído por três módulos: Biblioteca Akatu, Guia de Empresas e Produtos e Indicadores do Consumo Consciente (ICCs).

O Centro de Referência vem sendo reformulado para facilitar sua consulta e tornar a navegação mais amigável, principalmente no que se refere ao item Guia de Empresas e Produtos. A complexidade de sua navegação está na origem de um número reduzido de cadastros e de interações entre empresas e consumidores na Escala Akatu de Responsabilidade Social. Com as mudanças já planejadas para implementação em 2009, será possível um acesso muito mais fácil e mais dinâmico.

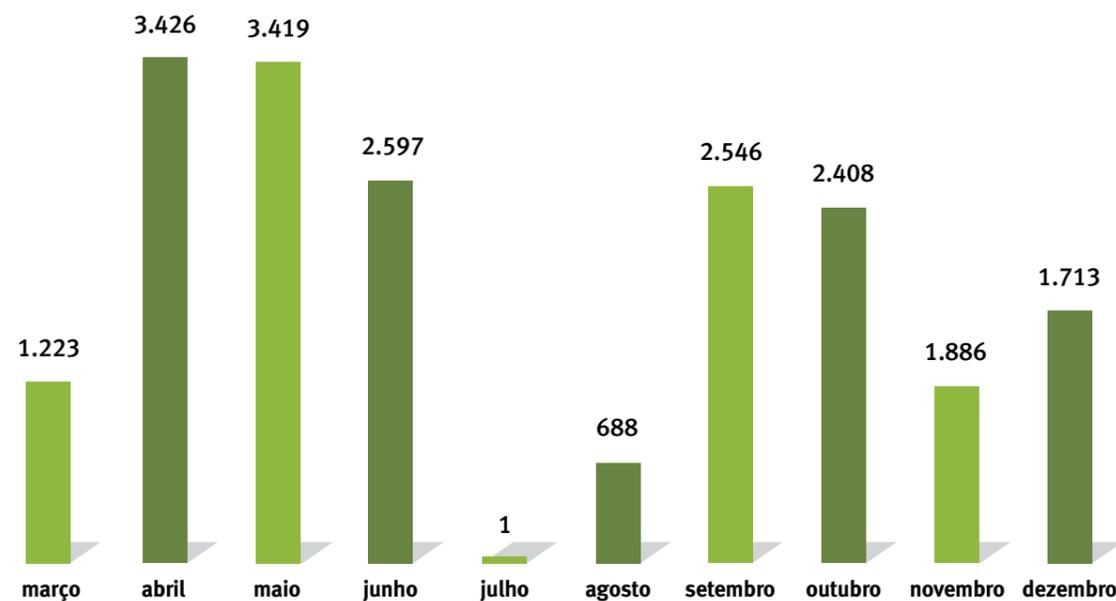
Atualmente, existem 268 empresas cadastradas no Centro de Referência, entre elas 180 têm a Escala Akatu visível ao público. O Índice de Consumidores Conscientes conta com cerca de 20.000 usuários, sendo que 3.200 usuários responderam aos ICCs até o final de 2008.

DADOS DE ACESSO AO CENTRO DE REFERÊNCIA AKATU PELO CONSUMO CONSCIENTE EM 2008

Ao longo de 2008, o Centro de Referência, teve uma média mensal de pouco mais de 1.600 acessos. É preciso, no entanto, deixar claro que esse número não considera os meses de janeiro, fevereiro, julho e parte do mês de agosto, em que os acessos não foram contabilizados, por conta de problemas técnicos ocorridos durante a reformulação do Centro de Referência que aconteceu durante o ano.

O Centro de Referência (CR) foi patrocinado pela Nestlé e pela Fundação Avina. Tem apoio institucional da UNESCO e apoio tecnológico da HP, Oracle e E-consulting. A Operação e reformulação do CR estão sendo custeados por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Akatu

NÚMEROS DE ACESSOS EM 2008



Publicidade

SEU CONSUMO TRANSFORMA O MUNDO

Em 2008, o Instituto Akatu deu continuidade à divulgação da campanha “Seu Consumo Transforma o Mundo”. Lançada no ano anterior, a campanha – criada pró-bono pela agência Leo Burnett, Parceiro Institucional do Akatu, buscou sensibilizar os consumidores para a prática do Consumo Consciente, transmitindo a mensagem de que todo consumo tem impacto – seja ele positivo ou negativo – e que cada gesto de consumo tem poder transformador.

Abordando temas como aquecimento global, educação, saúde, qualidade de vida e pirataria, as peças destacaram a importância da ação direta do consumidor para a mudança do mundo.

PUBLICIDADE EM NÚMEROS

Em 2008, a campanha “Seu Consumo Transforma o Mundo” foi veiculada gratuitamente em jornais, revistas, televisão, eletromídia, Bus TV e TV Trem. A campanha teve uma veiculação equivalente a um valor de R\$ 3,3 Milhões.

As ações desenvolvidas são apresentadas a seguir:

Cartaz campanha
“Seu Consumo
Transforma o Mundo”



Mídia Eletrônica

■ **TV** – Os canais de TV aberta que veicularam gratuitamente a campanha do Akatu em 2008 foram: TV Cultura, MTV Brasil, SBT filial do Paraná, TV Aparecida, TV Passo Fundo, além dos canais fechados Furb TV, o Canal Fiz, TVA Curitiba, TVA Rio de Janeiro, TVA São Paulo e a TV Asa Branca, tendo gerado valores de publicidade equivalentes a pouco mais de R\$ 1.350.000,00.

Mídia Impressa

■ **Revistas** – As revistas que veicularam gratuitamente a campanha do Akatu em 2008 foram: Casa Cláudia, Capricho, Manequim, Superinteressante, Cláudia Comida & Bebidas, todas da Editora Abril, Parceiro Institucional do Akatu. A lista continua com as revistas Horizonte Geográfico, Primeiro Plano, Nosso Ambiente, Linha Direta com a Vida, Revista do Brasil, Legado, Carta na Escola, Dante Cultural, Zero a 6, Anuário de Gestão Ambiental, Plano B, Off-line, A Rede, Ecoturismo e Agronegócios Renováveis, Sala de Espera e a Orgânicos em Revista. A publicidade gerada foi equivalente a quase R\$ 650.000,00.

■ **Jornais** – Os jornais Metro, Destak, Folha de Taquaral e Gazeta Estivense veicularam gratuitamente peças das campanhas em 2008, gerando publicidade equivalente a quase R\$ 500.000,00.

Mídia Externa

As novas opções de mídia que começaram a ganhar notoriedade nas grandes metrópoles brasileiras também veicularam a causa do Consumo Consciente, através da campanha “Seu Consumo Transforma o Mundo”. No total, elas geraram publicidade no valor de pouco mais de **R\$ 800.000,00**.

Abaixo, os números detalhados:

■ **Bus TV Salvador** – a parceria entre o Instituto Akatu e a Bus TV propiciou a transmissão dos filmes das campanhas dentro de ônibus urbanos na capital baiana. A publicidade veiculada gratuitamente nos monitores dos ônibus foi equivalente a pouco mais de R\$ 370.000,00.

Publicidade

- **TV Trem** – a revista eletrônica que atinge cerca de 3,6 milhões passageiros por mês exibiu os filmes da campanha nos trens da CPTM (Companhia Paulista de Trens Metropolitanos). Além disso, foram expostos também cartazes nas estações. A publicidade do Akatu veiculada gratuitamente na TV Trem, em 2008, foi equivalente a pouco mais de R\$ 44.000,00.
- **Cine Boteco** – A parceria entre o Instituto Akatu e o Cine Boteco – mídia digital Indoor, possibilitou a transmissão dos filmes da campanha nos telões instalados em bares e restaurantes de São Paulo. A publicidade veiculada gratuitamente foi equivalente a pouco mais de R\$ 380.000,00.
- **TV Coop** – A parceria entre o Instituto Akatu e o Serviço Nacional de Aprendizagem de Cooperativismo, proprietária da TV Coop, possibilitou a transmissão de filmes da campanha no referido canal em 2008. A programação da TV Coop é veiculada nas 22 unidades de distribuição da rede por meio de um canal exclusivo de satélite. Nesse período, a publicidade vinculada gratuitamente foi equivalente a R\$ 4.000,00.

INTERNET

A campanha do Akatu esteve no ar ao longo de 2008 nos seguintes sites:

- **E-bit** (www.ebit.com.br),
- **Brindice** (www.brindice.com.br),
- **Rádio na Web** (www.radionaweb.com.br) e
- **Blue Bus** (www.bluebus.com.br), gerando publicidade de forma gratuita equivalente a pouco mais de R\$ 47.000,00.



A GESTÃO DAS ATIVIDADES
DE PUBLICIDADE FOI CUSTEADA
POR RECURSOS APORTADOS PELOS
PARCEIROS ASSOCIADOS DO AKATU

10

Eventos, Fóruns e Palestras

Os seguintes eventos e palestras tiveram a participação direta do Akatu durante 2008:

LEO BURNETT (PARCEIRO INSTITUCIONAL DO AKATU)

O Akatu apoiou e participou da mostra fotográfica “Self Service, Escolha Seu Planeta”, na Leo Burnett Brasil, com curadoria do fotógrafo latã Cannabrava.

A mostra reuniu os trabalhos de 12 fotógrafos do Banco de Imagens SambaPhoto, cujo tema comum foi a sustentabilidade. Um texto, de autoria do diretor-presidente do Akatu, Helio Mattar, refletiu sobre as emoções experimentadas ao passear pela exposição:

Essa
atividade
foi custeada
por recursos
aportados
pelos
Parceiros e
Associados
do Akatu

Eventos, Fóruns e Palestras

Sonho, memória do futuro

Helio Mattar, Diretor Presidente do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente
Planeta Terra, casa perfeita, lindas formas, harmonia de cores.

Sempre insatisfeito, o ser humano quer mais. Mais conforto, mais sabor, mais velocidade, mais informação. Sonhou o futuro. Não apenas sonhou, construiu o futuro que queria.

Inconsciente de sua força, arrogante e orgulhoso, destruiu a natureza. Dissolvido no consumo, desumanizou-se. Amedrontado, afundou no lodo espesso do trabalho sem fim. Ignorante de seus limites, perdeu-se de si próprio.

Humanamente, esqueceu-se da busca da felicidade. Hedonista, escravizado pelo mestre ilusionista que acenava com a satisfação imediata, buscou a felicidade onde não poderia encontrá-la. Surpreso, não a encontrou.

Pouco a pouco, foi tragado pela areia movediça dos desejos insatisfeitos, pleonasma do qual não se deu conta. Órfão de sentido de vida, buscou-o em vão nas pílulas da felicidade.

Pasmo, indaga-se: progresso?

Busca reinventar-se longe das coisas, no acolhimento dos afetos, no calor das amizades, na expressão dos sentimentos, no cuidar dos amores, no revelar do mundo pela arte.

Essa atividade foi custeada por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Akatu

Reinventar seu consumo, apenas instrumento de bem estar. Consume para viver, não vive para consumir.

Emociona-se. Consciente de sua frágil mortalidade, aperfeiçoa-se pelo exercício do espírito. Convive respeitosamente com a natureza, seu semelhante. Vive simplesmente e deixa simplesmente viver, longe da inesgotável ansiedade do querer material.

Apenas o humano, o genuinamente humano, oferece-lhe saída.

Sussurro para que escutem: utopia do renascer humano. Mais sábio por se saber natureza, renasce "akatu", semente boa e mundo melhor, eternizando-se bom.

E vive intensa, aventureira e apaixonadamente sua reconciliação, ser humano, com a sua humanidade e com a natureza. Finalmente livre.

SPFW – SÃO PAULO FASHION WEEK (OUTONO – INVERNO, PRIMAVERA-VERÃO)

O Akatu participou pela quarta vez da programação das coleções Outono Inverno (janeiro) e Primavera Verão (junho), expondo sua campanha "Seu Consumo Transforma o Mundo".

O objetivo do Akatu foi mostrar que o consumidor pode transformar seu ato de consumo em um ato de cidadania, refletindo sobre suas escolhas e buscando aumentar os impactos positivos e diminuir os negativos causados por suas ações sobre si mesmo, a sociedade, o meio ambiente e a economia.

SÁBADO FEIRA

No dia 26 de janeiro, o Akatu marcou sua presença no "Sábado Feira", encontro organizado como parte das ações de mobilização do Fórum Social Mundial que reuniu entidades, grupos e cidadãos, motivados a compartilhar suas idéias, propostas e experiências.

A atividade é uma iniciativa da Comissão Justiça e Paz da Arquidiocese de São Paulo, realizada com o apoio da Associação para o Desenvolvimento da Intercomunicação – ADI, no Centro de Convenções São Luís, em São Paulo. Foram organizadas "rodas de conversa" sobre temas propostos pelos participantes, além de apresentações musicais, de poesia, de teatro, entre outros.

O Akatu esteve presente para disseminar os conceitos de Consumo Consciente e sustentabilidade para o público participante.

Essa atividade foi custeada por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Akatu

O CONSUMIDOR É SHOW

Pela quarta vez, o Akatu participou, com stand e entrega de materiais, do evento "Consumidor é Show", produzido pelo Jornal da Tarde, que levou ao Parque da Independência, em São Paulo, 35 mil pessoas em busca de diversão e informação sobre o papel do cidadão como consumidor.

Além do Akatu, estiveram presentes no evento a Comissão de Defesa do Consumidor – OAB, Pró-Teste, IPEM, INADEC, Greenpeace, Associação Férias Vivas, Procon e o Estatuto do Idoso. As mensagens de cada entidade, e as dicas do Akatu para o Consumo Consciente foram lidas nos intervalos de cada show.

Essa atividade foi custeada por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Akatu

VIVA A MATA! 2008

O Akatu participou, com stand de sensibilização, do encontro Viva a Mata! 2008, organizado pela SOS Mata Atlântica, entre os dias 30 de maio e 1 de julho. O evento reuniu cerca de 75 mil pessoas no Parque do Ibirapuera, em São Paulo.

Foram apresentadas mais de 100 iniciativas bem-sucedidas a favor da floresta. Na ocasião, O Akatu divulgou as dicas que seguem abaixo para orientar o comportamento daqueles que querem consumir com consciência, sem prejudicar o meio ambiente.

Eventos, Fóruns e Palestras

Dez atitudes de Consumo Consciente para preservar a Mata Atlântica

Compre produtos artesanais de comunidades indígenas, caiçaras e quilombolas, valorizando a sua cultura;

O que entra na floresta deve sair: não jogue lixo na floresta. O consumidor consciente cuida do destino correto de seus resíduos;

Não compre plantas nativas da Mata Atlântica (bromélias e orquídeas) extraídas ilegalmente;

Selecione para compra apenas produtos feitos com madeira certificada;

Compre apenas palmito cultivado e registrado pelo IBAMA;

Imóveis dentro de áreas protegidas não devem ser comprados;

Empresas que respeitam o meio ambiente devem ser valorizadas;

Não compre animais silvestres e denuncie seu aprisionamento e comércio ilegal;

Todo ato de consumo provoca impactos no meio ambiente: reflita sobre isso;

Espalhe essa mensagem entre seus familiares e amigos e ajude a preservar a Mata Atlântica por meio de seus atos de consumo.

OFICINA AKATU NA CONFERÊNCIA INTERNACIONAL ETHOS – 2008

Com o objetivo de discutir e ampliar o diálogo entre consumidores e empresas, o Instituto Akatu promoveu durante a Conferência Internacional Ethos – 2008, a oficina “Envolvendo o Consumidor na Construção de um Mercado Socialmente Responsável”, com a participação de cerca de 150 congressistas.

Realizada no Centro de Convenções do Anhembi, no dia 29 de maio, a oficina recebeu representantes de empresas de diferentes setores e estados do país, entre eles diversos Parceiros e Associados do Instituto Akatu.

A oficina foi apresentada pelo diretor presidente do Instituto, Helio Mattar, que transmitiu aos participantes os resultados e principais desafios apontados pela pesquisa “Responsabilidade Social das Empresas – Percepção do Consumidor Brasileiro – 2006-2007” e que motivou a escolha do tema central discutido durante os trabalhos.

Em sua apresentação, Mattar destacou a importância do aprimoramento da comunicação das ações e projetos de Responsabilidade Social Empresarial aos consumidores e, em especial, da ampliação dos canais de diálogo entre eles e a empresa.

Os participantes da oficina, divididos em grupos, foram convidados a discutir o tema central proposto e elaborar sugestões de ações concretas ou linhas de atuação que permitam inserir o consumidor no processo de construção de novos canais de diálogo com as empresas.

Colaboradores do Akatu e consultores certificados pelo Akatu foram destacados para atuar como “facilitadores”, coordenando os grupos de trabalho e procurando solucionar as dúvidas dos congressistas.

Para orientar o debate, os participantes deveriam formular propostas que respondessem a três questionamentos básicos, identificados previamente por um grupo de trabalho que discutiu em profundidade os dados levantados pela pesquisa:

1. Como contribuir para o consumidor compreender o que é a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e perceber que este é um processo de aprimoramento contínuo?
2. Como prover o consumidor com informações confiáveis quanto às práticas de RSE e que permitam distinguir as empresas que atuam a partir de crenças éticas das empresas “marketeiras”?
3. Como criar um canal de mão dupla para que o consumidor comente e faça sugestões a respeito das práticas de RSE das empresas?

Após cerca de duas horas de discussão dentro dos grupos, as propostas foram apresentadas numa plenária, para todos os participantes da oficina. Dentre as propostas apresentadas, foram sugeridas, por exemplo, a criação de um “índice de eco-eficiência” setorial, a adoção de RSE como critério para que uma empresa escolha seus fornecedores e associados e a elaboração de uma cartilha temática.

As propostas, sistematizadas por colaboradores do Uniethos, estão disponíveis para consulta pública no site da conferência. (www.ethos.org.br/Ci2008Dinamico/site).

Participantes da Oficina Akatu durante a Conferência Internacional Ethos 2008



As atividades da Oficina Akatu na Conferência Ethos foram custeadas por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Akatu

Eventos, Fóruns e Palestras

CONJUNTO NACIONAL

No dia 5 de junho, o Akatu participou das comemorações do Dia do Meio Ambiente, organizadas no Conjunto Nacional, em São Paulo, onde está localizada a sede do Instituto, com *stand* para receber os visitantes e com a aplicação do teste do Consumidor Consciente.

As atividades desenvolvidas no Conjunto Nacional foram custeadas por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Akatu

REUNIÕES DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Em 2007, o Akatu promoveu duas Reuniões Internas de Planejamento Estratégico para alinhamento e planejamento de ações futuras em todas as suas áreas (Administrativo, Comunicação e Conteúdos, Diretoria, Marketing e Relacionamentos, Pesquisas e Métricas, Jogos e Dinâmicas, e Capacitação Comunitária). A primeira ocorreu nos dias 15 e 16 de janeiro, em um espaço cedido pela Fiesp (Federação das Indústrias de São Paulo) e contou com a participação de toda a equipe do Instituto. Esta atividade foi baseada no documento de planejamento estratégico para o período 2006-2009, preparado *pro-bono* pela Booz Allen Hamilton para o Akatu, tendo sido adaptado para a condição atual do Instituto. A segunda ocorreu de 13 a 15 de novembro, quando a equipe do Akatu esteve reunida para discutir e planejar as ações do Instituto no primeiro semestre de 2009.

As reuniões de planejamento foram custeadas por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Akatu

FÓRUM AMAZÔNIA SUSTENTÁVEL

Fundado em Belém, no final de 2007, o Fórum busca construir um espaço de diálogo entre empresas, governos e organizações da sociedade civil para estudar e criar alternativas visando o desenvolvimento sustentável para a Amazônia. A adesão do Akatu aconteceu em junho de 2008 e hoje o Instituto faz parte do Conselho de Ética do Fórum.

SEMINÁRIO CONEXÕES SUSTENTÁVEIS SÃO PAULO – AMAZÔNIA

Promovido pelo Movimento Nossa São Paulo e pelo Fórum Amazônia Sustentável, o seminário teve como objetivo chamar a atenção da população, empresas e poder público para a responsabilidade da cidade de São Paulo na manutenção do ciclo de destruição da floresta. O Akatu é uma das organizações parceiras e é signatário dos três pactos empresariais relativos às cadeias produtivas da madeira, da pecuária e da soja, que visam o estabelecimento de mecanismos de monitoramento reduzir a destruição da Amazônia.

GT PECUÁRIA SUSTENTÁVEL

O Akatu faz parte, desde Agosto de 2008, do Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável. Criado no final de 2007, o GT é formado por representantes de diferentes segmentos que integram a cadeia produtiva da carne bovina no Brasil (indústrias, associações de pecuaristas, varejistas, bancos, organizações da sociedade civil, centros de pesquisa e universidades). O objetivo do GT é debater e formular, de maneira transparente, princípios e padrões comuns a serem adotados pelo setor, que garantam o desenvolvimento de uma pecuária sustentável, socialmente justa, ambientalmente correta, e economicamente viável.

FÓRUM DO VAREJO E CONSUMO SUSTENTÁVEL (FGV)

O Akatu começou a participar, em 2008, do Fórum do Varejo e Consumo Sustentável, promovido pelo Centro de Excelência em Varejo – GVCEV da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP). O Fórum é um espaço público de debate e conta com a participação de diversos atores. O objetivo é estimular o setor varejista brasileiro a implementar e disseminar práticas sustentáveis de desenvolvimento de produtos, distribuição, comercialização e consumo.



Helio Mattar em debate sobre sustentabilidade durante inauguração da Praça Victor Civita em São Paulo

A PARTICIPAÇÃO DO AKATU NOS VÁRIOS FÓRUNS FOI CUSTEADA POR RECURSOS APORTADOS PELOS PARCEIROS E ASSOCIADOS DO AKATU

Eventos, Fóruns e Palestras

PALESTRAS

Ao longo de 2008 os porta-vozes do Instituto Akatu realizaram cerca de 60 palestras em diferentes núcleos e instituições.

- **Credicard Citi** – São Paulo, 26/02/2008
Evento: Palestra Instituto Akatu
Tema: Consumo Consciente
Público: Todos os funcionários da sede da empresa.
- **AMCHAM (Câmara Americana de Comércio)** – Campinas, 17/03/2008
Evento: Comitê Estratégico de Marketing
Tema: Consumo Consciente
Público: Membros do comitê de Marketing da Câmara.
- **Txai Consultoria e ABRAT (Associação Brasileira de Turismo)** – São Paulo, 19/03/2008
Evento: DiverCidade
Tema: Diversidade & Negócios
Público: Cerca de 200 pessoas. Público composto por funcionários de empresas e associados da ABRAT.
- **CDI (Comitê para Democratização da Informática)** – Campinas, 27/3/2008
Evento: 4º. Simpósio de Inclusão Digital
Tema: Sustentabilidade: o que fazer com o lixo eletrônico que produzimos?
Público: Aproximadamente 120 representantes de empresas, profissionais e estudantes dos setores de tecnologia e comunicação; governos municipais, estadual e federal que atuam na Região Metropolitana de Campinas; Universidades e Organizações do terceiro setor.

As atividades de palestras do Akatu foram custeadas por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Akatu, com exceção daquelas em eventos explorados comercialmente, nos quais o Akatu recebe uma doação dos organizadores em contrapartida à palestra realizada

- **Tintas Coral** – São Paulo, 08/04/2008
Evento: 16ª Feira Internacional da Construção
Tema: Consumo Consciente
Público: Representantes de diversos órgãos de imprensa.
- **Votorantim Celulose e Papel** – São Paulo, 08/04/2008
Evento: Almoço e Encontro de Líderes da VCP
Tema: Consumo Consciente
Público: Cerca de 120 executivos da empresa.
- **FAAP – Fundação Armando Alvares Penteado** – São Paulo, 20/04/2008
Evento: 6º Encontro de Empreendedores de Relações Públicas e 1º Encontro de Mídia e Sustentabilidade
Tema: Consumo Consciente
Público: Estudantes da Faculdade de Comunicação da FAAP e de outras Faculdades, além de profissionais de comunicação.
- **Citibank** – Araçatiguama, 17/05/2008
Evento: Offsite de Operações Banco Citibank S.A.
Tema: Consumo Consciente
Público: 150 colaboradores da alta gerência da área operacional do Citibank.
- **APAS – Associação Paulista de Supermercados** – São Paulo, 28/05/2008
Evento: Congresso APAS 2008
Tema: Envolvendo os consumidores em ações de sustentabilidade
Público: Empresários e executivos de cerca de 400 das maiores e mais atuantes empresas fornecedoras de supermercados do Brasil e do mundo.

- **Banco Real** – São Paulo, 28/05/2008
Evento: Encontro de Sustentabilidade
Tema: Moderação do Diálogo sobre sustentabilidade entre Ray Anderson e Fábio Barbosa
Público: Clientes, fornecedores, parceiros e outros públicos de interesse do Banco.
- **Tetra Pak** – São Paulo, 04/06/2008
Evento: Ciclo de Palestras na Fispal Tecnologia
Tema: Consumo Consciente no Brasil
Público: 350 executivos clientes e convidados da empresa, representantes da indústria de alimentos de todas as regiões brasileiras, bem como de todos os países das Américas Central e Sul.
- **Brasilprev** – São Paulo, 05/06/2008
Evento: Semana do Meio Ambiente
Tema: Resultados da Pesquisa Responsabilidade Social das Empresas: Percepção do Consumidor Brasileiro 2006/2007
Público: Aproximadamente 80 colaboradores da Brasilprev.
- **Souza Cruz** – Uberlândia, 05/06/2008
Evento: Diálogos Culturais e Ambientais
Tema: Consumo Consciente
Público: 400 estudantes da Universidade Federal de Uberlândia, dos cursos de Biologia, Engenharia, Administração, entre outros.
- **Petrobras** – Santos, 05/06/2008
Evento: Semana do Meio Ambiente
Tema: Consumo Consciente
Público: Funcionários da Petrobras que trabalham na Bacia de Santos.



Muhammad Yunus e Helio Mattar durante debate sobre Microcrédito promovido pelo Banco Real

- **Gerdau** – Salvador, 06/06/2008
Evento: Semana do Meio Ambiente
Tema: Consumo Consciente
Público: Aproximadamente 200 funcionários de diversas áreas da empresa.
- **The International Finance Corporation, Tribanco, IBLF and Harvard University** – Rio de Janeiro, 10/06/2008
Evento: Business Linkages Roundtable: Supporting Entrepreneurship at the Base of the Pyramid
Tema: Como dar crédito aos consumidores na base da pirâmide, envolvendo o conceito da “alfabetização financeira”
Público: Líderes empresariais de diversos setores da economia.
- **Kraft** – Curitiba, 13/06/2008
Evento: Mês Atitude Consciente
Tema: Consumo Consciente no dia a dia
Público: 200 funcionários de áreas administrativas da empresa.
- **Energias do Brasil** – Campo Grande, 16/06/2008
Evento: Encontro com fornecedores
Tema: Consumo Consciente
Público: Aproximadamente 50 fornecedores de materiais e serviços do Grupo.

Eventos, Fóruns e Palestras

- **Vale – Congonhas, 16/06/2008**
Evento: Ciclo de Palestras sobre Consumo Consciente
Tema: Consumo Consciente
Público: 200 funcionários da Mina de Fábrica localizada na cidade de Congonhas – MG.
- **Vale – Itabira, 17/06/2008**
Evento: Ciclo de Palestras sobre Consumo Consciente
Tema: Consumo Consciente
Público: 200 funcionários da Mina de Itabira localizada na cidade de Itabira – MG.
- **Vale – Mariana, 18/06/2008**
Evento: Ciclo de Palestras sobre Consumo Consciente
Tema: Consumo Consciente
Público: 200 funcionários da Mina de Alegria localizada na cidade de Mariana – MG.
- **Vale – Brumadinho, 19/06/2008**
Evento: Ciclo de Palestras sobre Consumo Consciente
Tema: Consumo Consciente
Público: 200 funcionários da Mina de Córrego do Feijão localizada na cidade de Brumadinho – MG.
- **Vale – Barão dos Cocais, 20/06/2008**
Evento: Ciclo de Palestras sobre Consumo Consciente
Tema: Consumo Consciente
Público: 200 funcionários da Mina de Gongo Soco localizada na cidade de Barão dos Cocais – MG.
- **Instituto de Pesquisas da Civilização Yoko – São Paulo, 23/06/2008**
Evento: Congresso Latino Americano da Civilização Yoko
Tema: Consumo Consciente
Público: 500 membros praticantes da Arte Mahikari (energização por imposição das mãos) e formadores de opinião da sociedade em geral.
- **Energias do Brasil – São Paulo, 23/06/2008**
Evento: Encontro com fornecedores
Tema: Consumo Consciente
Público: Aproximadamente 50 fornecedores de materiais e serviços do Grupo.
- **Escola Viva – São Paulo, 24/06/2008**
Evento: Palestra Instituto Akatu
Tema: Como é possível conciliar desenvolvimento e preservação?
Público: Jovens alunos da 8ª série do Ensino Fundamental.
- **Energias do Brasil – Vitória, 30/06/2008**
Evento: Encontro com fornecedores
Tema: Consumo Consciente
Público: Aproximadamente 50 fornecedores de materiais e serviços do Grupo.
- **Banco Real – São Paulo, 08/07/2008**
Evento: Curso de Sustentabilidade para Jornalistas
Tema: Padrões de produção, consumo e impacto na rede
Público: Aproximadamente 30 pessoas, jornalistas de diversos veículos do Estado de São Paulo.
- **Americas Society e Council of the Americas – São Paulo, 11/07/2008**
Evento: Private Roundtable Discussion
Tema: Corporate Social Responsibility in Brazil and the Hemisphere
Público: Aproximadamente 40 pessoas, membros da Americas Society e do Council of the Americas.
- **Rede Católica de Ensino – Rio de Janeiro, 12/07/2008**
Evento: 1º Congresso Pedagógico
Tema: A Formação do Ser Humano: Fé, Valores e Sentido da Vida
Público: Aproximadamente 600 pessoas, dirigentes, técnicos e docentes.
- **Philips – São Paulo, 05/08/2008**
Evento: 3ª Semana da Qualidade & Segurança de TI – Agosto 2008
Tema: Green IT – Consumo Consciente da Tecnologia
Público: Aproximadamente 70 pessoas, colaboradores internos e terceiros da Philips de áreas administrativas e tecnológicas da informação.
- **Associação Palas Athena – São Paulo, 05/08/2008**
Evento: Fórum Temático do Comitê Paulista para a Década da Cultura da Paz
Tema: Sociedade de Consumo: qual o próximo passo?
Público: Aproximadamente 180 pessoas, professores, gestores de projetos sociais, estudantes universitários e formadores de opinião.
- **Significa – Atitude de Marca – São Paulo, 19/08/2008**
Evento: Com: Atitude 2008 – 6º Seminário de Atitude de Marca
Tema: O desafio de inovar em atitude de marca
Público: Representantes de empresas, agências de comunicação, consultorias e 3º setor.
- **Souza Cruz – Rio Grande do Sul, 20/08/2008**
Evento: Diálogos Culturais e Ambientais
Tema: Consumo Consciente
Público: Aproximadamente 400 alunos da Universidade Luterana do Brasil, dos cursos de Biologia, Engenharia, Administração, entre outros.
- **Sadia – São Paulo, 22/08/2008**
Evento: Seminário IPAS/Food Lab – Iniciativa Pró-Alimento Sustentável
Tema: Sustentabilidade e inovação na cadeia de alimentos
Público: Aproximadamente 180 pessoas, colaboradores das instituições IPAS/Food Lab – Iniciativa Pró-Alimento, convidados externos (Ethos, CEmpe, Gife, ABAG).
- **FECOMERCIO – São Paulo, 04/09/2008**
Evento: Seminário Comércio Varejista e Consumo Sustentável
Tema: Varejo e Consumo Sustentável
Público: Aproximadamente 400 pessoas, empresários, técnicos, educadores e formadores de opinião.
- **Força do Espírito Santo – Vitória, 04/09/2008**
Evento: Sustentabilidade e a Força do Espírito Santo
Tema: Educação e Consumo Consciente
Público: Aproximadamente 20 pessoas, estudantes e profissionais da área do meio ambiente.
- **FEBRABAN – São Paulo, 16/09/2008**
Evento: Seminário FEBRABAN de Marketing e Relacionamento com os clientes
Tema: A qualidade do relacionamento com os consumidores como elemento indispensável à gestão sustentável nas empresas
Público: Aproximadamente 400 pessoas, gerentes e diretores de grandes bancos do varejo nas seguintes áreas: marketing de produtos, relacionamento com o cliente e atendimento.

Eventos, Fóruns e Palestras

- **Associação Prato Cheio** – São Paulo, 19/09/2008
Evento: Jornada de Atualização em Nutrição
Tema: Situação atual do Desperdício de Alimentos no Brasil
Público: Aproximadamente 400 pessoas, estudantes e profissionais das áreas de nutrição, medicina e agronomia.
- **Programa Escola da Família** – São Paulo, 22/09/2008
Evento: Orientação Técnica para as Coordenações Regionais, Locais e Monitores Educacionais do Programa Escola da Família
Tema: Educação Ambiental
Público: Aproximadamente 10.000 pessoas, entre Educadores, Monitores, Gestores e Coordenadores da rede estadual de ensino do Estado de São Paulo.
- **CDC** – São Paulo, 23/09/2008
Evento: A Maioridade do CDC
Tema: O Consumo a Sustentabilidade e o Futuro
Público: Aproximadamente 160 pessoas, de atendimento das empresas e consumidores.
- **VI Encontro Nacional de Consumo** – Rio de Janeiro, 25/09/2008
Evento: Encontro Nacional de Consumo
Tema: Dilemas e Contradições nas relações entre Consumo e Cidadania
Público: Aproximadamente 200 pessoas da área acadêmica.
- **Wal-Mart** – Curitiba, 04/10/2008
Evento: 2º Encontro de Clientes Mercadorama
Tema: Sustentabilidade no dia-a-dia das pessoas
Público: Aproximadamente 800 pessoas, clientes Mercadorama.
- **Banco Real** – São Paulo, 06/10/2008
Evento: Sunset Sessions: Atitude e Práticas Sustentáveis (Grupo Santander – Santander + Real)
Tema: Sustentabilidade
Público: Aproximadamente 200 pessoas, funcionários do Banco Real e Santander das áreas de negócios, gerentes, diretores, vendedores, analistas.
- **Bunge** – Bahia, 07/10/2008
Evento: 3º Encontro de Clientes
Tema: Sustentabilidade e ações sustentáveis nas empresas
Público: Aproximadamente 100 pessoas, empresários ou diretores de fábricas de ração e misturadores de sal mineral.
- **Banco Real** – São Paulo, 10/10/2008
Evento: Sunset Sessions: Atitude e Práticas Sustentáveis (Grupo Santander – Santander + Real)
Tema: Sustentabilidade
Público: Aproximadamente 200 pessoas, funcionários do Banco Real e Santander das áreas de negócios, gerentes, diretores, vendedores, analistas.
- **Bunge** – São Paulo, 13/10/2008
Evento: Produção Sustentável de Alimentos
Tema: Consumo Sustentável de alimentos: papel da indústria, do varejo, e do mercado internacional
Público: Aproximadamente 90 pessoas, clientes e equipe da Bunge.
- **Livraria Cultura** – São Paulo, 18/10/2008
Evento: Semana do Meio Ambiente e Sustentabilidade
Tema: Consumo Consciente
Público: Aproximadamente 130 pessoas, público em geral.
- **SESC do Carmo** – São Paulo, 23/10/2008
Evento: Dia Mundial da Alimentação
Tema: Consumo Consciente
Público: Aproximadamente 150 pessoas da área acadêmica.
- **Souza Cruz** – Blumenau, 04/11/2008
Evento: Diálogos Culturais e Ambientais
Tema: Consumo Consciente
Público: Aproximadamente 400 pessoas, estudantes dos cursos de biologia, administração, engenharia e outros.
- **Instituto Abril** – São Paulo, 04/11/2008
Evento: Inauguração Praça Victor Civita
Tema: Sustentabilidade
Público: Aproximadamente 300 pessoas.
- **FEA-USP** – São Paulo, 05/11/2008
Evento: II FEAmbiental
Tema: Consumo Sustentável
Público: Aproximadamente 150 pessoas da área acadêmica da USP.
- **Porto Seguro** – São Paulo, 06/11/2008
Evento: Palestra para funcionários
Tema: Consumo Consciente
Público: Aproximadamente 200 pessoas, funcionários da matriz.
- **COEP** – Rio de Janeiro, 10/11/2008
Evento: Seminário do COEP
Tema: Desenvolvimento Sustentável
Público: Aproximadamente 300 pessoas, da rede COEP de todos os estados brasileiros.
- **Banco Real** – São Paulo, 11/11/2008
Evento: Encontro de Sustentabilidade do Espaço Real de Práticas em Sustentabilidade
Tema: Microcrédito
Público: Aproximadamente 500 pessoas, clientes do Banco, funcionários, fornecedores, formadores de opinião, ex-participantes dos treinamentos de engajamento de sustentabilidade do Banco, pessoas cadastradas no site do Espaço Real de Práticas em Sustentabilidade.
- **Banco Itaú** – São Paulo, 11/11/2008
Evento: Diálogos na Praça
Tema: Consumo Traz Felicidade?
Público: Aproximadamente 180 pessoas, público geral
- **ADCE** – São Paulo, 12/11/2008
Evento: Almoço mensal dos Associados ADCE
Tema: Consumo Consciente
Público: Aproximadamente 30 pessoas, associados do clube.
- **Fundação Dom Cabral (CDVR)** – São Paulo, 27/11/2008
Evento: 1º Fórum do Varejo do Futuro
Tema: Os novos modelos de consumo num mundo sustentável e seus impactos para o varejo do futuro
Público: Aproximadamente 120 pessoas, dirigentes, gerentes e profissionais do varejo e cadeia de valor.



Relações Internacionais

A partir do início de 2008, o Akatu buscou intensificar o processo de captação de recursos junto a fontes internacionais, além de estabelecer parcerias com instituições similares de outros países. O objetivo foi aumentar a visibilidade do Akatu e de sua causa na América Latina, nos Estados Unidos e na Europa e, assim, criar uma rede de relacionamentos internacionais interessada no tema do Consumo Consciente.

Ao final de 2008, estavam disponíveis as seções iniciais do Portal em inglês, com previsão de continuar incorporando conteúdos nesse idioma e de incluir a tradução para o espanhol dos mesmos conteúdos. Como fruto desse esforço, o Akatu espera ampliar os canais e contatos com entidades estrangeiras que possam se transformar em futuros parceiros na causa do Consumo Consciente.

Nesse sentido o Akatu passou a participar, em 2008, de algumas redes e Fóruns internacionais e iniciou seu primeiro projeto regional na América Latina, com o apoio da Fundação Avina.

PROJETO FORMAÇÃO DE UMA REDE ARGENTINA PELO CONSUMO CONSCIENTE

A partir de articulações com diferentes organizações empresariais e não-governamentais argentinas, com a participação da Fundação Avina, identificou-se a possibilidade de construção de um processo regional para trabalhar conceitos e práticas do Consumo Consciente a partir da experiência e dos conhecimentos do Akatu.

Essa atividade foi custeada por recursos aportados pela Fundação Avina

Num primeiro momento, este processo será construído conjuntamente pelo Instituto Akatu e diferentes organizações argentinas interessadas em iniciar um trabalho no campo do Consumo Consciente. A longo prazo, este processo regional envolverá organizações e empresários da Argentina como um todo e de outros países da América Latina.

Esse trabalho de formação de uma Rede Latino-Americana pelo Consumo Consciente iniciou suas atividades em 2008, com a fase 1 do projeto, com um trabalho especificamente em duas regiões da Argentina (Mendoza e Córdoba).

Essa atividade foi custeada por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Akatu

FÓRUM SOBRE CONSUMO CONSCIENTE NA REDE YOUTHACTIONNET (EUA)

Criado em 2001, o *YouthActionNet™* é uma iniciativa global da *International Youth Foundation* que capacita e fortalece a articulação entre jovens empreendedores sociais ao redor do mundo. Durante os meses de setembro e outubro, o Akatu animou o Fórum *online* sobre Consumo Consciente que contou com a participação dos jovens que fazem parte da Rede.

ADESÃO À REDE NORTE-AMERICANA "RESPONSIBLE PURCHASING NETWORK"

O Akatu aderiu, em abril de 2008, à *Responsible Purchasing Network (RPN)*, ligada à organização não governamental "*Center for New American Dream*". A RPN é uma Rede norte-americana composta por diferentes atores (governo, empresas, ONGs, universidades, organizações de certificação, etc.) dedicada à questão das compras ambientalmente sustentáveis e socialmente responsáveis.

Essa atividade foi custeada por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Akatu

A Rede fornece assistência técnica e informações sistematizadas para que diferentes organizações possam trocar informações e desenvolver melhores políticas em suas áreas de atuação.

Relações Internacionais

PRESENÇA EM ENCONTROS INTERNACIONAIS

O Akatu esteve presente em seminários e encontros internacionais.

■ Fundação Schwab, Suíça

Helio Mattar, Diretor-Presidente do Akatu, esteve presente na última reunião promovida pela Fundação Schwab, em Zurique, na Suíça, participando do Encontro Mundial de Empreendedores Sociais, entre os dias 20 e 22 de janeiro de 2008.

Esta foi a sétima edição do Encontro que reúne cerca de 100 empreendedores sociais, entre empresários, Fundações, Empresas e Universidades, de aproximadamente 40 países, entre os quais faz parte Helio Mattar.

O evento é organizado de forma a permitir a realização de reuniões entre os seus diversos participantes, nas quais todos têm a oportunidade de se apresentar e trocar informações de forma direta.

Como resultado, foram estabelecidos contatos com cerca de 40 instituições com as quais existe possibilidades de parceria com o Akatu, entre eles Fundações internacionais com potencial de interesse pelo trabalho voltado ao Consumo Consciente.

O envolvimento do Akatu nesta atividade foi parcialmente custeado por recursos aportados pela Schwab Foundation for Social Entrepreneurship e parte por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Akatu.

■ Climate Camp

Entre os dias 25 e 29 de fevereiro deste ano, o Instituto Akatu esteve presente no evento Climate Camp, em São Francisco, na Califórnia (EUA), organizado pelo WWF (*World Wild Fundation*).

O encontro, que contou com a presença de várias entidades e organizações de todo o mundo, foi uma ótima oportunidade para a divulgação do Akatu, por meio da distribuição de material institucional e apresentações sobre o trabalho e objetivos do Instituto.

O envolvimento do Akatu nesta atividade foi custeado por recursos aportados pela HP.

O TRABALHO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS É CUSTEADO POR RECURSOS APORTADOS PELA FUNDAÇÃO AVINA E PELOS PARCEIROS E ASSOCIADOS DO AKATU

■ Divulgação do Consumo Consciente em Mendoza, Argentina

Os 12 Princípios do Consumo Consciente, traduzidos para o espanhol, estão disponíveis para os frequentadores do restaurante La Marchigiana, em Mendoza, na Argentina (www.marchigiana.com.ar).

■ World Economic Forum on Latin America (Cancun, Mexico), 14 a 16/04/08

Participante: Helio Mattar

O envolvimento do Akatu nesta atividade foi financiado por recursos parcialmente aportados pela Schwab Foundation e parcialmente por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Akatu.

■ Encuentro Nacional de Empresas em Movimento por la RSE (Rosario, Argentina), 04/06/08

Palestrante: Helio Mattar – Conferência sobre “Novas Relações de Consumo e RSE”

O envolvimento do Akatu nesta atividade foi financiado por recursos aportados pela Fundação Avina.

■ Encontro exclusivo para clientes da empresa Muchnik, Alurralde, Jasper & Asoc. /MS&L (Buenos Aires, Argentina), 03/07/08

Palestrante: Helio Mattar – Conferência sobre “Consumo Consciente e RSE na Argentina”

O envolvimento do Akatu nesta atividade foi financiado parcialmente por recursos aportados pela Fundação Avina e parcialmente por recursos aportados pelos Parceiros e Associados do Akatu.

■ Primeiro Fórum RSE Mercosul: ações concretas e integração regional (Buenos Aires, Argentina), 24/08/08

Palestrante: Aron Belinki – Painel sobre “Consumo Consciente”

O envolvimento do Akatu nesta atividade foi financiado por recursos aportados pela Fundação Avina.

■ Encontro da International Youth Foundation (Istambul, Turquia), 22/08/08

Palestrante: Helio Mattar – Painel “Looking Ahead: A Changing Paradigm for Youth Leadership.”

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Para a captação de recursos internacionais, entramos em contato, em 2008, com as seguintes Fundações: Tinker Foundation, Mitsubishi Foundation for the Americas, Overbrook Foundation, Wallace Global Fund, David & Lucile Packard Foundation, The Park Foundation, The Lawson Valentine Foundation, Coca-Cola Foundation, The Goldman Sachs Foundation, Corfu Foundation, e Deutsche Bank Foundation.

Novos Parceiros e Associados

São os seguintes os novos Parceiros e Associados do Akatu em 2008:

- **Carrefour** (Parceiro Estratégico)
- **HSBC** (Parceiro Mantenedor)
- **It's Raining Games** (Parceiro Institucional)
- **Bunge** (Associado Benemérito)
- **Hospital Samaritano** (Associado Benemérito)
- **Abeaço** (Associado Ouro)
- **Promon** (Associado Ouro)
- **Bahia Mineração** (Associado Prata)
- **Mar e Terra** (Associado Prata)
- **SESI-SC** (Associado Prata)

Adicionalmente, algumas empresas que já mantinham parceria com o Instituto Akatu mudaram de categoria em 2008:

- O **Bradesco** passou de Parceiro Mantenedor a Parceiro Estratégico
- A **Vivo** passou de Parceiro Estratégico a Parceiro Mantenedor
- A **Energias do Brasil** passou de Parceiro Mantenedor a Associado Ouro.
- O **Banco Ibi** passou de Parceiro Mantenedor para Associado Benemérito.

Equipe AKATU

Diretoria

Helio Mattar
Diretor-Presidente
Ricardo Vacaro
Diretor Vice-presidente
Tomas Lanz
Diretor Administrativo-Financeiro

Conselho Deliberativo

Anamaria Cristina Schindler
Helio Mattar
Guiomar Namó de Mello
Oded Grajew
Ricardo Cavalieri Guimarães
Ricardo Vacaro
Ricardo Young Silva
Sérgio Ephim Mindlin
Sérgio Haddad
Sidnei Basile

Conselho Consultivo

André Trigueiro
Carlos Rocha Ribeiro da Silva
Celina Borges Torrealba Carpi
Eduardo Ribeiro Capobianco
Elcio Aníbal de Lucca
Fabio Feldmann
Juscelino Fernandes Martins
Luiz Ernesto Gemignani
Maria Alice Setubal
Ricardo Rodrigues Carvalho
Samyra Crespo
Thais Corral

Conselho Fiscal

Eduardo Schubert
Élcio Anibal de Lucca
Guilherme Amorim Campos da Silva

Assistência da Presidência

Diana L. Angélica Moquillaza Sanchez
Marí Liz Loureiro

Gerência de Operações

Heloisa Torres de Mello

Gerência de Administração Financeira e de Recursos Humanos

Márcia Câmera Campos
Mary Ellen Ferreira Santos
Mirna Finoco
Priscila Zuchi Kelency

Gerência de Comunicação e Conteúdo

Eliana Arndt
Maria de Fátima Cardoso
Rogério Ferro

Gerência de Pesquisas e Métricas

Dorothy Roma Heimbecher
Rafael Cinoto

Coordenação de Marketing e Relacionamento

Ana Carolina Evangelista
Antonio Bara Bresolin
Dhenig Chagas
Ludmila Frateschi
Mariana Chammas

Coordenação de Projetos de Mobilização Comunitária

Camila Melo Brancalhão
Fabíola Gaigher
Frineia Rezende da Silva
Raquel Diniz Ezequiel
Ricardo Oliani
Thais Chaves Bortoni

Coordenação de Jogos e Dinâmicas

Ricardo Oliani

Consultores certificados pelo Akatu

Aron Belinky
Alice do Valle
Ana Maria Gonzatto
André Chamusca
Carlos Gaspar
Deborah Lehmann
Edna Borges
Elaine Silva
Elaine Toledo
Emanuela Albuquerque
Erika Fischer
Evelyne Leandro
Fabiane Bessa
Frineia Rezende
Géssica Elen
Heloisa Dantas
Júlio Lêdo de Mello
Marcio Fernando dos Reis
Maria Fernanda do Prado
Maurício Ernica
Monica Pilz Borba
Nicole Loyola
Regina Borowski
Sheila Prado Saraiva
Tania de Falco
Paula Chies Schommer
Valeria Ravier

Créditos

Conteúdo

Equipe Akatu

Revisão

Diana Aranha

Projeto gráfico e diagramação

Yara Fernandes

Fotos

Acervo Akatu

Impressão

Corset Artes Gráficas e Editora Ltda.

SAIBA MAIS EM
WWW.AKATU.ORG.BR





Pelo consumo consciente
www.akatu.org.br