

Ministério do Meio Ambiente



consumo
sustentável

A gente faz acontecer

PLANO DE AÇÃO PARA PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS - PPCS

PLANO DE AÇÃO PARA PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS NO BRASIL

Presidência da República

Presidenta Dilma Rousseff

Vice-Presidente Michel Temer

Ministério do Meio Ambiente - MMA

Ministra Izabella Teixeira

Secretário Executivo Francisco Gaetani

PLANO DE AÇÃO PARA PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS - PPCS

SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E CIDADANIA AMBIENTAL - SAIC

Secretária: Samyra Crespo

Chefe de Gabinete: Aldenir Paraguassú

Departamento de Produção e Consumo Sustentáveis

Diretora: Ana Maria Neto

Coordenação Técnica

Samyra Crespo

Laura Valente de Macedo

Equipe Técnica

Ana Carolina Mendes dos Santos

Carla Aparecida Magalhães Carsten Braga de Miranda

Fernanda Altoé Daltro

Gustavo de Oliveira e Silva

Marcelo Aníbal Hasbani

Rivaldo Pinheiro Neto

Vana Tércia Silva de Freitas

Membros do Comitê Gestor 2008-2011

Ministério do Meio Ambiente - coordenação

Ministério da Ciência e Tecnologia

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Ministério de Minas e Energia

Ministério das Cidades

Ministério da Fazenda

Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES

Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável – CEBDS

Confederação Nacional da Indústria – CNI

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI

Serviço de Apoio a Micro e Pequena Empresa – SEBRAE

Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica – ABIPTI

Central Sindical envolvida em atividades de gestão ambiental, produção mais limpa e desenvolvimento sustentável

Fundação Getúlio Vargas – FGV

Instituto Ethos

Confederação Nacional do Comércio – CNC

Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC

Compromisso Empresarial para Reciclagem – CEMPRES

PLANO DE AÇÃO PARA PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS - PPCS

Brasília - DF

2011 - 2014

Apresentação

Sem uma produção mais limpa e um consumo mais responsável, é impossível progredir rumo a uma economia de baixo carbono ou uma economia mais sustentável. Sem um esforço considerável para alterar os atuais padrões de produção e consumo não é realista almejar uma sociedade mais justa e mais responsável do ponto de vista do uso dos recursos naturais, no horizonte de tempo apontado pelas urgências que os relatórios sobre aquecimento global estabelecem.

O Brasil vem tomando iniciativas robustas em ambos os polos do mesmo problema, editando nos últimos anos dezenas de instrumentos legais como a Lei Nacional de Recursos Hídricos, em 1998, do Sistema Nacional de Unidades de Conservação, de 2002, da estruturação do próprio SISNAMA, da Política Nacional de Educação Ambiental, em 1999 e outras, que buscam oferecer parâmetros e amparo legal para novos e mais ousados passos.

Mais recentemente, a Política Nacional sobre Mudança do Clima - PNMC, de 2009 e a Política Nacional de Resíduos Sólidos - PNRS, em 2010, colocaram mais dois importantes pilares no conjunto de políticas brasileiras que visam orientar cada vez mais a nossa economia e a nossa sociedade para o desenvolvimento sustentável.

De um lado, aumentou-se o arcabouço legal que consolida os mecanismos de comando e controle e que leva à conformidade ambiental cada vez mais exigente, de outro, proliferam os chamados mecanismos voluntários, como os relatórios de sustentabilidade sob a égide do Global Report Initiative - GRI e do Greenhouse Protocol. Há que se mencionar, por serem relevantes, os pactos empresariais pela redução de emissões e pela proteção à biodiversidade, nos dois casos iniciativas que mostram o progressivo engajamento do setor produtivo com os objetivos do desenvolvimento sustentável. Também tem sido animadora a resposta do setor empresarial às demandas de redução do impacto das embalagens, dos resíduos sólidos gerados na fonte e nas responsabilidades pela logística reversa, no âmbito da Política Nacional de Resíduos Sólidos em fase de implementação.

Por isso, nada mais adequado e promissor do que o presente Plano de Ação para a Produção e Consumo Sustentáveis - PPCS, que ora se apresenta à sociedade brasileira para sua implementação. Com o seu lançamento, cumpre-se uma importante obrigação que o País assumiu ao aderir ao chamado Processo de Marrakesh junto às Nações Unidas, em 2007. Além disso, cumpre-se o desafio, nada trivial, ao tratar pela primeira vez de modo programado e ordenado num conjunto de ações sistêmicas, de promover uma Política Pública voltada para o consumo sustentável e a produção mais limpa. Como se sabe, a esfera da produção e da tomada de decisão nesse campo, não costuma partilhar opiniões nem conceitos que estão na esfera do consumo, muito menos do hoje chamado Consumo Sustentável. Trata-se, portanto, de um Plano de Ação que se propõe a mudar cultura e disseminar conceitos que não estão ainda devidamente disseminados na base da sociedade ou mesmo na esfera das elites dirigentes do País.

A ênfase no consumo neste Plano é proposital. O Plano de Implementação das Decisões de Johannesburgo (2002), reconheceu que a produção mais limpa contava com iniciativas consistentes por parte das empresas que vinham abraçando com entusiasmo os princípios da ecoeficiência e da responsabilidade empresarial, frente aos desafios globais de combate à pobreza e à injustiça. O mesmo não se dava na esfera do consumo, que carecia de políticas nacionais e mais focadas na necessidade de mudar hábitos e estilos de vida. Buscando complementar e criar sinergias com a PNMC e a PNRS, o Plano de Ação em Produção e Consumo Sustentáveis dirige o seu foco para as ações voltadas à promoção do consumo consciente.

O Plano pode parecer modesto ou incompleto, mas é realista e absolutamente exequível, oferecendo a todos, segmentos governamental e não governamental, incluindo aí o setor produtivo, a oportunidade de aprender juntos e a cumprir metas que serão benéficas a toda a sociedade.

Para evitar o engessamento na tomada de decisão em uma agenda que tende a crescer e a ganhar dinamismo, o Plano deve ser implementado em um ciclo curto de 4 anos, já incluindo 2011, quando uma série de ações já foram realizadas. Isto permitirá que desdobramentos possíveis do eixo temático da Rio

+ 20 (Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável), que ocorrerá no Rio de Janeiro em junho de 2012 e visa incrementar programas e ações relacionadas à Economia Verde e à inclusão dos mais pobres, possam ser rapidamente incorporados. Por isso, em 2013 deverá se realizar a Conferência Nacional de Meio Ambiente, que terá como temática a Produção e Consumo Sustentáveis.

O Plano aqui apresentado traz um leque de ações estratégicas, envolvendo e valorizando a participação de todos os segmentos, ordenadas em seis prioridades. São elas:

1. Educação para o Consumo Responsável;
2. Compras Públicas Sustentáveis;
3. Agenda Ambiental na Administração Pública;
4. Aumento da Reciclagem;
5. Varejo Sustentável;
6. Construções Sustentáveis.

Ao selecionar tais prioridades, busca-se privilegiar ações convergentes com os objetivos centrais do Plano, com responsabilidades e recursos definidos, considerando também o momento atual e a capacidade de implementação dos diversos atores envolvidos. Para as temáticas igualmente importantes, mas ainda não maduras o suficiente para que sejam inseridas como prioridade, a intenção é incluí-las mais à frente, por ocasião da primeira revisão do Plano, prevista para 2014.

Em essência, não é um Plano governamental ou do Ministério do Meio Ambiente, uma vez que não se estrutura somente em ações governamentais. É um Plano que abriga e agrega também ações importantes do setor produtivo e da sociedade, valorizando esforços que tem por base o bem público, os princípios da parceria e da responsabilidade compartilhada.

Fora da área estritamente ambiental, observa-se um dinamismo que pode favorecer significativamente os objetivos do Plano. O Brasil tem metas de crescimento entre cinco e sete por cento ao ano, mas quer qualidade nesse crescimento. Todos os documentos oficiais das principais políticas brasileiras reconhecem a necessidade de compatibilizar o desenvolvimento econômico com a conservação dos recursos naturais e de ser competitivo na disputa dos mercados internacionais. A diferenciação ambiental,

como selos e certificações são sem dúvida fatores que podem aumentar futuramente, a competitividade de bens e serviços produzidos ou prestados por nosso País.

Milhões de pessoas que não estavam incluídas no mercado, nos anos recentes passaram a consumir, como mostram todos os estudos realizados pelo IBGE e instituições congêneres. Além disso, avoluma-se a discussão em torno das **idades sustentáveis**, obrigando-se a olhar para a realidade urbana de modo diferente daquele dos anos 60 e 70, quando a problemática era a explosão populacional e o aparecimento das favelas.

O Plano de Produção e Consumo Sustentáveis, em muitas dimensões, contribui para o debate das cidades sustentáveis, ao tornar o tema da reciclagem e da disposição final de lixo como um tema central, com soluções de curto e médio prazos. Também contribui com o incentivo ao retrofit e às construções com critérios ambientais.

Além de ter a meta de aumentar a reciclagem - o que não será possível sem um considerável esforço para obter a cooperação do consumidor, portanto da população, a união da PNRS com o PPCS pode estruturar uma vigorosa indústria da reciclagem no Brasil, gerando milhares de postos de trabalho, além de fortalecer os programas de inclusão dos catadores.

Como se sabe, os recursos para inversão direta por parte de um único Ministério são sempre limitados. Por isso, os arranjos institucionais que se busca viabilizar por meio do Plano, visam mobilizar recursos de mais de uma fonte, permitindo contribuições também do setor privado. É um Plano moderno em termos conceituais, adequado em seus propósitos e bastante ambicioso quando trata dos efeitos benéficos que pretende gerar.

Como Ministra de Estado e responsável, em última instância, por mais esse esforço do MMA e de seus parceiros, é estratégico solicitar de todos os atores que desejem se somar a esta empreitada, que o façam usando seus melhores recursos de inteligência e generosidade.

IZABELLA TEIXEIRA

Ministra de Estado do Meio Ambiente

Índice

Relação de siglas..... 11

Sumário..... 15

Introdução 17

1. Contexto 20

2. Missão, Princípios e Diretrizes 23

3. Objetivos..... 26

4. Estratégia e Prioridades do PPCS 27

5. Tipologia de Ações do PPCS 32

6. Mecanismos de implementação 36

7. Metas do primeiro ciclo de implementação 39

8. Ações em curso em 2011 52

9. Monitoramento 63

10. Conclusões e próximos passos..... 64

Relação de gráficos e tabelas

Gráfico 1 - Quadros de Distribuição de Renda Total no Brasil..... 21

Gráfico 2 - Quadros de Distribuição de Renda Familiar no Brasil..... 21

Gráfico 3 - Quadro sobre mercado consumidor..... 22

Tabela 1 - Taxas Médias Anuais de Crescimento do PIB 20

Tabela 2 - Prioridades e Macrometas 40

Relação de siglas

A3P - Agenda Ambiental da Administração Pública
ABIPLAST - Associação Brasileira de Indústria Plástica
ABIPTI - Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica
ABIPÉÇAS - Associação Brasileira da Indústria de Autopeças
ABIVIDRO – Associação Técnica Brasileira das Indústrias Automáticas de Vidros
ABRAS – Associação Brasileira de Supermercados
ABRELPE - Associação Brasileira de Empresa de Limpeza Pública e Resíduos Especiais
ANFAVEA – Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores
ANIP – Agência Nacional de Investimentos Privados
BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CEBDS - Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável
CEMPRE - Compromisso Empresarial para Reciclagem
CEPAL – Comissão Econômica Para América Latina e Caribe
CGPCS – Comitê Gestor de Produção e Consumo Sustentável
CNC - Confederação Nacional do Comércio
CONAMA – Conselho Nacional do Meio Ambiente
CUT - Central Única dos Trabalhadores
ELETROS – Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos
FGV - Fundação Getúlio Vargas
IBAMA – Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICLEI- Governos Locais pela Sustentabilidade
IDEC - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
MCidades - Ministério das Cidades
MCT - Ministério da Ciência e Tecnologia
MDIC -Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
MF - Ministério da Fazenda
MinC – Ministério da Cultura
MMA - Ministério do Meio Ambiente
MME- Ministério de Minas e Energia
MP – Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão
OIT – Organização Internacional do Trabalho
ONU – Organização das Nações Unidas
PDP – Política de Desenvolvimento Produtivo
PNEA - Plano Nacional de Educação Ambiental
PNMA – Plano Nacional do Meio Ambiente
PNMC – Plano Nacional sobre Mudança do Clima
PNRS – Plano Nacional de Resíduos Sólidos
PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PNUMA – Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente
SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAI - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SINDIPEÇAS - Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores
TCU – Tribunal de Contas da União
UNDESA - Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais das Nações Unidas
UNEP – United Nations Environment Programme
UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

Produção Sustentável é a incorporação, ao longo de todo o ciclo de vida de bens e serviços, das melhores alternativas possíveis para minimizar custos ambientais e sociais. Acredita-se que esta abordagem preventiva melhore a competitividade das empresas e reduza o risco para saúde humana e meio ambiente. Vista numa perspectiva planetária, a produção sustentável deve incorporar a noção de limites na oferta de recursos naturais e na capacidade do meio ambiente para absorver os impactos da ação humana.

Consumo Sustentável é “o uso de bens e serviços que atendam às necessidades básicas, proporcionando uma melhor qualidade de vida, enquanto minimizam o uso dos recursos naturais e materiais tóxicos, a geração de resíduos e a emissão de poluentes durante todo ciclo de vida do produto ou do serviço, de modo que não se coloque em risco as necessidades das futuras gerações”.

Processo de Marrakesh - Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente - PNUMA (2003)

Sumário

O Brasil aderiu formalmente ao Processo de Marrakesh em 2007, comprometendo-se a elaborar seu Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS). Este documento é o resultado de um processo de articulação, elaboração e consulta pública, desenvolvido ao longo de quase quatro anos pelo Ministério do Meio Ambiente em conjunto com o Comitê Gestor de Produção e Consumo Sustentável (CGPCS).

Nesta versão, que corresponde ao primeiro ciclo de implementação proposto para o período de 2011 a 2014, o PPCS divide-se em duas partes: o **Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis - PPCS** propriamente dito, sua estruturação, estratégia, prioridades, e metas; e os **ANEXOS**, que contém sua fundamentação com um breve histórico e mandato, além das referências que nortearam sua elaboração para que o gestor possa aprofundar o conhecimento sobre os temas abordados no PPCS. Também integram os anexos documentos e referências detalhadas que consubstanciam o Plano. A seguir, uma breve descrição das partes e seus capítulos.

Este documento do **Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis - PPCS**, em seu primeiro ciclo de implementação, de 2011 a 2014, contém uma introdução, sua missão, princípios e objetivos, sua estruturação, as propostas para sua estratégia, as prioridades e respectivos objetivos.

Estão detalhadas suas prioridades e suas ações estratégicas, em curso ou previstas, as “macrometas” e as metas acordadas entre parceiros ou propostas por setores, governo e empresas específicas que contribuem para o PPCS. Também inclui as ações sistematizadas de acordo com a tipologia proposta pelo PPCS relacionadas às prioridades. São ações em andamento ou previstas no horizonte de tempo do primeiro ciclo, empreendidas pelas partes interessadas nos temas de PCS, por parceiros dentro e fora do governo - da iniciativa privada, de ONGs - e demais atores relevantes da sociedade. Inclui ainda a descrição dos mecanismos disponíveis para sua implementação e monitoramento, como o Comitê Gestor e o Portal PPCS, os processos de participação pública e as redes. Por fim, apresentam-se as conclusões e os próximos passos, onde se aponta o olhar para o futuro a partir dos resultados obtidos ao longo do processo de elaboração do PPCS, considerando as lições aprendidas e identificando os caminhos possíveis - alguns dos quais já se estabelecendo,

outros ainda embrionários - para as questões de produção e consumo no Brasil.

Na segunda parte do Plano, encontram-se cinco **ANEXOS** agrupados como **“Subsídios à elaboração do Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis”**, onde se compila uma série de informações complementares, mas não menos importantes, que consubstanciam o PPCS. Seu objetivo é fornecer subsídios para que o gestor possa compreender o Plano, sua lógica e o que se espera alcançar, construindo assim um repertório mínimo para seguir o PPCS. Os Anexos contêm as definições e conceitos-chave, um breve histórico de sua construção, suas conexões e sinergias com outras políticas de governo, o arcabouço legal e institucional que baseia sua proposição e, por fim, uma relação de fontes e referências. Essas informações dividem-se da seguinte maneira:

No **Anexo I** estão os Fundamentos do PPCS: antecedentes, informações mais detalhadas sobre o contexto, o histórico e as temáticas, bem como o marco legal e institucional que conferem mandato ao PPCS, além de uma avaliação sobre a interação de suas ações com outras políticas públicas estruturantes.

No **Anexo II** encontra-se disponível o resultado de consulta com órgãos governamentais realizada em julho de 2011.

São ações no âmbito dos três poderes, nos diferentes níveis de governo, identificadas e selecionadas de acordo com sua pertinência relativa às prioridades do primeiro ciclo do PPCS.

No **Anexo III**, incluem-se as contribuições sistematizadas ao PPCS obtidas no processo de consulta pública em 2010, assim como seu relatório técnico completo.

No **Anexo IV**, as leituras sugeridas indicam algumas fontes importantes para aqueles que quiserem aprofundar a busca sobre os temas abordados. São dicas de sites, livros, revistas e outras publicações, algumas das quais integram a bibliografia.

Por fim, o **Anexo V** contém as definições relevantes à compreensão do PPCS na forma de um glossário, bem

como a bibliografia geral, incluindo as referências para elaboração dos subsídios ao PPCS.

Os dados constantes do PPCS foram obtidos a partir de fontes oficiais e fidedignas nos respectivos segmentos, como aqueles produzidos pelo IBGE e CEPAL, além de outras instituições setoriais nacionais como a ABRELPE, ANFAVEA, ABIVIDRO, ANIP, ABIPLAST, ELETROS e CEMPRE, entre outras.

O Plano está disponível na íntegra no Portal PPCS. A contribuição de parceiros e atores relevantes da sociedade será sempre acolhida pela equipe do MMA, que será responsável por manter o Portal PPCS em atividade de forma dinâmica e interativa: www.consumosustentavel.gov.br

Introdução

Toda atividade econômica gera algum tipo de impacto ambiental. Mas tanto a produção quanto o consumo são indispensáveis para satisfazer as necessidades humanas. Tornaram-se problema muito recentemente na história humana, com o crescimento populacional e quando os avanços científicos e tecnológicos que se seguiram à Revolução Industrial aumentaram a capacidade dos seres humanos de extrair maiores quantidades de matéria-prima, até mesmo em áreas do globo antes inacessíveis, possibilitando a produção de milhares de compostos químicos sintéticos, perigosos à saúde humana e resistentes aos processos naturais de degradação.

O problema da produção e do consumo realizados em bases não sustentáveis é simples de ser entendido: não podemos extrair mais recursos naturais do que a natureza é capaz de repor quando se trata de recursos renováveis e, não podemos extrair indefinidamente recursos finitos, não-renováveis. Também não podemos descartar mais resíduos do que a natureza é capaz de assimilar. Além disso, apesar dos avanços tecnológicos, a extração crescente de recursos não-renováveis (minérios e petróleo, por exemplo) para atender a demanda crescente de 7 bilhões de pessoas¹, é a crônica de um desastre anunciado. As montanhas de lixo que geramos nas chamadas sociedades dos descartáveis constituem um cenário desolador que criamos e recriamos todos os dias.

A questão da produção “suja” ou poluidora vem sendo tratada em políticas públicas desde os anos 60 e, a Conferência de Estocolmo, em 1972, realizou um admirável feito ao alertar aos países sobre os efeitos nefastos da crescente poluição industrial e urbana e sobre a necessidade de desenvolver legislação, marcos regulatórios e agências de controle ambiental. Entretanto, sabe-se hoje que é preciso ir além das ações corretivas: é preciso agir preventivamente para mudar o rumo.

A questão do consumo, contudo, ficou negligenciada e só começou a ser tratada quando a literatura sociológica - que enfoca os diversos estilos de vida - mostrou uma tendência cultural que rapidamente se tornou global: o **consumismo**. Enquanto o *consumo* é definido como *a satisfação das*

necessidades básicas (comer, vestir, morar, ter acesso à saúde, lazer e educação), o consumismo é uma *distorção* desse padrão. O relatório do *WorldWatch Institute de 2010*² define consumismo como “a orientação cultural que leva as pessoas a encontrar significado, satisfação e reconhecimento através daquilo que consomem” (WWI, 2010).

O primeiro grande alerta sobre a necessidade de se pensar o consumo em bases sustentáveis está expresso no documento da Agenda 21 Global - espécie de roteiro para se alcançar a sustentabilidade - debatido e divulgado durante e após a Rio-92. Na Agenda 21, tanto a produção quanto o consumo mereceram capítulos específicos com detalhamento e recomendações para torná-los menos impactantes em termos sociais e ambientais.

Mas enquanto medidas foram tomadas para tornar a produção mais limpa e durante toda a década surgiram inúmeras organizações para promover tecnologias limpas e *ecoeficiência* (menor consumo de energia, água e matérias primas no processo de produção), pouco se fez em relação ao consumo além de se estruturar serviços de defesa do consumidor - o que ampliou direitos, mas pouco estimulou os deveres.

Isso aconteceu especialmente nos chamados países em desenvolvimento, incluindo o Brasil, sobretudo por se acreditar que em países como o nosso a demanda por consumo de bens e serviços era reprimida e que, enfim,

¹ Segundo o Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA), em outubro de 2011 a população mundial registrada atinge 7 bilhões (www.unfpa.org).

² O WWI edita desde os anos 80 a série *State of the World*, ou Estado do Mundo, um relatório anual temático com dados sobre a crise ecológica global. Estão disponíveis em português, no site www.worldwatch.org.br/

consumíamos pouco se comparados a países europeus e aos Estados Unidos.

A ideia do “*consumo desigual*” (entre os países do Norte e do Sul) deixou de mobilizar os países pobres e as economias emergentes, como bem mostraram os dois relatórios da ONU (1998, 2004) que focaram o problema do consumo. Em ambos os relatórios fica evidente que o estilo de vida urbano, dominante na maior parte do globo e também na América Latina, repetia o padrão - ou a expectativa do padrão - de consumo praticado nos países do Norte e que, mesmo em países pobres ou emergentes, cada vez mais as pessoas eram levadas a consumir de maneira insustentável.

Recentes estudos mostram que mais do que pertinência a uma determinada classe social, os padrões de renda levam as pessoas a consumirem de maneira muito parecida, sejam elas brasileiras, chinesas ou indianas. Antes da crise econômica mundial de 2008, o mundo conheceu uma década de prosperidade econômica, e a expansão do crédito associada a políticas de combate à pobreza (um dos fortes objetivos do Milênio³), fez com que milhões de pessoas pudessem consumir bens e serviços de toda espécie.

O Relatório do WWI de 2010 afirma que em 2008 foram comprados 68 milhões de veículos, 85 milhões de geladeiras, 297 milhões de computadores e 1,2 bilhões de celulares. Segundo o mesmo relatório, o consumo teve crescimento exponencial nos últimos 50 anos, aumentando em seis vezes o seu tamanho. E isso não se deu somente porque a população mundial cresceu, os estudos mostram que os gastos individuais triplicaram no período.

Portanto, à medida que o consumo aumenta, extraímos mais combustíveis, mais minerais, derrubamos mais árvores, sobre-exploramos mais nossos rios e oceanos e estressamos mais os nossos solos com cultivos intensivos, além de artificializar mais e maiores áreas para produzir alimentos e edificar nossas cidades.

3 Objetivos do Milênio, ou MDGs, do inglês Millenium Development Goals: 1) acabar com a fome e com a miséria; 2) educação básica de qualidade para todos; 3) igualdade entre sexos e valorização da mulher; 4) reduzir a mortalidade infantil; 5) melhorar a saúde das gestantes; 6) combater a AIDS, a malária e outras doenças; 7) qualidade de vida e respeito ao meio ambiente e 8) todo mundo pelo desenvolvimento.

Em 2002, na Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável em Johannesburgo, quando se fez um balanço da década, ficou patente que a questão do consumo não tinha evoluído na maioria dos países. Embora se possa identificar uma série de grupos militantes e organizações que promovem o consumo frugal ou combatem o consumismo, a maior parte dos governos não implementou políticas públicas robustas que pudessem enfrentar a problemática. O Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) e o Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais das Nações Unidas (UNDESA), foram indicados para liderar um processo de mudança. Em 2003, Marrakesh, cidade do Marrocos, sediou a primeira reunião que lançou a iniciativa conhecida como Processo de Marrakesh.

O Processo de Marrakesh visa dar aplicabilidade e expressão concreta ao conceito de Produção e Consumo Sustentáveis (PCS). Solicita e estimula que cada país membro das Nações Unidas e participante do programa desenvolva seu plano de ação, o que será compartilhado com os demais países em nível regional e global, gerando subsídios para a construção do Marco Global para Ação em Consumo e Produção Sustentáveis⁴.

Diversas ações em âmbito nacional e internacional - e algumas de fato exitosas - têm sido realizadas para promover padrões de produção e consumo mais sustentáveis. Entretanto, é preciso fazer mais e ainda mais rápido, uma vez que todos os relatórios mundiais apontam para cenários catastróficos com as evidências das mudanças climáticas e do *stress* ambiental acentuado da maioria dos ecossistemas terrestres.

O Brasil assumiu junto às Nações Unidas em 2007 um importante compromisso ao aderir ao Processo de Marrakesh. Em 2008, a Portaria MMA nº 44, de 13 de fevereiro instituiu o Comitê Gestor de Produção e Consumo Sustentável, articulando vários ministérios e parceiros do setor privado e da sociedade civil com a finalidade de realizar amplo debate e identificar ações que pudessem levar o Brasil, de forma planejada e monitorada, a buscar

4 *Global Framework for Action on SCP* - Marco Global para Ação em Produção e Consumo Sustentável. Disponibilizadas em: <http://www.unep.fr/scp/marrakesh>.

padrões mais sustentáveis de consumo e produção nos próximos anos. O primeiro passo para concretizar esse compromisso é o Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis - **PPCS**, cuja versão para o período de 2011-2014 apresenta-se aqui.

Essa adesão torna-se mais relevante e consequente diante da atual realidade socioeconômica do País. Os dados sobre a nova classe média revelam o potencial de consumo de seus 95 milhões de integrantes como sendo superior ao potencial das classes A e B juntas.

A promoção e o apoio a padrões sustentáveis de produção e consumo estão incluídos como diretrizes da Política Nacional de Mudança do Clima e o **PPCS** vem complementar o PNMC, lançado em dezembro de 2009 para atender os compromissos brasileiros no âmbito da Convenção-Quadro da Mudança do Clima (UNFCCC). Enquanto o PNMC volta-se principalmente para as ações governamentais e do setor produtivo, com foco na redução das emissões de gases de efeito estufa resultantes do desmatamento e dos macro setores de energia e transportes, o **PPCS** enfatiza o papel do consumidor na demanda por produtos e serviços mais sustentáveis ao longo de toda cadeia produtiva, bem como na responsabilidade individual e coletiva dos cidadãos brasileiros.

Outro eixo conceitual para as ações do **PPCS** é a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), instituída em 2010 e cujo plano de implementação esteve em processo de consulta pública durante o segundo semestre de 2011. Ao lado do PNMC e do Plano Brasil Maior, a PNRS compõe o arcabouço institucional para o **PPCS**, completando o tripé da sustentabilidade que fundamenta a política de governo em 2011 - desenvolvimento econômico, proteção ambiental e justiça social, aliados à qualidade de vida para todos.

Esta versão do **PPCS**, incorporando as contribuições de diversos órgãos do governo e da sociedade civil, foi editada pela SAIC/MMA e ratificada pelo Comitê Gestor de Produção e Consumo Sustentável, e estabelece o mapa do caminho para os próximos 3 anos. Não é, porém, uma obra acabada.

Por meio de seu Portal, o documento e seus anexos estarão acessíveis à sociedade para consulta, atualização e diálogo constantes.

Espera-se que o PPCS, uma vez em vigor, torne-se instrumento de mudança e incentivo para o desenvolvimento de comportamentos mobilizadores, tanto por parte do governo quanto do setor produtivo e da sociedade, representando de fato um passo rumo ao compromisso de todos os brasileiros com o desenvolvimento sustentável.

Finalmente, mudar padrões de produção e consumo significa mudar hábitos, comportamentos, valores, enfim, mudar cultura. É uma tarefa que requer engajamento, mas também ciência e esforço perseverantes. Por isso o Plano buscou um patamar realista de intervenção. Entre a utopia da sociedade sustentável (que ainda não existe) e a sociedade insustentável (que devemos superar), buscou-se um conjunto de prioridades e de focos que pudessem - pedagogicamente - introduzir e fortalecer práticas que se orientam para o novo paradigma.

O que se quer é uma sociedade mais justa e ecologicamente responsável. Este é o objetivo maior. Economia verde, negócios sustentáveis, produtos, bens e serviços que causem o menor impacto ambiental possível e minimizem riscos à saúde humana, são partes da receita para lá se chegar. Quem decide somos nós, cidadãos, consumidores que somos de bens tangíveis e intangíveis. Aqui e agora, somos nós, seres humanos, produtores de bens simbólicos, capazes de projetar um mundo melhor antes de materializá-lo na realidade, que podemos de fato fazer da sustentabilidade um valor encarnado em nossos hábitos cotidianos. O Plano é não apenas um convite, mas também uma valiosa ferramenta para se passar da reflexão à ação em nosso dia a dia.

Contexto

A população brasileira está na casa dos 193 milhões de pessoas, com incremento de cerca de 2 milhões de pessoas ao ano, o que representa um enorme mercado consumidor potencial.

O Produto Interno Bruto - PIB brasileiro, que em 2010 fechou na casa dos 3,67 trilhões de reais, tem taxa média de crescimento anual de cerca de 4,4 % – com exceção de 2009, ano da crise econômica mundial, em que o PIB sofreu uma queda da taxa média de crescimento (-0,6%).

O expressivo período de crescimento econômico brasileiro teve reflexo na geração de empregos, aumento da renda dos trabalhadores e inclusão social.

Diante dos números, verifica-se que mudanças fundamentais têm ocorrido em nossa sociedade, observadas principalmente no forte aumento do consumo. Mais de 50% dos brasileiros fazem parte hoje da Nova Classe Média e, segundo projeções para os próximos vinte anos, esse percentual será ainda maior, principalmente em relação à renda.

Quadros comparativos de Distribuição de Renda no Brasil, em 2007 e na projeção para 2030.

Os cidadãos da nova classe média encontraram lugar no mercado de trabalho com carteira assinada e são os responsáveis pelo recorde de vendas de casas, carros e computadores em 2008. A tendência é que o consumo aumente ainda mais em todos os segmentos de produtos.

Considerando que nos últimos anos houve um aumento da renda per capita de aproximadamente 3,1% ao ano, quase 3 vezes superior à taxa dos últimos 17 anos (1,3%), um crescimento de cerca de 3,5% ao ano da massa salarial e o aumento do consumo de aproximadamente 3,8% ano, a partir dos dados levantados nas séries históricas é possível projetar uma ampliação significativa do mercado de consumo no País, podendo levar o Brasil a ter o quinto maior mercado consumidor do mundo em pouco tempo.

Tabela 1. Taxas Médias Anuais de Crescimento do PIB							
(Base: Igual Período do Ano Anterior = 100) (*) Dado preliminar							
Discriminação	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
PIB	5,7	3,2	4	6,1	5,2	-0,6	7,5*

Fonte: IBGE-Departamento de Contas Nacionais

Diante desse quadro, torna-se evidente a necessidade de se disciplinar o consumo para orientar os cidadãos a escolhas mais inteligentes, que promovam a racionalização do uso de recursos naturais, a justiça social e a geração de renda local, dessa forma evitando os efeitos perversos do ciclo de produção e consumo predatórios.

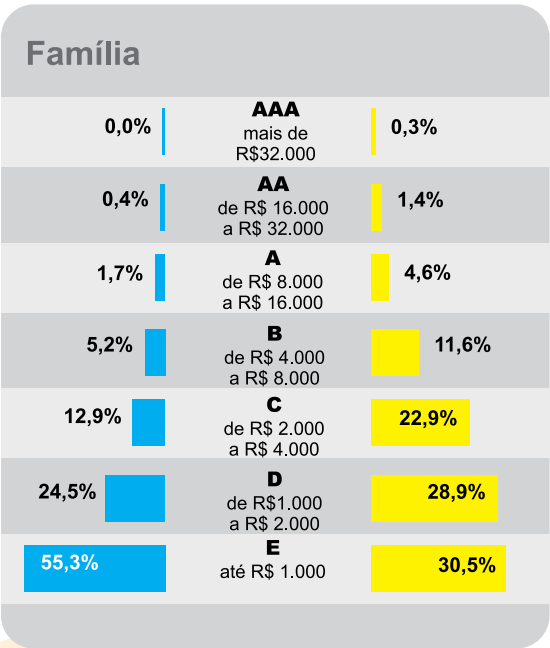
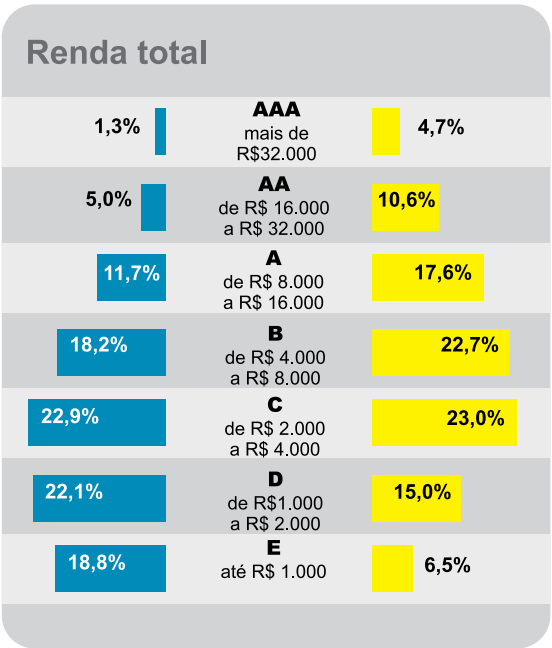
Gráfico 1. Por renda total

Gráfico 2. Renda familiar

Distribuição de renda

Por classe de renda e por família

■ 2007
■ 2030



Fonte: Ernst&Young e FGV, 2008.

O PPCS, assim, vem se somar a duas importantes políticas nacionais em curso que visam enfrentar alguns desses efeitos colaterais do consumo, contribuindo para uma economia de baixo carbono - a Política Nacional de Mudança do Clima (PNMC) e a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS).

Mercado consumidor por ramos de produto



2. Missão, princípios e diretrizes do Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis no Brasil

MISSÃO

A missão do Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis - PPCS é fomentar políticas, programas e ações de consumo e produção sustentáveis no País, voltadas a ampliar as soluções para problemas socioambientais, consoante com as políticas nacionais visando à erradicação da miséria, a redução de emissões de gases de efeito estufa e ao desenvolvimento sustentável, mais os compromissos internacionais assumidos pelo Brasil, sobretudo com as diretrizes do Processo de Marrakesh.

A contribuição crucial do PPCS está em promover mudanças verificáveis nos padrões de produção e consumo. Essas mudanças, por sua vez, devem estar relacionadas à “descarbonização” da economia e ao uso responsável dos recursos naturais.

PRINCÍPIOS NORTEADORES DO PPCS

Dada sua natureza transversal, os princípios do Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis - PPCS são compatíveis com aqueles expressos em políticas nacionais estruturantes e acordos internacionais dos quais o Brasil é signatário, voltados para temas afins como erradicação da miséria, proteção climática, gestão de resíduos sólidos, gestão de recursos hídricos, combate à desertificação e proteção da biodiversidade, entre outros. Este Plano, portanto, norteia-se pelos seguintes princípios:

Do desenvolvimento sustentável, no qual a proteção ambiental é parte integrante do processo produtivo e de consumo, permitindo qualidade de vida para todos os cidadãos e atendendo equitativamente as necessidades das gerações presentes e futuras;

Da responsabilidade compartilhada, na qual cada cidadão deve contribuir de forma proativa para a conservação, proteção e restauração da saúde e da

integridade dos ecossistemas e quando cada segmento da sociedade assume a responsabilidade que lhe cabe no uso e gestão dos bens comuns;

Da liderança governamental por meio do exemplo, no provimento dos serviços essenciais com qualidade, na proteção do meio ambiente como patrimônio público e na gestão ética e eficiente dos recursos e bens comuns;

Da precaução, pelo qual a ausência de certeza científica não pode ser utilizada como razão para postergar medidas eficazes para prevenir a degradação ambiental quando houver ameaça de danos sérios ou irreversíveis;

Da prevenção, que consiste na adoção de medidas e políticas públicas capazes de mitigar impactos socioambientais conhecidos;

Da participação da sociedade civil nos processos consultivos e deliberativos, com transparência e amplo acesso à informação;

Da cooperação, nacional e internacional, entre Estados, entidades e cidadãos de boa fé rumo ao desenvolvimento sustentável que garanta a qualidade de vida a todos os seres humanos, em harmonia com outros seres vivos no Planeta;

Da educação ambiental, para capacitar a sociedade no sentido de proteger o bem comum para a presente e as futuras gerações, incentivando a busca e a disseminação do conhecimento, a implantação de tecnologias orientadas para uso eficiente de recursos naturais e a proteção da Natureza.

DIRETRIZES PARA O PPCS

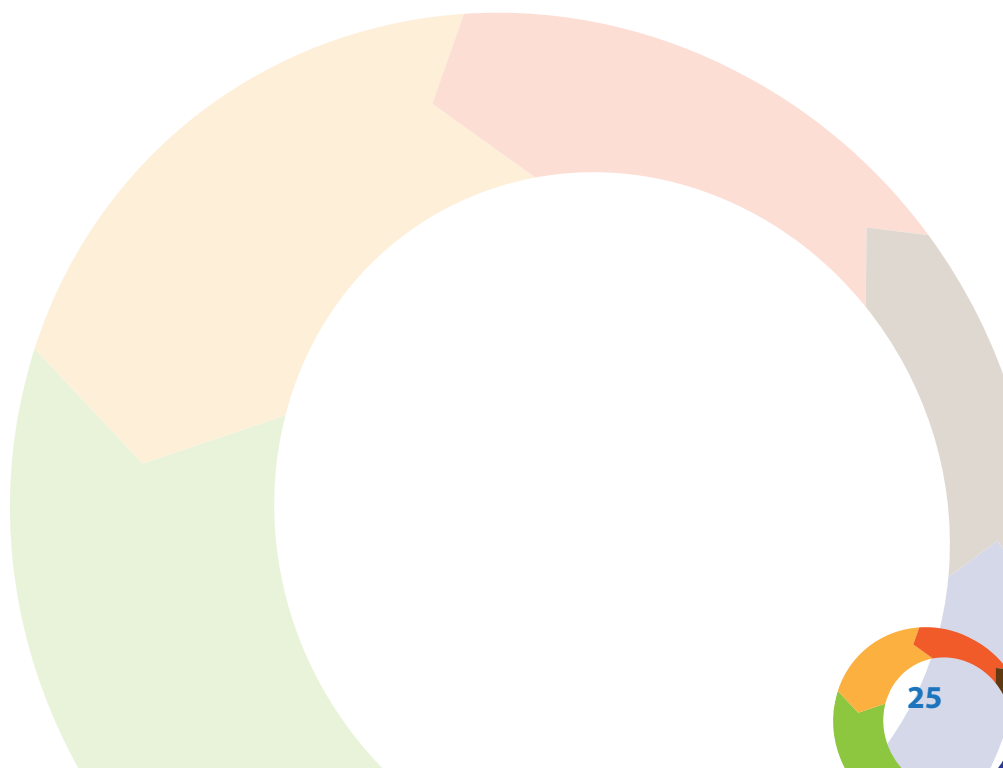
Ações no âmbito do PPCS devem idealmente incorporar a (e beneficiar-se da) influência recíproca que existe entre produção e consumo, levando em conta os limites físicos e biológicos que a natureza impõe e os valores éticos que formam a cultura da sustentabilidade. Assim, as diretrizes para o PPCS devem considerar o seguinte:

- As ações que foquem o sistema produtivo em si, tanto quanto o sistema institucional-regulatório que o sustenta: infraestrutura, tecnologia, instrumentos econômicos e regulatórios. O sistema produtivo, assim como o institucional-regulatório, é composto essencialmente pelas empresas, organizações dos trabalhadores e governos e já conta com uma série de conceitos e instrumentos para ação prática – como *ecoeficiência*, produção mais limpa, normas técnicas (como a série ISO e as da ABNT) e legislação específica (como a Política Nacional de Meio Ambiente e as Resoluções do CONAMA);
- Observar os impactos sobre o mercado de trabalho. Algumas das ações propostas aqui podem acarretar a redução de certo número de empregos atualmente ofertados. Em contrapartida, pode-se prever desde já a geração de um número bem maior de postos de trabalho em atividades como a reciclagem de resíduos, a construção sustentável e a agropecuária de baixo carbono entre outras, mais intensivas em mão de obra. A escolha das ações a serem adotadas deverá levar em conta o potencial de geração de empregos das diversas atividades econômicas, sempre que possível privilegiando aquelas que demandem mais mão de obra. Além disso, buscará favorecer a criação de ocupações de qualidade que possam atender aos requisitos da definição de “empregos verdes” da OIT;⁵
- As ações que tenham impacto no sistema cultural e educacional visando a mudança de comportamentos. O sistema cultural é composto essencialmente pelos próprios indivíduos/consumidores e pelas instituições e instrumentos que os influenciam como escolas e universidades, a mídia, o marketing e a indústria cultural, com seus fortes apelos no sentido de gerar necessidades, reais ou não, alimentando expectativas de consumo, criando elos entre ser e ter, levando as pessoas a identificarem o consumo com maior bem estar ou felicidade;
- Identificação, valorização e explicitação das conexões entre as principais políticas, programas e planos nacionais afins, como: Agenda21 (Global e Brasileira); Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA); Política Nacional de Meio Ambiente (PNMA); Política Nacional de Recursos Hídricos; Política Nacional de Mudanças Climáticas (PNMC); Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS); Plano Nacional de Emprego e Trabalho Decente (PNETD); Política Nacional de Desenvolvimento Produtivo (PDP) e sua versão atualizada; o Plano Brasil Maior. No tocante à proteção de Biodiversidade, o Decreto Nº. 4.339/2002, que instituiu os princípios e diretrizes para a implementação da Política Nacional de Biodiversidade. Também são consideradas outras normas que regem práticas rumo à sustentabilidade na gestão pública, como a Instrução

⁵ A OIT define empregos verdes como “postos de trabalho decente que contribuem para a redução de emissões de carbono ou para a melhoria/conservação da qualidade ambiental”. Trabalho decente, por sua vez, pode ser definido como “um trabalho produtivo adequadamente remunerado, exercido em condições de liberdade, equidade e segurança, que seja capaz de garantir uma vida digna para os trabalhadores e suas famílias”.

Normativa nº 1/2010, da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (SLTI/MPOG), sobre compras públicas sustentáveis e mais recentemente, o Acórdão do Tribunal de Contas da União (TCU) nº 1752/2011;

- Identificação de ações existentes em todo o Brasil, que por suas características possam vir a compor e enriquecer o PPCS, aproveitando para evidenciar os principais fatores que as tornam exitosas;
- Identificação de sinergias e confluências entre as prioridades e metodologias propostas no âmbito nacional e aquelas existentes no Processo de Marrakesh, de modo a contribuir com o processo internacional e com a sustentabilidade no plano global;
- Envolvimento amplo da sociedade brasileira no processo, tanto por meio das organizações já engajadas no Comitê Gestor e seus grupos de trabalho, quanto por meio de outras organizações e redes que possam ser identificadas e motivadas a participar;
- Atenção às singularidades do Processo de Marrakesh e do seu conceito de produção e consumo sustentáveis, de modo a disseminar seus significados e implicações entre todos os participantes, e principalmente refleti-los nos critérios de escolha e priorização das ações/objetivos do PPCS;
- Observância da variedade e da diversidade de públicos, culturas regionais e de grupos sociais dentro do próprio País, bem como de interesses quanto ao engajamento na temática do PCS, de modo a ser mais eficaz e o mais abrangente possível, na cobertura de seus programas, projetos e ações;
- Levar em conta os acordos internacionais assinados pelo Brasil, especialmente as Convenções da Biodiversidade e do Clima, bem como as demais que afetem direta ou indiretamente as prioridades eleitas pelo Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis.



3. Objetivos

O estabelecimento de um processo de Produção e Consumo Sustentáveis no País tem como **objetivo primordial** fomentar dinâmicas e ações no presente e também no médio e no longo prazos, que mudem o atual paradigma de produção e consumo, contribuindo significativamente para o desenvolvimento sustentável da sociedade brasileira.

O resultado que se espera desse processo é a melhora contínua da qualidade de vida da população e da proteção ambiental, por meio de práticas de produção e consumo que respeitem a capacidade de suporte do Planeta, no presente e no futuro. Esses resultados devem ser verificáveis e aperfeiçoados ao longo da implementação do Plano.

OBJETIVOS GERAIS

1. **Fomentar** no Brasil um vigoroso e contínuo processo de ampliação de ações alinhadas ao conceito de PCS, tal como estabelecido pela ONU no Processo de Marrakesh, compartilhando com os nossos parceiros nacionais e internacionais o esforço por promover também a sustentabilidade no plano global;
2. **Integrar** a iniciativa de disseminação de PCS ao esforço de enfrentamento das mudanças climáticas e também a outras frentes prioritárias para a sociedade brasileira, como o combate à pobreza, a distribuição equitativa dos benefícios do desenvolvimento, a conservação da biodiversidade e dos demais recursos naturais.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Fornecer as diretrizes básicas, eleger as prioridades e estabelecer um conjunto de ações cabíveis, articuladas entre si, de modo a efetivar a sua missão.

4. Estratégia e Prioridades do PPCS

O Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis foi estruturado para potencializar e dar escala a ações já existentes (como projetos demonstrativos ou ações pontuais), além de fomentar outras em vias de serem implementadas, indicando novas ações estratégicas no eixo de cada prioridade apontada, a serem efetivadas no primeiro ciclo de sua implementação, previsto para ocorrer de 2011 a 2014.

A ideia de que haverá outros ciclos futuros de implementação, permite a flexibilidade necessária para uma agenda de trabalho cujo principal desafio é disseminar o conceito de produção mais limpa e de consumo sustentável, hoje ainda restrito a um número pequeno de empresas e de consumidores.

O **primeiro pilar** da estratégia, portanto, é o estabelecimento de ciclos curtos de implementação e de revisão, a cada quatro anos.

O **segundo pilar** da estratégia é vertebrar ações existentes que já vêm sendo implementadas por vários órgãos da administração pública como também do setor privado, além de organizações não governamentais. Fora do contexto de um Plano como este, tais ações aparecem como descoladas das estratégias principais das instituições ou como apêndices de componentes de fomento ao desenvolvimento sustentável. Um listado destas ações recentemente levantadas pela equipe técnica do MMA mostra que as mesmas possuem características que as qualificam a integrar o Plano de Ação. Assim, o PPCS busca organizar e valorizar essas ações, bem como aumentar o seu número e qualidade.

O **terceiro pilar** da estratégia está em reconhecer o grande e exitoso esforço do setor privado na melhoria das suas operações, no fornecimento de produtos mais sustentáveis, e em iniciativas predominantemente voluntárias e sem a inversão de recursos governamentais, em práticas que guardam total afinidade com o Plano de Ação. Hoje, grande número de empresas públicas produzem relatórios anuais de sustentabilidade socioambiental e assinam pactos nacionais ou setoriais que contribuem para os objetivos de

importantes políticas nacionais, tais como ao PNMC, a PNRS e a proteção da biodiversidade. Todo esse esforço, agora reconhecido pelo mercado de capitais, pelas seguradoras, por acionistas e outros atores estratégicos, não encontra lugar para ser contabilizado nos planos nacionais. O PPCS tem na sua estratégia de implementação, a ambição de atrair para o seu âmbito uma série de iniciativas voluntárias do setor produtivo.

O **quarto pilar** da estratégia é reconhecer o princípio da exemplaridade e promover ações em que o Estado, por meio de suas agências de governo e da sua massa de servidores, se engaje em práticas mais sustentáveis, consolidando no País uma base normativa sólida sobre a adoção da agenda socioambiental na gestão e na realização de compras governamentais com critérios de sustentabilidade definidos.

O **quinto pilar** da estratégia é o reconhecimento de que a ênfase do Plano deve ser em consumo sustentável neste primeiro ciclo. Por duas razões simples: primeiro, porque se a responsabilidade sobre “limpar” ou “descarbonizar” a produção recai sobre as empresas e em parte sobre o Governo, a responsabilidade de como promover novos padrões de consumo não recai sobre nenhum ente em particular, aparecendo na maioria dos planos de ação e nas políticas públicas em geral como “dever de todos”. Sabe-se hoje que o sucesso de várias ações e políticas formuladas atualmente no âmbito da PNMC e da PNRS dependem cada vez mais de cidadãos receptivos às novas práticas de consumo. Por isso, este Plano de Ação tem como foco no seu primeiro ciclo a questão do consumo, bem como os desafios a ela subjacentes, tais como a ocorrência de

uma sociedade de massa cada vez mais disposta a relacionar sentimentos de felicidade e de bem-estar à sua capacidade de consumir bens e serviços.

O **sexto e último pilar** da estratégia está em buscar sinergias diretas e verificáveis com as principais políticas nacionais de desenvolvimento sustentável, como a PNMC e a PNRS, elegendo prioridades que estão sob a governabilidade do Ministério do Meio Ambiente e de seus parceiros estratégicos. Ao eleger as prioridades e indicar as ações, levou-se em conta o grau de maturidade de cada uma, optando-se por estabelecer somente aquelas que já possuem recursos e implementadores definidos.

ETAPAS DA IMPLEMENTAÇÃO

A estratégia aqui delineada em seus pontos principais, será melhor implementada levando em consideração três etapas, dentro do ciclo de quatro anos:

Etapa 1 – Disseminação do conceito de Produção e Consumo Sustentáveis e do PPCS. Objetivo maior: Tornar o plano conhecido pela sociedade brasileira e disseminar o conceito de PCS de maneira a sensibilizar o consumidor final, engajar o consumidor institucional em ações exemplares e garantir a adesão de todos.

As ações para promover esse engajamento são:

- a. Firmar parcerias com atores institucionais de grande poder convocatório no território nacional, a fim de garantir a capilaridade dos conceitos do PPCS;
- b. Desenvolver e implementar uma estratégia de comunicação (incluindo pesquisa junto à população brasileira sobre hábitos de consumo e outros temas do PPCS);
- c. Gerenciar o Portal interativo do PPCS e produzir conteúdo para diversos veículos de comunicação de massa.

Etapa 2: Ampliação do alcance do PPCS. Objetivo maior: aumentar o número de ações do PPCS em suas prioridades, nos setores público e privado.

- a. Discutir com os gestores federais em diferentes órgãos sobre as ações e metas do PPCS que possam interagir com as políticas setoriais, em complementação ao cumprimento de suas metas previstas no PPA 2012-2015;
- b. Discutir iniciativas conjuntas e acordos para o próximo período.

Etapa 3: Capilarização do PPCS. Objetivo maior: discutir propostas de ação com a base da sociedade e os governos locais, visando sua revisão em 2014. Engajar Estados e Municípios de modo a ter o reatamento do PPCS nessas instâncias de governo.

- a. Promover eventos regionais para discussão sobre as metas do PPCS em suas prioridades, de acordo com as especificidades de cada região;
- b. Realizar Conferência Nacional de Meio Ambiente sobre PCS em 2013.

OS ATORES RELEVANTES (*stakeholders*)

Os problemas causados pelas mudanças ambientais globais resultantes dos processos insustentáveis de produção e consumo, afetarão a todos e a responsabilidade por lidar com isso também é de todos e de cada um, enquanto indivíduos e instituições, na medida de suas respectivas capacidades. O principal fator de transformação do atual modelo predatório de desenvolvimento para um que respeite os limites do planeta será, sem dúvida, a mudança dos padrões de produção e consumo atuais.

Em última instância, todos são atores relevantes na busca, na promoção e na implementação de práticas de produção

e consumo mais sustentáveis. Alguns atores, porém, tem a capacidade, o poder e/ou a vontade de liderar as mudanças necessárias. Consumidores institucionais, empresariais e coletivos atuam em uma escala maior, capaz de influenciar outros atores e são os parceiros do PPCS, mas a importância do consumidor final, não pode ser subestimada, pois é ele o protagonista nesse processo de mudança.

Identificam-se a seguir alguns dos atores mais importantes para o PPCS e o que podem fazer, dado seu envolvimento direto ou potencial na elaboração e implementação do Plano:

Os órgãos de governo federal, estaduais e locais - além de seu papel de regulador e fiscalizador, os governos podem aderir a compromissos que norteiem práticas mais sustentáveis, incentivem a inovação tecnológica, fomentem pesquisa e conhecimento nos temas relevantes e finalmente, liderar pelo exemplo, adotando práticas mais sustentáveis na administração pública;

As entidades de classe podem usar seu poder convocatório para promover novas práticas e engajar associados por meio de capacitação e disseminação de boas práticas;

As Organizações Não Governamentais podem promover conceitos, conscientizar a população e os consumidores, monitorar governos e o setor produtivo no cumprimento de compromissos e ações adequadas que garantam a saúde e a qualidade de vida de todos;

As comunidades acadêmica e científica podem buscar soluções inovadoras, criativas no sentido de implementar produção mais eficiente, menos danosa ao meio ambiente e compartilhar esse conhecimento com a sociedade;

As instituições financeiras podem financiar e incentivar tecnologias limpas, investir em inovação e comunicar suas práticas de forma transparente aos consumidores;

O setor produtivo pode desenvolver tecnologias mais eficientes, reduzir o desperdício, minimizar resíduos e poluição, colaborar com os órgãos de governo na implementação das normas que favoreçam a produção mais limpa e o consumo sustentável e informar o consumidor de forma clara sobre seus processos produtivos e impactos;

Os cidadãos/consumidores podem buscar informações sobre como reduzir o impacto de suas escolhas de consumo, evitar o desperdício sempre, ter consciência na hora de descartar produtos indesejáveis e dispor adequadamente de seus resíduos;

As agências multilaterais e de cooperação internacional podem promover a troca de experiências, tecnologias e conhecimentos sobre boas práticas de produção e consumo mais sustentáveis entre governos e instituições;

A comunidade internacional pode se reunir na busca de soluções no âmbito das nações, promovendo a negociação entre aqueles com interesses diferentes, para estabelecer, apoiar e implementar um quadro normativo que apoie as mudanças necessárias.

TEMAS PRIORITÁRIOS

O PPCS identificou seis prioridades dentre os 17 temas relacionados pelo Comitê Gestor de Produção e Consumo Sustentável em 2009⁶. Essas prioridades são:

- Educação para o consumo sustentável;
- Compras públicas sustentáveis;
- Agenda Ambiental na Administração Pública - A3P;
- Aumento da reciclagem de resíduos sólidos;
- Varejo sustentável;
- Construções sustentáveis.

Educação para o consumo sustentável – Para conceber e colocar em prática instrumentos como pesquisas, estudos de caso, guias e manuais, campanhas e outros, para sensibilizar e mobilizar o indivíduo/consumidor, visando mudanças de comportamento por parte da população em geral;

Compras públicas sustentáveis – Para impulsionar a adoção das compras públicas sustentáveis no âmbito da administração pública, incentivando setores industriais e empresas a ampliarem seu portfólio de produtos e serviços sustentáveis, induzindo com essa dinâmica a ampliação de atividades compatíveis com a economia verde (*green economy*) ou de baixo carbono;

⁶ O Comitê Gestor identificou um conjunto de 17 temas prioritários para estruturar as ações do PPCS. Os outros temas que serão incorporados em ações do PPCS, seja por meio de integração com as prioridades selecionadas, seja na constituição de Forças Tarefa são: Integração de políticas em PCS; Fortalecimento de uma articulação nacional em PCS; Inovação e difusão de tecnologias em PCS; Desenvolvimento de indicadores em PCS; Divulgação e capacitação em PCS; Agricultura e pecuária sustentáveis; Fomento a produção e consumo sustentáveis; Diminuição do impacto social e ambiental na geração e uso de energia; Rotulagem e análise do ciclo de vida; Rotulagem para expansão sustentável do uso de biocombustíveis; Estímulo à criação e expansão de negócios / mercados com inclusão social e menor impacto ambiental.

Agenda Ambiental na Administração Pública - A3P

– Para consolidar a A3P como marco referencial de responsabilidade socioambiental nos três níveis e esferas do governo;

Aumento da reciclagem de resíduos sólidos –

Para incentivar a reciclagem no País, tanto por parte do consumidor como por parte do setor produtivo, promovendo ações compatíveis com os princípios da responsabilidade compartilhada dos geradores de resíduos e da logística reversa conforme estabelecido na Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). Neste quesito cabe também incentivar a indústria da reciclagem com inclusão social (inserção dos catadores);

Varejo sustentável –

Para discutir a percepção do setor varejista a respeito da inserção de práticas de sustentabilidade nas suas operações e o seu papel na promoção do consumo sustentável por meio de ações condizentes com as premissas e objetivos do PPCS;

Construções Sustentáveis –

Para induzir o setor da construção civil – incluindo o de infraestrutura, como rodoviária e portuária, entre outras – a adotar práticas que melhorem o *desempenho socioambiental*, desde o projeto até a construção efetiva, passando por criteriosa seleção de materiais e alternativas menos impactantes ao ambiente e à saúde humana.

A seleção destes temas não implica a exclusão de outros como áreas de interesse e atuação. A expectativa é que ao longo do primeiro ciclo as ações ainda incipientes amadureçam, agregando conteúdo ao PPCS de acordo com a demanda da própria sociedade.

Ademais, busca-se primeiramente abordar o papel de consumidor de todos os atores, individuais ou institucionais, envolvidos na cadeia produtiva. O motivo para este enfoque baseia-se no fato de que o papel do consumidor como agente político tem sido negligenciado pelas políticas públicas. Além de direitos, faz-se necessário compartilhar responsabilidades e deveres, atribuindo as ações aos atores relevantes que consomem recursos naturais, tanto no usufruto de bens e serviços quanto nos processos de sua produção.



5. Tipologia de ações no âmbito do PPCS

Buscando articular e valorizar ações já em curso – tanto do setor governamental quanto o não governamental, o PPCS prevê uma tipologia variada de ações, em desenvolvimento e a serem desenvolvidas, que possam ser agrupadas e nomeadas segundo a sua natureza e os atores relevantes envolvidos.

Essas ações poderão interagir e evoluir, ou se transformar e fornecer o conteúdo para a definição de metas que conferirão direcionamento ao PPCS. São classificadas de acordo com a seguinte tipologia:

AÇÕES GOVERNAMENTAIS (AG)

Iniciativas conduzidas sob a liderança e a coordenação técnica dos Ministérios do Governo Federal e de outros entes públicos, como agências e autarquias, empreendidas com recursos públicos do Orçamento da União ou dos congêneres nos Estados e Municípios, ou de empresas ou

bancos estatais e que representem uma contribuição direta às prioridades do PPCS. Encaixam-se nesta categoria, por exemplo, o Programa de eficiência energética PROCEL EDIFICA, implementado pelo Ministério de Minas Energia e o Programa de Aquisição de Alimentos da Conab, em apoio à agricultura familiar.

PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS (PAA)

Executado pela Conab com recursos do MDS e MDA, nas modalidades Doação Simultânea e Formação de Estoques Estratégicos da Agricultura Familiar, tem por objetivo apoiar a **agricultura familiar**, tanto por meio da compra dos seus produtos a preços justos, quanto a sua doação a pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional. Visa também a formação de estoques públicos estratégicos desses alimentos. O Programa possibilita ainda a inclusão dos produtos da sócio-biodiversidade na alimentação escolar.

A modalidade Formação de Estoques Estratégicos da Agricultura Familiar (MDA) possibilita o acesso a mercados mais justos, tornando-se assim uma ferramenta importante à agregação de renda para essas famílias, que vivem em áreas distantes dos grandes centros e deficientes em infraestrutura, como é o caso da maioria dos produtores da Região Amazônica.

O Programa operacionalizou em 2009 aproximadamente R\$ 363.000.000,00 (trezentos e sessenta e três milhões de reais), englobando 287.174,318 toneladas de produtos. Em 2010 as operações reduziram-se, sendo executados aproximadamente R\$ 314.000.00,00 (trezentos e quatorze milhões de reais) de recurso e 194.193,813 toneladas de produtos. Deste universo, foram operacionalizados aproximadamente R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais) com produtos da sócio-biodiversidade fornecidos pela agricultura familiar em 2009, e R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais) em 2010.

AÇÕES DE PARCERIA (AP)

Iniciativas conjuntas entre o setor público e o setor privado e/ou sociedade organizada, com recursos mistos (aportes públicos e privados), sob coordenação e/ou monitoramento conjuntos. Embora guardem certa autonomia de execução ou desempenho em relação ao Governo, para fazer parte do PPCS oficialmente, estas ações devem contar com

mecanismos de monitoramento público – como relatórios anuais e outros cabíveis, de acordo com a característica da iniciativa. Ações de parceria entre o MMA e instituições ou setores empresariais já estão em curso, como por exemplo, a campanha *Saco é um Saco* e a publicação com o IDEC do *Manual de Educação: Consumo Sustentável*, cuja terceira edição será lançada em 2012.

SACO É UM SACO



A campanha, lançada em 2009, aborda a questão do consumo excessivo das sacolas plásticas descartáveis para trabalhar o conceito de consumo sustentável com a população, chamando a atenção para o impacto do uso indiscriminado dessa opção. A gratuidade e disponibilidade deste item provocaram o consumo irresponsável, com consequências nefastas para o meio ambiente, tanto local quanto global, como o acúmulo nos lixões e aterros, entupimento de bueiros nas cidades e até a criação de “ilhas” de lixo plástico no oceano Pacífico.

Atuando para engajar o consumidor, estabelecendo parcerias estratégicas (capazes de influenciar o mercado e o seu setor) e estimulando ações em todo o País, a campanha Saco é um Saco provocou a redução de 5 bilhões de sacolas plásticas em dois anos – e a expectativa é de continuar a redução gradual nos próximos anos. Fundamental para este resultado foi a troca de ideias com os consumidores acerca das alternativas para embalar compras e envasar o lixo, com inúmeras sugestões vindas por meio de concursos e dos canais da campanha na internet.

A campanha, inovadora e ainda em curso, faz uso de diferentes mídias, utilizando pela primeira vez no MMA as ferramentas de internet, como hotsite, blog, Twitter e canal no Youtube, onde a mensagem e as peças da campanha são divulgadas.

INICIATIVAS VOLUNTÁRIAS (IV)

Iniciativas empreendidas sem aporte de recursos governamentais, pelo setor privado ou por organizações da sociedade, em execução ou previstas para o primeiro período do Plano, planejadas como contribuição direta para se atender as prioridades do PPCS. Podem ser ações de empresas desenvolvidas individualmente, em grupo ou setor, neste caso representado por alguma

associação empresarial ou entidade da sociedade. Para integrar o Plano oficialmente, a iniciativa deve observar os critérios de transparência que incluem relatórios anuais e metas monitoradas por agente externo à empresa ou organização. Encaixam-se nesta categoria ações como o Portal dos Serviços de Coleta e Reciclagem do setor de eletroeletrônicos, executado pela organização não governamental Compromisso Empresarial pela Reciclagem – CEMPRE e o Programa Nacional de Coleta e Destinação

de Pneus Inservíveis, executado pela Associação Nacional da Indústria de Pneumáticos – ANIP, entidade que representa os fabricantes de pneus novos no Brasil.

WALMART: SUSTENTABILIDADE PONTA A PONTA

Com cerca de sete mil fornecedores e mais de 60 mil produtos à venda nas lojas do Walmart Brasil, a tarefa de estimular a sustentabilidade nas cadeias de suprimento tem se mostrado um grande desafio. É neste contexto que o Projeto *End to End* – Sustentabilidade de Ponta a Ponta está inserido. Em 2008, o Walmart Brasil apresentou a seus parceiros comerciais o desafio de levar para a gôndola produtos com diferenciais em sustentabilidade, que pudessem demonstrar que produzir com responsabilidade socioambiental é possível.

A empresa obteve, apenas com a 2ª edição do projeto, lançada em julho de 2011, os ganhos totais de: redução no consumo de água em **2.402.880 L**; redução de embalagem em **79.450 kg**; engajamento de interesse coletivo e **foco social**; economia equivalente a **8,03 milhões de lâmpadas**; redução de **250.400 kg** de resíduos; o equivalente a **17,3 milhões** km rodados; redução de óleo diesel em **232.430 L** e aumento de **32%** a **64%** de produtos entregues por caminhão.

Todos os produtos participantes das duas edições do projeto são líderes das suas respectivas categorias, por isso o processo transformacional que passaram é de grande influência aos seus próprios concorrentes, o que beneficia a todos: indústria, varejo e consumidor.

PACTOS SETORIAIS (PS)

Pactos efetuados entre o Ministério do Meio Ambiente e associações representativas de diferentes cadeias do setor produtivo, estabelecendo compromissos voluntários ou vinculantes. Os pactos visam promover a produção, o uso e o consumo sustentáveis e o descarte correto de produtos ou serviços específicos, claramente significativos na redução, mitigação ou prevenção de

impacto socioambiental já detectado. São compromissos construídos de maneira participativa e transparente, estabelecendo medidas práticas e metas, bem como seus instrumentos de monitoramento. Nesses pactos ou acordos, o governo é necessariamente parte integrante e constitutiva, participando ativamente do monitoramento. Encaixam-se nesta categoria o Pacto da Soja Sustentável e o Pacto da Madeira Certificada.

PACTO SETORIAL PARA REDUÇÃO DAS SACOLAS PLÁSTICAS COM A ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS - ABRAS

Com a grande adesão da sociedade brasileira ao movimento de redução do consumo de sacolas plásticas, tornou-se viável ao setor supermercadista tomar atitudes mais robustas para também reduzi-las em suas atividades. Estima-se que a campanha “Saco é um Saco” (MMA e várias redes de supermercados) e o Programa de Qualidade das Sacolas Plásticas (ABIPLAST/Plastivida), tenham no seu conjunto, provocado uma queda de 22% no consumo de sacolas plásticas nos últimos dois anos.

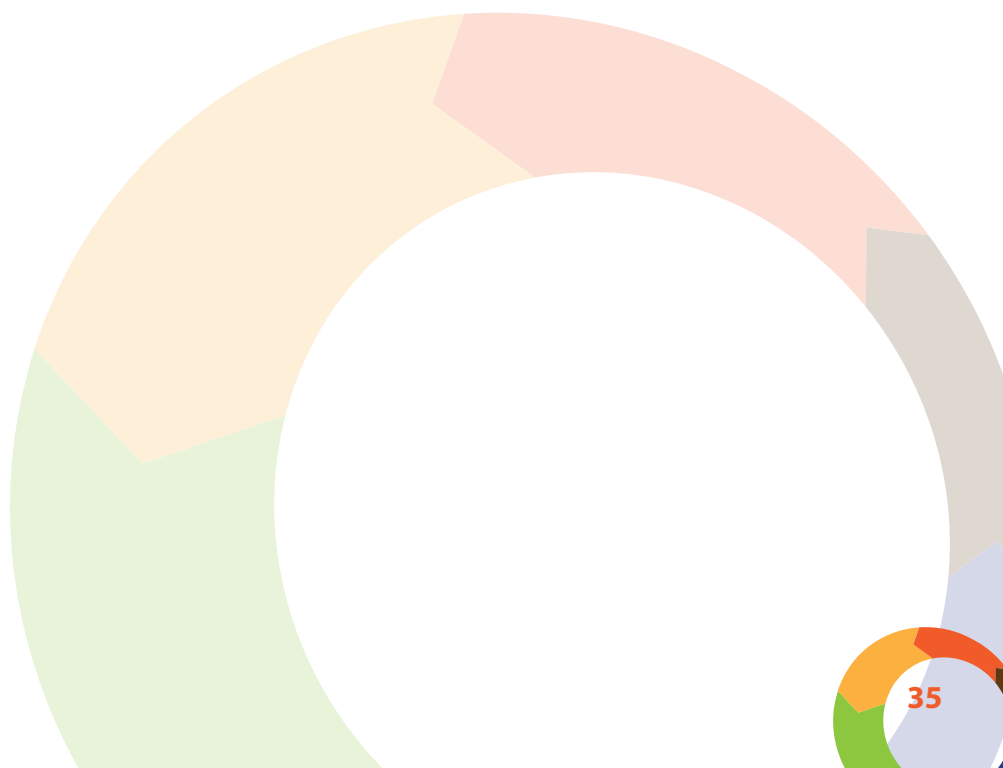
A Associação Brasileira de Supermercados – ABRAS, assinou este Pacto Setorial no âmbito do PPCS com o Ministério do Meio Ambiente, no qual se compromete a empreender ações que reduzam em 30% a distribuição de sacolas plásticas nas lojas até 2013 e 40% até 2015. A base para o cálculo de redução foi 2010, quando houve a distribuição de 14 bilhões de sacolas plásticas no Brasil.

FORÇAS-TAREFA (FT)

São esforços concentrados para as prioridades do Plano que ainda não possuem ações concretas em andamento, sem cronograma de desenvolvimento estabelecido nem recursos ainda destinados. Para manter similaridade com a estrutura internacional do Processo de Marrakesh, são denominadas forças-tarefa. Seu objetivo é criar condições para que as prioridades já indicadas pelo Comitê Gestor até o final do 1º ciclo do Plano possam se converter em ações concretas. Essas Forças-Tarefa serão definidas pelo CGPCS, no máximo de três por ano.

As ações aqui indicadas são dinâmicas, na medida em que podem migrar de uma tipologia para outra, dependendo da escala, evolução e atores envolvidos ao longo do tempo. Na ausência de indicadores de progresso pré-estabelecidos, o monitoramento dar-se-á de acordo com uma série de instrumentos descritos adiante.

Com o estabelecimento de metas no âmbito dessas ações, torna-se possível verificar o progresso do Plano como um todo. O plano de monitoramento das ações será desenvolvido no primeiro ciclo do PPCS (2011-2014), a partir de 2012.



6. Mecanismos de implementação do PPCS

O Plano conta com mecanismos e ferramentas incorporados à estratégia mencionada anteriormente. São eles:

COMITÊ GESTOR DE PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEL

A Portaria MMA 44/08 determina a criação do Comitê Gestor de Produção e Consumo Sustentável (CGPCS), que é a instância máxima deliberativa de desenvolvimento e implementação do PPCS. Mudanças substantivas no mérito e no conteúdo devem ser submetidas à apreciação do CGPCS, que se reunirá ordinariamente duas vezes ao ano. O Ministério do Meio Ambiente exerce as funções de Secretaria Executiva do CGPCS e de coordenador do PPCS.

Os integrantes do CGPCS no período entre 2008 e 2011 são:

1. Ministério do Meio Ambiente (MMA);
2. Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT);
3. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC);
4. Ministério de Minas e Energia (MME);
5. Ministério das Cidades (MCT);
6. Ministério da Fazenda (MF);
7. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES);
8. Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS);
9. Confederação Nacional da Indústria (CNI);
10. Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI);

11. Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE);
12. Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica (ABIPIT);
13. Central Única dos Trabalhadores (CUT);
14. Fundação Getúlio Vargas (FGV);
15. Instituto Akatu (pelo Instituto Ethos);
16. Confederação Nacional do Comércio (CNC);
17. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC);
18. Compromisso Empresarial para Reciclagem (CEMPRE).

FÓRUM ANUAL DO PPCS

O segundo mecanismo de implementação, é o fomento à troca de experiências e à visibilidade de experiências exitosas em Produção e Consumo Sustentáveis, bem como a discussão sobre os gargalos ao longo da implementação do Plano. Para tanto, será instituído a partir de 2012 um Fórum Anual do PPCS, que buscará debater os avanços do Plano e estratégias para sua maior efetividade. Para o planejamento do Fórum Anual, o Comitê Gestor designará uma comissão específica.

PORTAL E REDES: COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO ELETRÔNICA

O PPCS promoverá a utilização dos meios eletrônicos para comunicação entre parceiros e informação sobre

o progresso de sua implementação. Essas ferramentas incluem um portal específico e redes temáticas.

O Portal do Consumo Sustentável (ou Portal do PPCS) é uma ferramenta viva e dinâmica, a ser atualizada permanentemente pela equipe técnica do DPCS.

O Portal constitui um canal de comunicação direta com a sociedade para os temas relacionados à produção e consumo sustentáveis, constituindo uma fonte de informações dinâmica (*clearing house*), além de apoiar uma rede de comunicação entre atores relevantes por meio da Rede Brasileira de Produção e Consumo Sustentáveis (Rede PCS Brasil). O Portal do Consumo Sustentável atuará também como ferramenta de monitoramento, com transparência e agilidade. Mais informações disponíveis em www.consumosustentavel.gov.br.

A Rede de Informação em Produção e Consumo Sustentáveis para a América Latina e Caribe – RedPyCS, criada em setembro de 2009 pelo PNUMA, é um ambiente virtual cujo objetivo é disseminar informações sobre consumo e produção sustentáveis e economia verde, além de promover a redução da pobreza na região da América Latina e Caribe. Essa plataforma de alcance regional também visa o intercâmbio de experiências, aproximando atores, fomentando a cooperação, constituindo parcerias, compartilhando desafios a serem enfrentados, divulgando os resultados alcançados e disseminando soluções exitosas na busca de novos padrões de produção e consumo que atendam às necessidades das populações da região dentro de critérios de sustentabilidade.

Em 2012 será iniciado o processo de estabelecimento do núcleo brasileiro da Rede. A rede PyCS, em articulação com o núcleo brasileiro, será um importante mecanismo para a implementação do PPCS, ao permitir o aprendizado entre os diferentes países da região. O acesso ao site da Red PyCS em português é <http://www.redpycs.net/?lang=3>.

A rede brasileira de PCS que integra o Portal PPCS reunirá parceiros e trará novos atores e projetos a fim de discutir mudanças, desafios e oportunidades de Economia Verde e

mais inclusiva, e analisará e estimulará as transformações de comportamento do consumidor estabelecidas nas prioridades do Plano. A rede brasileira de Produção e Consumo Sustentáveis, inserida no Portal do PPCS, proverá acesso a um banco de dados com exemplos de iniciativas, projetos e programas que apresentem os esforços da sociedade brasileira em direção a padrões mais sustentáveis de produção e consumo. Ademais, os membros da rede terão suas iniciativas divulgadas nacional e internacionalmente, como exemplo de sustentabilidade em produção e consumo.

A plataforma contribuirá também para a disseminação e debate sobre questões como a economia verde e inclusiva e a redução da pobreza, que serão discutidas na Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20), em 2012.

DIÁLOGOS SETORIAIS

Paralelamente à divulgação promovida pela mídia ao longo do período em que esteve aberto para consulta pública, o PPCS foi alvo de discussões em mesas de diálogo, contando com a participação do MMA e de representantes da iniciativa privada, tanto do setor varejista quanto do setor produtivo nacional.

No período de implementação do primeiro ciclo do PPCS, a partir de 2011, serão estabelecidas outras instâncias de diálogos setoriais, como grupos de trabalho *ad hoc* para temas específicos no âmbito das prioridades.

CONSULTA PÚBLICA

O Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis aprovado pelo Comitê Gestor em 2009, foi disponibilizado para consulta pública no portal do MMA entre 21 de setembro e 30 de novembro de 2010. Uma compilação dessas contribuições encontra-se disponível no Anexo IV deste documento.

ACORDO COM O PNUMA - BRASIL

O MMA e o PNUMA firmaram em 2010 um Acordo de Cooperação Técnica para a implementação do projeto, a fim de assegurar que as contribuições do Processo de Marrakesh nos âmbitos regional e internacional também estejam refletidas no desenvolvimento do PPCS.

A iniciativa está inserida no Projeto *“Policies in the Regions – Developing a recognized Framework and piloting new policy and management approaches through the Marrakesh Process”*, incluído no Plano de Trabalho do PNUMA para os anos 2010 – 2011, com extensão para o período de 2011-2014.

A duração inicial do projeto entre o MMA e o PNUMA é de três anos, prevendo um aporte de R\$ 1.000.000,00/ano (um milhão de reais por ano) para custear as seguintes atividades:

- a) Elaboração de estudos técnicos e manuais metodológicos;
- b) Cursos de capacitação com a utilização dos materiais desenvolvidos no marco do Processo de Marrakesh e de suas forças-tarefa (*Task Forces*);
- c) Apoio técnico para a criação de novas parcerias entre os governos, o setor privado e agências de financiamento e expansão das redes, iniciativas e parcerias existentes em PCS;
- d) Apoio a atividades de intercâmbio e cooperação técnica;
- e) Desenvolvimento de ferramentas de informação, tais como plataformas, redes e *clearing houses*;
- f) Elaboração de materiais didáticos para o público consumidor.

7. Metas do primeiro ciclo de implementação

A META DO PPCS

A meta síntese do Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis é aumentar significativamente o número de agentes de produção, que pratiquem a ecoeficiência e fornecimento de produtos cada vez mais sustentáveis, por outro lado, um número cada vez mais expressivo de instituições e cidadãos brasileiros que pratiquem o consumo sustentável em bases verificáveis (quantitativas e qualitativas). A dificuldade de se estabelecer metas claras em um plano como este é a ausência de estudos sistemáticos sobre as bases atuais, tanto na produção quanto no consumo. O que se tem de mais confiável estatisticamente em relação ao comportamento dos consumidores brasileiros é a pesquisa do Instituto Akatu “Percepção do Consumidor Brasileiro”, que apresenta série histórica desde 2003.

A pesquisa elenca treze comportamentos de consumo consciente, como apagar luzes dos cômodos vazios e separar o lixo para reciclagem. Em 2010, a pesquisa identificou que 5% dos consumidores brasileiros podem ser considerados “consumidores conscientes”, segundo os critérios estabelecidos, mesmo percentual encontrado na pesquisa em 2006.

O PPCS terá como meta síntese, ou *macrometa* neste primeiro ciclo, dobrar o percentual de consumidores conscientes identificados pelo Akatu em 2010, ou seja, aumentar de 5% para 10% o número de consumidores brasileiros considerados conscientes até 2014.

MACROMETA¹ DO PPCS PARA 2014:

**AUMENTAR EM 100% O NÚMERO DE CONSUMIDORES CONSCIENTES NO BRASIL
COM BASE EM LEVANTAMENTO DE 2010**

As prioridades também terão *macrometas* para seus objetivos e ações estratégicas, além das metas parciais de ações específicas. As metas e ações de cada prioridade do plano estão detalhadas adiante.

Para atingir os objetivos do PPCS no âmbito dos temas prioritários selecionados para o primeiro ciclo, o MMA estabeleceu metas em conjunto com parceiros dos setores

envolvidos com membros do Comitê Gestor de Produção e Consumo Sustentáveis e com órgãos de governo. Algumas das metas dos órgãos do governo federal adotadas pelo PPCS já constam do Plano Plurianual da Administração – PPA, para o período de 2012-2015. Isto significa o compromisso da administração federal com esses resultados, muitos dos quais já com orçamento público vinculado.

¹ Macrometas são as metas gerais para um objetivo maior, independentemente dos meios necessários para atingi-la.

Tabela 2. Prioridades e Macrometas

Prioridade	Macrometa	Prazo
1. Educação para o Consumo Sustentável	Aumentar o número de consumidores conscientes na classe C em pelo menos 50%.	2014
2. Compras Públicas Sustentáveis	Concluir 20 processos licitatórios com critérios de sustentabilidade na administração federal.	2014
3. Agenda Ambiental na Administração Pública A3P	Instituir em todos os órgãos da Administração Direta Pública Federal a Responsabilidade Socioambiental como estratégia permanente.	2014
4. Aumento de Reciclagem de Resíduos Sólidos	Atingir 20% de aumento da reciclagem no País até 2015 e 25% até 2020.	2015 e 2020
5. Varejo Sustentável	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estimular que 50% do setor supermercadista incorporem práticas de PCS; 2. Estimular práticas de PCS em outros dois segmentos do Varejo. 	2014
6. Construções Sustentáveis	Aumentar em 20% o desempenho ambiental das obras a partir de índice de sustentabilidade definido por indicadores de consumo de água, energia, geração de resíduos e compra responsável.	2020 (Metas parciais a partir de 2012)

METAS E AÇÕES

1. EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO SUSTENTÁVEL

O objetivo da Educação para o Consumo Sustentável é “garantir que as necessidades básicas da comunidade global sejam atendidas, que a qualidade de vida de todos seja melhorada e que o uso ineficiente de recursos e a degradação ambiental sejam evitados” (PNUMA, 2011). Nesse sentido, um plano de produção e consumo sustentáveis não pode prescindir, em suas prioridades, de atribuir papel de destaque à educação. Seja por meio dos instrumentos que a Política Nacional de Educação Ambiental estabelece, seja pelas novas ferramentas - como as digitais, ou aquelas conhecidas como “educomunicação” - a contribuição desse campo e de suas políticas ao PPCS é fundamental. As ações previstas para o 1º Ciclo do PPCS, em Educação para o Consumo Sustentável, são:

1. Realização de campanhas nacionais anuais tratando de aspectos do consumo sustentável, buscando a sensibilização do consumidor em geral. *Meta:* pelo menos uma campanha por ano nos grandes meios de comunicação;
2. Desenvolvimento de módulos de educação para o consumo sustentável, com a utilização de plataformas de educação à distância e diferentes mídias, destinadas ao público escolar e da educação não formal;

3. Publicação de materiais específicos sobre a temática da produção e consumo sustentáveis, tais como manuais, kits, etc, para apoiar processos continuados de formação de professores, gestores e consumidores em geral. Meta: edição de 6 cadernos, com tiragem de 20.000 exemplares cada (120.000 exemplares impressos distribuídos, além de disponibilidade para download no portal);
4. Realização de pesquisas sobre o comportamento do consumidor brasileiro de forma a tornar mais efetivas as políticas públicas orientadas para engajá-los no consumo sustentável. Meta: pelo menos uma por ano;
5. Definição de uma estratégia Nacional de Comunicação e Educação Ambiental para produção e consumo sustentáveis;
6. Criação de banco de melhores práticas em experiências de consumo sustentável;
7. Dar continuidade à iniciativa Edital de Curtas de Animação de 1 minuto - parceria entre o MMA e o MinC, que estimula a produção independente de curtas para veiculação nas TVs públicas e comerciais. Meta: produzir no período pelo menos 30 curtas que poderão integrar circuitos de divulgação já estabelecidos e novos.

AÇÕES EM CURSO DE EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO SUSTENTÁVEL

Manual de Educação: Consumo Sustentável

Inspirado em uma publicação original da *Consumers International*, federação mundial de organizações de consumidores, o Manual foi publicado originalmente em 2002 pelo Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC) em parceria com o MMA, e teve tiragem de 36.700 exemplares. Em 2005 foi lançada uma segunda edição, em parceria entre MMA, MEC e IDEC, revisada e ampliada, para incorporar um capítulo sobre cidadania e consumo sustentável. Essa edição contou com a colaboração do Ministério da Educação, que coordenou um amplo processo de capacitação de professores para uso do manual. A formação atingiu diretamente cerca de 32.000 educadores multiplicadores. Desde a primeira edição, o Manual tornou-se referência no tema do consumo sustentável.

A terceira edição do “Manual de Educação: Consumo Sustentável”, também fruto da parceria entre IDEC, MMA e MEC, será produzida e lançada em 2012.

Vamos tirar o planeta do sufoco



A partir de uma iniciativa do setor supermercadista em Jundiaí, a campanha *Vamos tirar o planeta do sufoco* expandiu-se por todo o estado de São Paulo.

Em janeiro de 2012 será lançada, em nível nacional, a nova fase da campanha *Saco é um Saco* em articulação com a campanha *Vamos tirar o planeta do sufoco*, por meio da parceria entre o MMA, a Associação Paulista de Supermercados - APAS, a Associação Brasileira de Supermercados - ABRAS e as grandes redes de supermercados, na qual será reforçada a proposta de utilização de embalagens reutilizáveis em lugar das descartáveis.

A campanha se desenrolará ao longo de 2012 com diversas peças que ressaltarão progressivamente as melhores opções para substituir as sacolas de plástico descartáveis

nos supermercados. A meta é levar a campanha a todos os estados brasileiros até 2014.

Consumo Sustentável e a Rede de Mulheres Brasileiras Rumo à Rio+20

Lançada em 8 de novembro de 2011 em Brasília, num Encontro promovido pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA), a Rede de Mulheres Brasileiras pela Sustentabilidade pretende atrair e mobilizar mulheres líderes que atuam em empresas públicas e privadas, em organizações governamentais ou multilaterais, bem como em organizações não governamentais, interessadas nas questões da sustentabilidade.

O objetivo da Rede é formular, no âmbito de uma iniciativa do Brasil com foco na Conferência Rio + 20, um conjunto de ações ou programas que possam fazer diferença - causar impacto por sua relevância ou cobertura - em três diferentes agendas:

- 1) O papel das mulheres nos conselhos de administração das empresas, levando a dimensão da sustentabilidade ao coração dos negócios e das empresas;
- 2) O incentivo ao empreendedorismo verde e aos negócios sustentáveis com a liderança de mulheres;
- 3) Mudanças necessárias nos padrões de consumo e produção atuais.

Destaque-se a importância dos itens 2 e 3 da pauta, que têm afinidade com os objetivos do PPCS.

Mês do Consumidor Sustentável / Consumidor Consciente Descarta Corretamente

Em outubro de 2011 o MMA e diversos parceiros realizaram o movimento “Mês do Consumo Sustentável”, quando várias ações sobre o tema foram realizadas e divulgadas em

todo o país. A ação de maior repercussão foi a campanha de coleta de resíduos eletroeletrônicos “Consumidor consciente descarta corretamente” do MMA em parceria com a Philips, Carrefour, Oxil e Descarte Certo.

Entre 12 e 26 de outubro foram disponibilizados contêineres de coleta de equipamentos eletroeletrônicos sem conserto, em estações de metrô de quatro capitais – Brasília, São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte – sensibilizando o cidadão a descartar em local apropriado esses resíduos que contêm elementos nocivos à saúde humana e ao meio ambiente. Foram coletadas 10 toneladas de resíduos entre televisores, monitores, peças de computador, celulares e pequenos eletrodomésticos, como liquidificadores e ferros de passar.

A ação, em Belo Horizonte e no Rio de Janeiro em 2011, será replicada ao longo de 2012. A meta é realizar ações semelhantes em outras capitais brasileiras, envolvendo mais parceiros institucionais.

TV Meio Ambiente

Iniciando suas atividades no ano de 2011, a TV Meio Ambiente tem como objetivo facilitar o acesso às informações e notícias sobre sustentabilidade e meio ambiente, produzidas pelos diversos segmentos da sociedade e pela imprensa nacional e internacional.

A iniciativa, que tem o apoio do Ministério do Meio Ambiente, oferece programação que inclui vídeos *on demand*, jornais e boletins ao vivo. Nos próximos meses o foco da TV Meio Ambiente será o tema da Produção e Consumo Sustentáveis. O eletrônico do portal da TV Meio Ambiente é www.tvmeioambiente.com.br.

2. COMPRAS PÚBLICAS SUSTENTÁVEIS

Além de adotar práticas de compras públicas sustentáveis no âmbito federal, espera-se que o governo lidere as iniciativas em apoio aos Estados e Municípios do país. O

desafio maior é engajar as 27 Unidades da Federação e mais de 5.500 Municípios. As ações previstas para o 1º Ciclo do PPCS são:

1. Consolidar a base normativa de suporte às compras públicas sustentáveis (CPS) e tornar obrigatórias as ações voluntárias. Meta: editar Decreto com base na IN 01/2010 e estabelecer obrigatoriedade em pelo menos 30% de compras governamentais até 2014;
2. Assegurar que os mecanismos de suporte à realização de CPS, tais como cartilhas, portal, cadastro de fornecedores, registro de bens e serviços, etc., estejam disponíveis para os gestores públicos e o mercado fornecedor;
3. Construir um banco de dados de casos exitosos em CPS, registrar inovações que possam ser universalizadas para os tomadores de decisão e gestores públicos;
4. Aumentar a oferta de fornecedores ligados às políticas de compras inclusivas, integradas a políticas sociais de governo, para que esses possam se beneficiar das compras públicas sustentáveis, participando do cadastro de fornecedores e dos processos de credenciamento;
5. Cursos - Meta de capacitação de 3000 alunos por ano;
6. Realizar pesquisa nacional sobre o estado da arte em compras públicas sustentáveis.

AÇÕES EM CURSO DE COMPRAS PÚBLICAS SUSTENTÁVEIS

Curso sobre Contratações Públicas Sustentáveis – EAD

Coordenado pelo Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (MPOG) por meio da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação (SLTI), o curso à distância, cuja 1ª turma iniciou-se em março de 2011, visa capacitar gestores de contrato, compradores, pregoeiros e tomadores de decisões envolvidos com as compras e contratações públicas para incluir a sustentabilidade como critério de seleção nas licitações. Serão 10 turmas de 300 alunos até fevereiro de 2012. Em outubro de 2011, mais de 2000 alunos haviam concluído o curso

Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE)

O Programa implantado em 1955 garante, por meio da transferência de recursos financeiros repassados pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), a alimentação escolar dos alunos de toda a **educação básica** (educação infantil, ensino fundamental, ensino médio e educação de jovens e adultos), matriculados em escolas públicas e filantrópicas. O orçamento do programa para 2011 é de R\$ 3,1 bilhões, para beneficiar 45,6 milhões de estudantes, da educação básica e de jovens e adultos. Com a Lei nº 11.947, de 16/6/2009, 30% desse valor – ou seja, R\$ 930 milhões – devem ser investidos na compra direta de produtos da agricultura familiar e do empreendedor familiar rural ou de suas organizações, priorizando-se os assentamentos da reforma agrária, as comunidades tradicionais indígenas e comunidades quilombolas, medida que estimula o desenvolvimento econômico dessas comunidades.

Política de Garantia de Preços Mínimos para Produtos da Sociobiodiversidade (PGPM-Bio)

Permite o pagamento da Subvenção Direta ao Extrativista. Sob a tutela do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA e operacionalizado pela CONAB, esse Programa busca garantir a sustentação de preços de sete produtos da sociobiodiversidade (açaí, babaçú, borracha, castanha-do-Brasil, carnaúba, pequi e piaçava).

A PGPM-Bio operacionalizou em 2009, R\$ 1.069.000,00 (um milhão e sessenta e nove mil reais) beneficiando 3.508 famílias. Em 2010, as operações aumentaram 258%. A política investiu R\$ 2.757.000,00 (dois milhões, setecentos e cinquenta e sete mil reais) e beneficiou 16.365 famílias.

Os dados de 2011 mostram que até julho a PGPMBio subvencionou aproximadamente R\$ 1 milhão de reais e 1,6 toneladas de produtos.

3. AGENDA AMBIENTALNA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA/A3P

A administração pública pode ser indutora de melhores práticas na sociedade, não somente por meio das compras governamentais, mas também em suas atividades de gestão, sua estrutura capilar de órgãos públicos, sua massa de servidores e a força do seu exemplo, com rebatimento e reflexos diversos em inúmeras dimensões concretas e simbólicas da vida social e econômica do País.

As ações previstas para a A3P no âmbito do PPCS são:

1. Ampliar o número atual de 110 adesões formais com órgãos e entidades dos governos federal, estadual e municipal, incluindo o judiciário e o legislativo. Meta: pelo menos 20 novas adesões anuais;
2. Realizar anualmente, por iniciativa do Executivo ou de seus parceiros, campanha nacional da A3P, com foco nos seus principais temas, buscando sempre a conexão com o PPCS;
3. Continuar a realização de um Fórum Anual da A3P, cada edição orientada para a otimização de esforços de outras linhas e ou programas do PPCS, como reciclagem e compras sustentáveis;
4. Fortalecer e dobrar a Rede A3P, atualmente com 400 membros, por meio do desenvolvimento de novas tecnologias de conectividade e com a publicação de boletim informativo eletrônico trimestral, buscando disseminar boas práticas e avanços nos temas do PPCS;
5. Continuar a promoção anual do Prêmio “Melhores Práticas em A3P”;
6. Desenvolver indicadores e mecanismos de verificação dos avanços de modo a contribuir com metas mensuráveis para a implementação do PPCS e da PNRS.

AÇÕES EM CURSO NA AGENDA AMBIENTAL NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA - A3P

Prêmio “Melhores Práticas da A3P”

Em 2011 foi realizado o terceiro “Prêmio Melhores Práticas da Agenda Ambiental na Administração Pública - A3P”. Esse evento, cuja primeira edição ocorreu em 2009, têm por objetivo reconhecer o mérito das iniciativas dos órgãos e instituições do setor público na promoção e na prática da A3P. Foram três as categorias contempladas em 2011: melhores práticas na gestão de resíduos; uso sustentável dos recursos naturais; e inovação na gestão pública.

Os vencedores do III Prêmio em cada categoria foram:

- Categoria Gestão de Resíduos: 1º Lugar: Caixa Econômica Federal (CEF) com o projeto “Logística Reversa de Cartuchos de Impressoras”;
- Categoria Uso Sustentável dos Recursos Naturais: 1º Lugar: Eletrobras - Eletronorte com o projeto

“Programa Educacional para Uso Racional de Energia nas escolas públicas de Tucuruí (PA)”;

- Categoria Inovação na Gestão Pública: 1º Lugar: Procuradoria Regional da República - 1ª Região com o projeto “Projeto Lixo Mínimo - Destinação adequada de resíduos orgânicos”.

4. VAREJO SUSTENTÁVEL

Ações setoriais para o varejo sustentável vêm sendo desenvolvidas e implementadas, tais como os Pactos da Soja, Madeira e Carne, propostos pela iniciativa **Conexões Sustentáveis: São Paulo – Amazônia**. Pactos como estes não só têm impacto positivo no comportamento dos setores ao longo de toda cadeia produtiva, como se desdobram em efeitos igualmente virtuosos sobre os consumidores. Os impactos positivos se estendem ainda na contribuição ao cumprimento de metas assumidas pelo Brasil, de redução do desmatamento e das emissões de gases do efeito estufa. As ações de varejo sustentável previstas aqui são:

1. Melhorar o desempenho de suas operações nos pontos de venda (lojas ecoeficientes, redução de consumo de energia e água, reciclagem, etc). *Meta*: aumento do número de lojas ecoeficientes, a definir com a ABRAS em 2012, tendo como base o ano de 2011;
2. Contribuir para o aumento da oferta de produtos mais sustentáveis em quatro categorias: alimentos, utensílios, vestuário, limpeza e higiene. *Meta*: a definir com os parceiros;
3. Dar continuidade às campanhas de redução de sacolas, por meio do Pacto com a ABRAS, para reduzir significativamente a quantidade de sacolas plásticas utilizadas para acondicionar alimentos ou transportar compras, com metas comuns de redução;
4. Aumentar o número de ecopontos, ou PEVs (pontos de entrega voluntária de embalagens e resíduos) em 100% sobre a base de 2010, até 2014;
5. Promover, junto à cadeia de suprimentos e aos seus colaboradores (funcionários), informação que aumente sua disposição em contribuir para a adoção de práticas compatíveis com a produção e o consumo sustentáveis;
6. Criar um sistema de avaliação com índices de progresso em PCS, para estabelecer critérios e *benchmark* do setor varejista.

AÇÕES EM CURSO EM VAREJO SUSTENTÁVEL

Iniciativa Voluntária das Conservadoras: MMA, Unilever e Metalfrio

O Brasil atendeu às metas do Protocolo de Montreal para redução da emissão de gases nocivos à camada de ozônio em 2010, eliminando o uso do gás CFC (clorofluorcarbono). No entanto, ainda são utilizados no País outros gases refrigerantes que contribuem para o aquecimento global, como o HCFC (Hidroclorofluorcarbono) e HFC (HidroFluorCarbono).

Nesta Iniciativa Voluntária - que reúne uma das maiores compradoras nacionais de conservadoras de alimentos, a Unilever e a empresa que detém de 70 a 80% do mercado de produção e venda desses equipamentos, a Metalfrio - fica estabelecido como meta converter 80% do parque de conservadoras da Unilever Brasil Gelados do Nordeste Ltda em aparelhos livres de substâncias destruidoras da camada de ozônio, pela utilização de gases substitutos que apresentem também baixo potencial de aquecimento global, até 2020.

Esta Iniciativa Voluntária está alinhada ao Plano Nacional de Eliminação de CFCs (PNC), que irá instalar 114 unidades

de reciclagem de fluidos refrigerantes em todo o Brasil por meio de doação e ao Programa Brasileiro de Eliminação de hidroclorofluorcarbonos - HCFCs, que coordenará a conversão tecnológica de 386 plantas industriais do setor de espumas de poliuretano no País com este fim.

Programa Carbono Neutro: Natura

A empresa Natura é reconhecida por sua exemplaridade em inovação de processos e produtos para diminuir o impacto ambiental de suas atividades – caso dos pioneiros produtos com opção de refil que possuem 54% menos de massa média do que a embalagem regular. Outra inovação foi a inclusão dos dados dos fornecedores terceirizados, que fabricam parte de seus produtos, no cálculo dos principais indicadores ambientais da empresa - consumo de água, energia e geração de resíduos.

O Programa Carbono Neutro engloba as iniciativas da empresa para redução da emissão de gases de efeito estufa (GEE) e sua compensação, a partir da realização de inventário das emissões com escopo ampliado, que inclui o levantamento das emissões de GEE, desde a extração de recursos naturais para a produção de matérias primas até o descarte final dos produtos e das embalagens pós-consumo.

Compromisso com a Natureza: Rede Pão de Açúcar

A partir do documento “Compromisso com a Natureza”, a rede Pão de Açúcar estabelece metas e desafios para até 2012, avançar nas práticas de gestão mais sustentável e promover o consumo consciente. Entre muitas outras ações, a rede, pioneira na disponibilização de sacolas retornáveis aos clientes em 2005, eliminará a oferta das sacolas plásticas descartáveis de suas lojas até 2012.



Estações de reciclagem em 100% das lojas: Supermercados Carrefour

Em parceria com outras empresas, como Coca-Cola e Tetrapak, o Carrefour Brasil disponibilizará estações de reciclagem – ou pontos de entrega voluntária (PEVs) – em 100% de suas lojas no território nacional até o final de 2012. Para estimular os consumidores a separar e levar seus recicláveis para a estação, foram lançadas campanhas promocionais oferecendo descontos na conta final, na troca por embalagens vazias.



5. AUMENTO DA RECICLAGEM DE RESÍDUOS SÓLIDOS

As metas para aumento da reciclagem de resíduos sólidos propostas no PPCS dialogam com aquelas do Plano Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e do Plano Nacional sobre Mudança do Clima (PNMC).

O PNRS estabeleceu as seguintes metas referentes à reciclagem:

- Manter os atuais patamares de geração de resíduos sólidos urbanos, tomando-se por referência o ano

de 2008 (taxa média de 1,1kg/habitante/dia), com posterior redução;

- Reduzir em 70% o volume de resíduos recicláveis secos dispostos em aterros sanitários, com base na caracterização nacional em 2012.

O PNMC estabeleceu as seguintes metas para o aumento da reciclagem no País:

- Em 20% até 2015 e 25% até 2020.

As ações no âmbito do PPCS, realizadas pelo governo e pela sociedade como um todo favorecerão o atendimento dessas metas. Espera-se:

1. Adotar a meta do PNMC: aumentar a reciclagem no país em 20% até 2015 e 25% até 2020;
2. Estimular, por meio de instrumentos diversos, a criação de mercado para recicláveis;
3. Realizar ações de educação ambiental, especificamente voltadas à temática da coleta seletiva e da atuação dos catadores junto à população atendida, visando o fortalecimento da imagem do catador e a valorização de seu trabalho na comunidade;
4. Apoiar o alcance das metas do Programa Brasileiro de Eliminação de HCFCs - PBH do MMA por meio de parcerias com o setor privado;
5. Estimular o desenvolvimento de estudos e instrumentos de desoneração da cadeia para produtos que contenham materiais reciclados na sua composição;
6. Elaboração de materiais didáticos e campanhas dirigidas sobre os impactos da geração de resíduos sólidos, buscando sensibilizar para a importância da reciclagem.

AÇÕES EM CURSO PARA O AUMENTO DA RECICLAGEM DE RESÍDUOS SÓLIDOS



Campanha "Separe o lixo e acerte na lata"

Em junho de 2011, outra campanha foi lançada pelo MMA em parceria com o Ministério do Desenvolvimento Social e a Secretaria de Comunicação da Presidência da República.

A campanha "Separe o lixo e acerte na lata" apoia a implementação da PNRS e também o PPCS, ao sensibilizar os cidadãos a separar corretamente os resíduos secos (reciclável) e úmidos (orgânicos), de banheiros que trará dignidade e renda aos catadores de material reciclável e aumentará os níveis de reciclagem no Brasil.

O engajamento dos consumidores é essencial para o sucesso da PNRS, pois é por meio do consumo sustentável, que prevê a diminuição de embalagens e do desperdício e a participação social, viabilizando a coleta seletiva, a reciclagem e a redução dos lixões no Brasil. A campanha também contribui para incentivar a indústria de reciclagem ainda incipiente no país.

Pacto Setorial da Simbologia do Descarte Seletivo: MMA e Associação Brasileira de Embalagens - ABRE

Hoje é comum encontrar nas embalagens de qualquer produto o símbolo do descarte de lixo. Com a aprovação da Política Nacional de Resíduos Sólidos, que institui a coleta seletiva como sistema obrigatório de gestão do lixo, é ainda mais premente a sensibilização da população sobre a importância de separar e descartar corretamente os materiais recicláveis.

Esse Pacto Setorial, celebrado entre o Ministério do Meio Ambiente e a Associação Brasileira de Embalagens – ABRE, tem como meta a substituição da antiga simbologia de descarte comum pela simbologia do descarte seletivo em 1000 novos produtos por ano. Dessa forma, a difusão do descarte seletivo se dará por meio de um veículo presente e massivo em todos os domicílios e estabelecimentos brasileiros: as embalagens em geral.

Figura 1. – Símbolo de descarte de lixo em embalagens



Figura 2. – Novo símbolo de descarte seletivo de lixo para embalagens



6. CONSTRUÇÕES SUSTENTÁVEIS

O setor da construção civil é um dos principais indutores deste ciclo de crescimento nacional. Sua cadeia produtiva, que inclui a construção de edificações, obras viárias e a construção pesada (obras de infraestrutura e plantas industriais), estende-se para dezenas de segmentos de fornecedores de matérias primas, equipamentos, serviços e distribuição ligados a sua atividade. O setor representa 4,4% do PIB brasileiro e é responsável pela ocupação de cerca de 2 milhões de pessoas (trabalhadores formais)⁷.

Dentre as ações de construções sustentáveis em andamento no Governo destacam-se o Programa Minha Casa Minha Vida – com financiamento em condições mais favoráveis para instalação de aquecimento solar de água nas casas populares, o Projeto **Esplanada Sustentável** – que modernizará os antigos prédios da Esplanada dos Ministérios e seus equipamentos e o Programa Nacional de Eficiência em Edificações – PROCEL EDIFICA, um programa voluntário de etiquetagem de eficiência energética em edifícios públicos e comerciais.

⁷ IBGE, Contas Nacionais – ano base 2009.

Estão previstas as seguintes ações em Construções Sustentáveis:

1. Apoiar o desenvolvimento da indústria de reciclagem de resíduos da construção civil e a normatização dos produtos reciclados;
2. Fomentar o desenvolvimento de programas de etiquetagem para construção sustentável conforme o modelo PROCEL MME/MMA;
3. Apoiar, em parceria com a CBIC, os programas no setor de construções sustentáveis, compreendendo os seguintes temas: *ecodesign* e arquitetura amiga do meio ambiente; eficiência energética; uso racional da água; inovação tecnológica; treinamento e melhoria da mão de obra; gestão da qualidade e de resíduos e conservação ambiental;
4. Elaborar manuais que mostrem os impactos das escolhas de construções pelo consumidor, seja em novas edificações, ou reformas, de modo a induzir a utilização de técnicas e materiais de menor impacto sócio-ambiental;
5. Incentivar, por meio de linhas de crédito, financiamento e subsídios, o uso em edifícios e residências – prioritariamente em habitações de interesse social e obras públicas - de sistemas de eficiência energética e de aproveitamento da energia solar, fotovoltaica e fototérmica, da energia eólica e de outras formas de energias renováveis, de modo a disseminar a cultura da conservação de energia e do aproveitamento apropriado de fontes energéticas segundo as características do imóvel e da região.

AÇÕES EM CURSO EM CONSTRUÇÕES SUSTENTÁVEIS

Selo Casa Azul CAIXA



É o primeiro sistema de qualificação socioambiental de projetos de empreendimentos habitacionais no Brasil. Com este selo pretende-se incentivar o uso racional de recursos naturais e o uso de madeira com origem legal na construção de empreendimentos habitacionais, reduzir o custo de manutenção dos edifícios e as despesas mensais de seus usuários, bem como promover a conscientização de

empreendedores e moradores sobre as vantagens das construções sustentáveis. É dado incentivo financeiro

para sistemas de aquecimento solar de água e a medição individualizada de água e gás nos prédios.

Com o Selo Casa Azul CAIXA busca-se reconhecer os projetos de empreendimentos que demonstrem suas contribuições para a redução de impactos ambientais, avaliados a partir de critérios vinculados aos seguintes temas: qualidade urbana; projeto e conforto; eficiência energética; conservação de recursos materiais; gestão da água e práticas sociais. Além disso, vale ressaltar o potencial do Banco como indutor nesse setor, tendo em vista que a Caixa é reconhecida como o “Banco da Habitação” por possibilitar a realização do sonho da casa própria. Somente em 2009 foram financiados mais de R\$ 47 bilhões, o que corresponde a 71% de todo o crédito imobiliário do mercado, beneficiando cerca de 897 mil famílias brasileiras.

Cartilha “Construções e reformas particulares e sustentáveis”: MMA e BASF

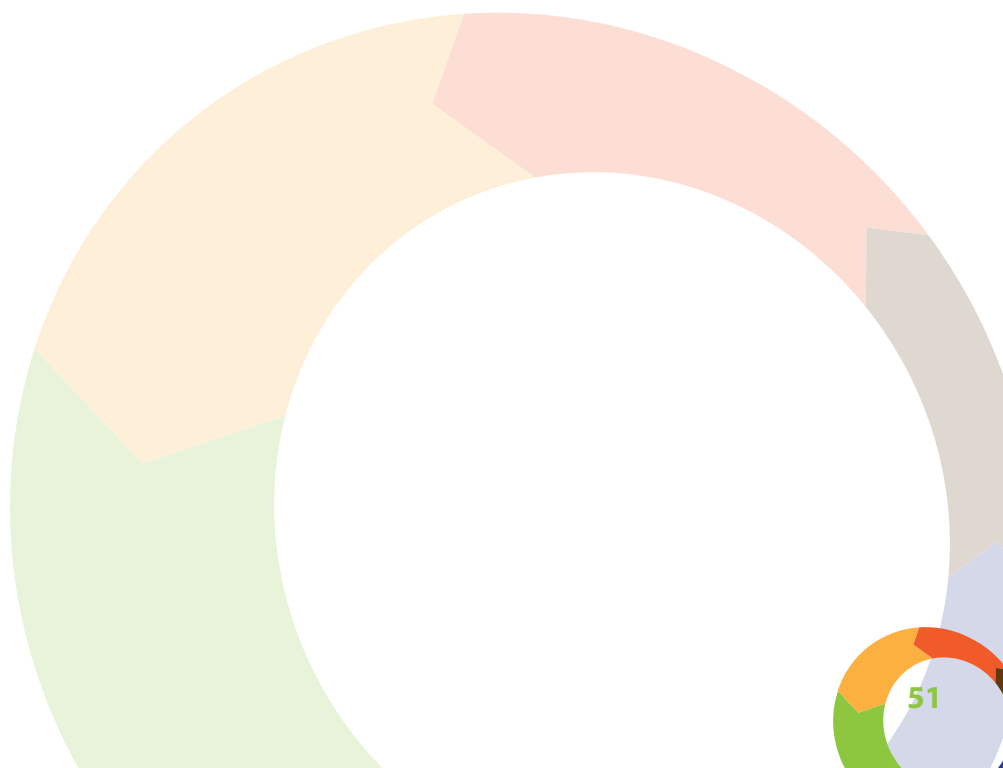
Mais da metade das construções brasileiras são autogeridas, ou seja, são construções e reformas realizadas por particulares. Essas obras têm índices elevados de desperdício de materiais e muitas vezes, não aproveitam as alternativas mais sustentáveis disponíveis no mercado por falta de conhecimento.

O MMA firmou parceria com a BASF para desenvolver, publicar e distribuir a cartilha “Construções e reformas particulares e sustentáveis” em todos os pontos de venda das tintas Suvil no país. A meta é distribuir 100 mil exemplares até 2013. Com isso, pretende-se difundir as práticas de construções sustentáveis entre os consumidores, otimizando os recursos financeiros e naturais investidos em suas obras.

Programa de Construções Sustentáveis da Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC) e parceiros

A CBIC lançou em agosto de 2010 o seu Programa de Construção Sustentável, com a participação de diversos representantes do setor de construção civil, visando desenvolver propostas que promovessem práticas mais sustentáveis no setor. O documento considera questões como legalidade, capacitação e redução de desperdício no canteiro de obras.

Entre as ações em curso estão o programa “*Flores no Canteiro*”, para o treinamento da força de trabalho feminina na construção civil e a parceria com o SENAI para a capacitação intensiva de 120 mil alunos/ano a partir de 2012, incluindo módulo sobre redução de desperdício (água, energia e materiais) e a promoção de coleta seletiva no canteiro de obra.



8. Ações em curso em 2011

1. Educação para o Consumo Sustentável			
Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Campanha "Saco é um Saco"	MMA e diversos parceiros	Ações de Parceria.	Reduzir o consumo nacional de sacolas plásticas em 50% até 2014
Campanha "Vamos tirar o planeta do sufoco"	MMA, APAS, ABRAS	Ações de Parceria	Implementar a campanha em 4 estados brasileiros até o final de 2013
Cursos Online Gratuitos em Sustentabilidade	Walmart e FGV Online	Iniciativas Voluntárias	60.000 pessoas treinadas até 2014
Caderno de Consumo Sustentável – Volume 1 – Reciclagem	MMA e CEMPRE	Ações de Parceria	20.000 exemplares distribuídos até 2013
Pesquisa "O que o brasileiro pensa do Meio Ambiente"	MMA, Walmart, Unilever, Pepsico, PNUMA	Ações de Parceria	Realização e publicação da pesquisa em 2012
Inserção de programas de Educação Ambiental em Planos do Ministério do Meio Ambiente	MMA	Ações Governamentais	Inserir programas de Educação Ambiental no Plano Nacional de Agro-biodiversidade e no Plano Nacional de Mudanças Climáticas
Contratação de consultoria para elaboração da Estratégia Nacional de Comunicação e Educação Ambiental	MMA	Ações Governamentais	Estratégia Nacional de Comunicação e Educação Ambiental elaborada até agosto de 2012

2. Compras Públicas Sustentáveis			
Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Curso de CPS em EAD	MPOG	Ações Governamentais	3000 gestores capacitados até 2012, mais 3000 a cada ano até 2014
Portal Compras Públicas Sustentáveis – www.cpsustentaveis.gov.br	MPOG	Ações Governamentais	Portal continuamente atualizado
Plano Nacional de Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade	MMA, MDA, MDS, CONAB	Ações Governamentais	Erradicar a extrema pobreza em 50 mil famílias extrativistas com renda abaixo de R\$ 70,00/mês per capita

2. Compras Públicas Sustentáveis

Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Pagamento de Preço Mínimo para a Sociobiodiversidade – PGPM-Bio	MMA, MDA, MDS, CONAB	Ações Governamentais	Não há metas definidas

3. Agenda Ambiental na Administração Pública - A3P

Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Articulação da A3P/MMA com órgãos públicos para novas adesões	MMA	Ações Governamentais	Mais 60 novas adesões até 2014.
6º Fórum da A3P - Contratações Públicas e Construções Sustentáveis (2011)	MMA	Ações Governamentais	Realização de 3 Eventos até 2014, um por ano.
Implementação de A3P, já em curso	MMA	Ações Governamentais	Ação continuada.
3ª Edição do Prêmio “Melhores práticas em A3P” (2011)	MMA	Ações Governamentais	03 Eventos de Premiação até 2014, um por ano.

4. Aumento da Reciclagem de Resíduos Sólidos

Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Campanha “Separe o Lixo e Acerte na Lata”	MMA, MDS, SECOM-PR	Ações de Parceria	Não há metas definidas
Programa Brasileiro de Eliminação de HCFCs – PBH	MMA	Ações Governamentais	1 - congelamento do consumo e produção dos HCFCs em 2013, com base no consumo médio de 2009-2010
			2 - redução de 10% do consumo em 2015, 35% em 2020, 67,5% em 2025, 97,5% em 2030 e eliminação do consumo em 2040

4. Aumento da Reciclagem de Resíduos Sólidos			
Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Iniciativa Voluntária das Conservadoras (ano da linha de base: 2010)	MMA, Unilever, Metalfrio	Iniciativas Voluntárias	1 - Substituição dos gases HCFC por gases naturais: 20% das conservadoras até 2012, 35% até final de 2014, 50% até 2016, 65% até 2018, e 80% até 2020
			2 - Reutilização e/ou reciclagem dos componentes ao final da vida útil da conservadora: 20% até 2013, 35% até 2015, 50% até 2017, 70% até 2019 e 100% até 2021
Regulamentação da Lei nº 12.305/2010	Governo Federal	Ações Governamentais	A Lei nº 12.375/2010 estabelece o crédito presumido do IPI na aquisição de resíduos recicláveis utilizados como matéria-prima, adquiridos diretamente de cooperativas de catadores
Campanha "Saco é um Saco"	MMA e diversos parceiros	Ações de Parceria	Redução do consumo nacional de sacolas plásticas em 50% até 2014
Caderno de Consumo Sustentável – Volume 1 – Reciclagem	MMA e CEMPRE	Ações de Parceria	20.000 exemplares distribuídos até 2013
LevPET - sistema de destinação adequada do pet - Portal com a localização dos pontos de entrega de embalagens pet pós-consumo	ABIPET	Iniciativas Voluntárias	Informativo, sem metas

4. Aumento da Reciclagem de Resíduos Sólidos			
Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Programa Resíduos Sólidos	MMA	Ações Governamentais	1 - Apoio a 100 Municípios para implantação de programas de coleta seletiva
			2 - Capacitar e fortalecer a participação na coleta seletiva de 60 mil catadores
			3 - Fomento a constituição e implementação de 120 consórcios públicos com a atuação em resíduos sólidos
			4 - Fomento e fortalecimento de 500 cooperativas/associações e redes de cooperação de catadores de materiais recicláveis para atuação na coleta seletiva e nas cadeias da reciclagem
			5 - Incrementar 100 redes de comercialização de materiais recicláveis coletados pelas associações de catadores
			6 – Viabilizar infraestrutura para 280 mil catadores.
			7 – 8 Acordos Setoriais de logística reversa em cadeias produtivas, implementados até 2014.

4. Aumento da Reciclagem de Resíduos Sólidos			
Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Programa Resíduos Sólidos	MMA	Ações Governamentais	8 - Elevar para 20% o percentual de Municípios brasileiros com reciclagem de resíduos sólidos implantada.
			9 - Implantar Planos de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos (PGIRS) em 35% dos Municípios.
			10 - Sistema de Informação de Resíduos Sólidos implantado.
			11 - Contratar R\$ 1,5 bilhão para apoio à execução de intervenções de destinação final ambientalmente adequada de resíduos sólidos urbanos em Municípios com presença de formas inadequadas de disposição final.

5. Varejo Sustentável			
Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Sustentabilidade Ponta-a-Ponta	Walmart	Iniciativas Voluntárias	Realizar o programa em 2012 com 15 produtos
Clube dos Produtores	Walmart	Iniciativas Voluntárias	1 - Duplicar o número de fornecedores até 2015
			2 - Ampliar em 15.000 o número de famílias atendidas pelo Clube até 2015
			3 - Ampliar em 15% a renda dos agricultores participantes do Clube até 2015
			4 - Reduzir em 20% as perdas de alimentos nas lojas
Compromisso com a Natureza	Pão de Açúcar	Iniciativas Voluntárias	Aumentar em 30% a linha de orgânicos até o final de 2012

5. Varejo Sustentável			
Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Programa de Biodiversidade	MMA	Ações Governamentais	1 - Promover 17 cadeias de produtos da sociobiodiversidade em âmbito nacional
			2 - Promover o acesso de 100 mil famílias de Povos Comunidades Tradicionais e Agricultores ao mercado
Programa Segurança Alimentar e Nutricional	MDS	Ações Governamentais	Ampliar a compra de alimentos agroecológicos e oriundos das cadeias da sociobiodiversidade, de modo a beneficiar 25.000 agricultores familiares, povos e comunidades tradicionais e povos indígenas
Programa Florestas, Prevenção e Controle do Desmatamento e dos Incêndios	MMA	Ações Governamentais	1 - Apoiar, por instrumentos de fomento florestal, 400 atividades produtivas de desenvolvimento florestal sustentável
			2 - Elaborar diagnóstico e estratégias de intervenção em 5 cadeias produtivas (carne, soja, madeira, piscicultura, carvão) nos Municípios prioritários para prevenção e controle do desmatamento, incorporando a variável ambiental
			3 - Capacitar 6.000 famílias com a promoção de assistência técnica e extensão rural apropriadas ao manejo florestal comunitário e familiar
			4 - Estabelecer manejo sustentável de 10 produtos da sociobiodiversidade em 34 Unidades de Conservação de Uso Sustentável federais
Lojas Ecoeficientes	Walmart	Iniciativas Voluntárias	1 - 100% das novas lojas ecoeficientes
			2 - Redução de 25% no consumo de energia em todas as novas lojas ecoeficientes
			3 - Redução de 30% da emissão de GEE em todas as novas lojas ecoeficientes

5. Varejo Sustentável			
Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Redução do consumo de sacolas plásticas descartáveis	Walmart	Iniciativas Voluntárias	Redução em 50% das unidades consumidas em 2007, até 2013
Projeto Estações de Reciclagem	Walmart	Iniciativas Voluntárias	PEVs disponíveis em 80% dos hipermercados da empresa situados nas cidades sedes da Copa do Mundo 2014, até 2014
Programa Impacto Zero	Walmart	Iniciativas Voluntárias	Redução em 95% do volume de resíduos produzidos pelas lojas até 2020
Programa Por um Planeta mais Limpo	Unilever	Iniciativas Voluntárias	1 -Economia de Água: Litros 46,1milhões de litros até 2013*
			2 -Economia de Plástico: 818 toneladas até 2013
			3 - Economia de CO2:1228 toneladas até 2013
Eliminação das Sacolas Plásticas	Carrefour	Iniciativas Voluntárias	Reduzir em 100% o número de sacolas plásticas descartáveis nas lojas Carrefour até 2014
Estações de reciclagem e campanhas de reciclagem	Carrefour	Iniciativas Voluntárias	Disponibilizar PEVs em 100% das lojas até 2012
Coleta de óleo cozinha	Carrefour	Iniciativas Voluntárias	100% de lojas que coletam óleo de cozinha até 2012
Projeto “Parceria que alimenta”	Carrefour	Iniciativas Voluntárias	Disponibilizar PEVs em 100% das lojas até 2012
Compromisso com a Natureza	Pão de Açúcar	Iniciativas Voluntárias	1 - Gestão integrada dos resíduos em 22% das suas lojas até o final de 2012
			2 - Implantação de Estações de Reciclagem, Caixa Verde e o Programa Alô Recicle em 100% das lojas Pão de Açúcar
			3 - Estender a iniciativa para todas as lojas Pão de Açúcar, eliminando em 100% a distribuição gratuita de sacolas plásticas na frente de caixa até o final de 2012

*Ano base 2010.

5. Varejo Sustentável			
Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Carbono Neutro	Natura	Iniciativas Voluntárias	1 - Economia de água em 46,1 milhões de litros até 2013
			2 - Economia de plástico em 818 toneladas até 2013
			3 - Economia de CO2 em 1228 toneladas até 2013
Pacto Simbologia do Descarte Seletivo	MMA e ABRE	Pactos Setoriais	1 - Inclusão da simbologia técnica do descarte seletivo em 1.000 produtos/embalagens ano em nível nacional
			2 - Inclusão da simbologia técnica de identificação de materiais em 300 produtos/embalagens ano
Garantia de Origem	Carrefour	Iniciativas Voluntárias	Aumentar em 20% as vendas de produtos com Garantia de Origem (Rastreabilidade)
Auto diagnóstico dos fornecedores	Carrefour	Iniciativas Voluntárias	100% dos fornecedores de Marca Própria usando a ferramenta até 2012
Educação de funcionários para a Sustentabilidade	Walmart	Iniciativas Voluntárias	1 - 95% de funcionários treinados por ano (cursos iniciais ou de reciclagem)
			2 - 75% de funcionários com Projetos Pessoais de Sustentabilidade por ano
Conservadoras Kibon - Substituição do Gás Refrigerante	Unilever	Iniciativas Voluntárias	70% de participação de conservadoras com gás do tipo HC (hidrocarbonetos) até 2013
Compromisso com a Natureza	Pão de Açúcar	Iniciativas Voluntárias	1 - Expandir as iniciativas verdes para todas as lojas da rede
			2 - Reduzir em 25% o consumo de água nas novas lojas e em 8% o de energia elétrica, e aumentar em 10,75% a utilização de energia renovável até o final de 2012
Comunicação sobre Consumo Consciente nos Pontos de Venda	Carrefour	Iniciativas Voluntárias	2 campanhas de consumo consciente por ano

5. Varejo Sustentável			
Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Lojas Ecoeficientes	Walmart	Iniciativas Voluntárias	100% de novas lojas ecoeficientes
Programa Carbono Neutro	Natura	Iniciativas Voluntárias	1 - Redução da Emissão Relativa de Gases do Efeito Estufa em 33% entre 2006 e 2013
			2 - Redução da Emissão Absoluta de Gases do Efeito Estufa em 10% entre 2008 e 2012
Compromisso com a Natureza	Pão de Açúcar	Iniciativas Voluntárias	Diminuir em 10% a quantidade de CO2 e outros gases aceleradores do efeito estufa em sua operação
Mecanismo de monitoramento da performance	Carrefour	Iniciativas Voluntárias	Metas específicas para cada indicador corporativo

6. Construções Sustentáveis			
Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Iniciativas de sustentabilidade na Cadeia Produtiva da Indústria da Construção (CPIC)	CBIC	Iniciativas Voluntárias	1 - Realização de 10 eventos nas regiões do país, 5 eventos para os fornecedores de materiais e serviços da CPIC e 5 eventos para as Construtoras e Sinduscons
			2 - Capacitação no programa SENAI para redução de desperdício e coleta seletiva – inclusão de módulo de 10h nos cursos do SENAI - 120 mil alunos/ano
Iniciativas de sustentabilidade na Cadeia Produtiva da Indústria da Construção (CPIC)	CBIC	Iniciativas Voluntárias	Até 2013, distribuição de 15 mil Guias de Compra Responsável impressas para construtoras, Sinduscons e fornecedores do setor no país. Expectativa de 5 mil downloads do documento
Publicação da Cartilha “Construções e reformas particulares e sustentáveis”	MMA e BASF	Ações de Parceria	Distribuição de 100 mil exemplares nos pontos de venda das tintas Suvinil em todo país até 2013

6. Construções Sustentáveis			
Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Linha de crédito para P+L - para empresas que queiram trocar seus equipamentos por outros mais ecoeficientes	CAIXA	Ações Governamentais	Sem metas
Eficiência Energética - financiamento de sistemas de aquecimento solar para pessoas físicas			Sem metas
Selo Casa Azul CAIXA			Sem metas
Financiamento a Projetos de Eficiência Energética – PROESCO	BNDES	Ações Governamentais	Sem metas
Programa Água Brasil	BB	Ações Governamentais	Sem metas
Iniciativas de sustentabilidade na Cadeia Produtiva da Indústria da Construção – CPIC (MMA e CBIC) – Capacitação no programa SENAI para redução de desperdício e coleta seletiva	CBIC	Iniciativas Voluntárias	Incluir conteúdo com os temas redução de desperdício de água, energia, materiais e coleta seletiva nos canteiros de obras (10h) nos cursos do programa SENAI e incluir abordagem da transversalidade desses assuntos nos outros módulos dos cursos - 120 mil alunos/ano
Programa Esporte e Grandes Eventos Esportivos	Ministério dos Esportes	Ações Governamentais	Financiar a construção e reforma das arenas da Copa 2014, com observância à critérios de sustentabilidade e de adequação do entorno, no âmbito do BNDES Procopa Arenas

6. Construções Sustentáveis			
Ações já em curso	Responsável	Tipo	Metas
Termo de referência do Concurso Internacional para o Plano Geral Urbanístico (Master Plan) do Parque Olímpico e Paraolímpico Rio 2016 respeitando a diretriz de Sustentabilidade	Governo do Rio de Janeiro	Ações Governamentais	• Promover a redução da geração de resíduos de construção
			• Maximizar as possibilidades de reuso e reciclagem de materiais para a construção e provenientes da demolição
			• Promover o uso prioritário de materiais de menor impacto ambiental e que viabilizem a inserção sócio-econômica do projeto nos contextos local, regional e nacional
			• Minimizar a geração de resíduos, nas soluções de infraestrutura, espaços externos e edifícios

9. Monitoramento

Não existem hoje, uma base de dados e um gradiente de indicadores definidos e acordados para medir o progresso do Plano ou de suas metas específicas.

Por isso, preliminarmente, o monitoramento será realizado por meio de alguns mecanismos que visam fornecer, neste primeiro ciclo de implementação (2011-2014), algumas bases para futuras projeções de metas mais ambiciosas e de quantitativos mais realistas.

O reconhecimento dessa lacuna impõe aos gestores do PPCS a constituição imediata de uma força-tarefa (FT) a fim de criar os procedimentos para que uma base de dados e uma grade de indicadores possam ser elaborados. O projeto de cooperação com o PNUMA prevê os meios e recursos para o alcance de tal objetivo.

Dentre os mecanismos selecionados, estão:

1. **Pactos Setoriais** firmados entre empresas do setor público ou privado, organismos governamentais ou organizações não governamentais, com o Ministério do Meio Ambiente, tendo por objeto alguma meta relacionada a qualquer das prioridades do Plano. O acordo cria a obrigatoriedade, por parte do proponente, do envio de um **Relatório Anual** sobre o progresso no atingimento da meta, não importando o período estabelecido (se mais largo que um ano) para o cumprimento do acordo.
2. **Iniciativas Voluntárias:** relatadas pelo proponente, em relatório específico, ou mediante a comprovação atestada pelo **Relatório de Sustentabilidade**, onde a ação se encontra descrita e quantificada quanto aos seus resultados.
3. **Relatório Anual do PPCS:** para apresentação no Fórum Anual do PPCS, que será instituído a partir de 2012, após sua validação junto ao Comitê Gestor.

4. **Preenchimento on-line de cadastro:** inserção dos dados referentes ao progresso das ações estratégicas eleitas para implementação a cada ano, cadastradas no Portal do PPCS, disponível para atualização contínua pelos atores envolvidos e gestores responsáveis.

5. **Requerimentos de Informação:** solicitados por membro do Comitê Gestor, parceiro ou outra organização governamental ou não governamental, que busque obter maiores informações sobre qualquer das ações cadastradas no Plano de Ação.

De modo a imprimir transparência, conectar os atores envolvidos e manter o monitoramento continuamente disponível aos interessados, o Portal do PPCS, a cargo do MMA, será atualizado semanalmente.

10. Conclusões e próximos passos

Este Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis se propõe como um primeiro e decisivo impulso na sociedade brasileira para a promoção de novos padrões de consumo e produção. Como já foi enfatizado em outras partes do Plano e se acha detalhado na Parte II - onde se encontram vários documentos e abordagens complementares - o Plano buscou sinergias e a realização de ações complementares àquelas estabelecidas no âmbito dos planos derivados da Política Nacional de Mudança do Clima (PNMC), da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e de outras iniciativas públicas e privadas, congêneres e complementares.

A sua implementação enfrenta os desafios de praxe, aos quais está submetida a maior parte dos planos que supõem integração de esforços, multiplicidade de atores e um amplo leque de beneficiários. Mas acredita-se que os mecanismos de implementação e de monitoramento aqui apresentados, além dos que deverão ser desenvolvidos ao longo dos quatro anos previstos, poderão ir apontando erros na rota e indicando necessidades de se rever percursos ou processos.

Dentro de um marco conceitual moderno e totalmente afinado com o princípio da participação e colaboração, que vem marcando a produção dos demais planos que almejam alcançar metas que levem ao desenvolvimento sustentável, o PPCS terá o tamanho e a qualidade que a sociedade brasileira decidir como desejáveis. A preocupação em discutir com a base da sociedade e levar ao engajamento das Unidades da Federação e municipalidades, está expressa no compromisso de realizar a Conferência Nacional de Meio Ambiente sobre este tema em 2013. No caminho, antes disso, ter-se-á profícuos e instigantes debates, e até resoluções que possam advir da Rio + 20. O PPCS é uma obra em progresso e deverá refletir os avanços e decisões coletivas da sociedade brasileira.

Com um olhar mais à frente, não se pode deixar de mencionar outras extraordinárias oportunidades que poderão ser aproveitadas para adensar nossa experiência na produção e no consumo sustentáveis, em particular. Trata-se dos jogos da Copa do Mundo (2014) e das Olimpíadas (2016). São megaeventos de grande impacto na opinião pública, que acontecerão em 12 capitais brasileiras e no Rio de Janeiro, respectivamente.

Esses dois eventos, pelo montante de recursos envolvidos e pela agenda positiva que trazem, são uma oportunidade imperdível para se incrementar ações exemplares e modeladoras de novos comportamentos, sem contar os aportes significativos de novos materiais e novas tecnologias que serão transferidas pela cooperação internacional, decorrentes de eventos anteriores em outros países.

Nesse sentido, fica aqui apontado um passo importante para o PPCS dar no futuro próximo: uma aproximação maior com o Ministério dos Esportes e com as instâncias de formulação da chamada Copa Verde e das Olimpíadas Verdes, a fim de agregar mais esse conjunto de iniciativas aos objetivos do PPCS.

Outra relevante ação futura é articular uma série de apresentações públicas do Plano, de modo a torná-lo conhecido em todo o território nacional. Também apontam-se entre os próximos passos a necessidade de discutir o Plano e suas implicações com o Parlamento (Câmara e Senado) e as demais instâncias legislativas estaduais e municipais, lembrando que muitas de suas ações dependem de um esforço legislativo.

Não se pode descuidar de elaborar um plano de divulgação que leve em conta os modernos meios de comunicação e as mídias sociais, adequando as mensagens e conceitos do Plano aos vários públicos possíveis, além dos tradicionais formadores de opinião.

Por fim, é preciso considerar algumas tendências de produção/serviços e consumo que ganham cada vez

mais novos contornos, rompendo com paradigmas tradicionais. Faz-se referência, por exemplo, ao chamado comércio justo, ao e-comércio (praticado na internet) e ao

consumo colaborativo ou compartilhado. Os boxes abaixo introduzem o tema para desdobramentos futuros.

CONSUMO COLABORATIVO

São compras compartilhadas ou em consórcio e não constituem exatamente uma novidade. De fato, arranjos em cooperativa ou mesmo consórcios de compra são opções conhecidas e consagradas, inclusive no Brasil, onde o cooperativismo é uma tecnologia social bastante disseminada.

O que hoje se configura como inovação, porém, é sua escala e a utilização de ferramentas de comunicação social, como a internet e as redes de relacionamento para articular, facilitar e apoiar o relacionamento entre os consumidores.

Os consumidores estão evoluindo para a compreensão de que seu “objeto do desejo” seja o benefício que aquele produto ou serviço oferece e não sua posse em si. Nesse sentido, clubes de compras, sistemas de “time sharing” de hotéis, uso compartilhado de automóveis e até de ferramentas estão se tornando cada vez mais populares e permitem que os consumidores usufruam algum bem pagando tão somente seu uso. Além de representar economia para o bolso do consumidor, os custos habitualmente externalizados desses produtos são redistribuídos, o usuário assume sua parte de forma mais equilibrada.

COMÉRCIO JUSTO

O movimento social de base altruística e cuja principal atuação se dá no mercado de bens e produtos, mais comumente conhecido como “Comércio Justo”⁸ ou Fairtrade, tem sua origem nas Organizações de Comércio Alternativo da década de 1950, que propunham um comércio de produtos entre as nações do Norte e do Sul em bases mais equitativas. Originalmente de caráter assistencialista e muitas vezes motivadas por questões éticas, políticas ou mesmo por valores religiosos, essas ações aos poucos foram incorporando não apenas o valor de mercado dos produtos, mas também os atributos ligados a processos de produção socialmente corretos e ambientalmente adequados (MASCARENHAS, 2007).

O Comércio Justo consolidou-se nos últimos vinte anos⁹. Hoje as organizações que fazem parte do movimento possuem não só estratégias comerciais - certificação de produtos, importação, mecanismos de comercialização, com incentivos para o desenvolvimento de comunidades de pequenos produtores do Sul e preços diferenciados para seus produtos - como também realizam campanhas, fazem denúncias de práticas comerciais abusivas e atuam como grupos de pressão, visando modificar as relações comerciais entre o Norte e o Sul, de maneira a torná-las mais equitativas.

⁸ Segundo a definição estabelecida em 2001 pelas principais organizações do setor, Comércio Justo é “uma parceria de Comércio, baseada em diálogo, transparência e respeito, que procura uma maior equidade no Comércio internacional. Ele contribui para o desenvolvimento sustentável ao oferecer melhores condições de Comércio e assegurar os direitos dos trabalhadores e produtores marginalizados – especialmente no Sul. Organizações de Comércio Justo (apoiadas pelos consumidores) estão ativamente engajadas no apoio aos produtores, no aumento de conscientização e em campanhas para mudanças nas regras e práticas tradicionais do Comércio internacional.”

⁹ De acordo com dados da entidade internacional de certificação *Fair Trade Labelling Organisations International* – FLO, o Comércio Justo Internacional certificado está crescendo a taxas anuais acima de 20% nos últimos 5 anos, com um crescimento de 37% entre 2004 e 2005, chegando a um faturamento estimado no varejo em 1,142 bilhão de euros em 2005 nos 20 países membros (SCHNEIDER, 2007).

No Brasil, o movimento do Comércio Justo está se flexibilizando e sofrendo adaptações. Com a denominação de “Comércio Justo e Solidário”, suas principais características são: foco no mercado interno ¹²; desenvolvimento em bases locais; um direcionamento para sistemas mais participativos de certificação; caráter público-privado; e multiplicidade de atores de diferentes setores da sociedade. Está associado e vem sendo apoiado por outras iniciativas já existentes anteriormente no País, tais como aqueles ligados a sistemas de produção alternativos, aos movimentos sociais na agricultura, às frentes de consumo responsável, a algumas ações de responsabilidade social das empresas, mas principalmente ao movimento da Economia Solidária. Dentre as diretrizes comuns adotadas pelo movimento brasileiro de Comércio Justo estão a ênfase nos mercados locais, à inclusão apenas de pequenos produtores ou de empresas solidárias (autogestionárias) nas cadeias de produção e à participação em políticas públicas redistributivas e estruturantes no âmbito do Estado.

E-COMMERCE

Cada vez mais consumidores no mundo todo adquirem produtos e serviços diretamente pela internet, sem intermediários ou deslocamentos. O que antigamente era feito por correio e catálogos, hoje é mais acessível, ágil e amigável ao usuário, levando-se em conta as facilidades que a aquisição pela internet disponibiliza: ganho de tempo; comparação de preços e mercadorias; entrega em domicílio; garantia de troca; acesso a produtos de quase todos os lugares do mundo; prazos de pagamento; e segurança física (o consumidor está seguro em casa ou no trabalho, não se expondo aos perigos de trânsito, violência e tumulto).

Do ponto de vista da sustentabilidade, também se pode dizer que existem ganhos significativos, como por exemplo, a descentralização de sistemas de vendas e a redução de deslocamentos para as compras. O comércio online, ainda agrega valor no processo de compras em termos de mobilização, divulgação e sensibilização, além de informar ao consumidor sobre os detalhes do produto/serviço e da compra, como a origem, o processo produtivo e de distribuição, tanto individual quanto coletiva. Pode-se argumentar que o comprador online sabe o que quer, busca as melhores ofertas e tem informação de qualidade sobre o produto desejado.

De acordo com estudo do IPEA sobre e-commerce¹⁰ “As tecnologias da informação e da comunicação (TICs) causaram uma revolução no modo de vida das pessoas nas últimas décadas. Este impacto pode ser observado nas mais variadas facetas da atividade humana: produção; consumo; comunicação; entre outras”.

Mudanças fascinantes estão assomando à nossa frente. Que sejamos capazes de compreendê-las e empreendê-las, melhorando ainda mais os objetivos generosos deste Plano.

Brasília, 23 de novembro de 2011.

¹⁰ Comunicado nº 95 - Vendas Online no Brasil: Uma Análise do Perfil dos Usuários e da Oferta pelo Setor de Comércio. O estudo, apresentado pelo técnico de planejamento e pesquisa Luís Cláudio Kubota, usou dados da pesquisa TIC Domicílios 2009 (Comitê Gestor da Internet) e da Pesquisa Anual de Comércio (IBGE) para traçar um perfil do comércio eletrônico brasileiro. www.ipea.gov.br



Ministério do
Meio Ambiente

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA