



Produção e consumo sustentáveis

Fernanda Capdeville

Departamento de Produção e Consumo Sustentáveis – DPCS
Secretaria de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental - SAIC

**14° Plenária do Fórum Governamental
de Responsabilidade Social**
20/nov/2012

Ministério do
Meio Ambiente

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

Contexto

As principais causas de degradação ambiental no planeta são os padrões insustentáveis de produção e consumo, especialmente nos países industrializados.

(Agenda 21, cap. 4, 1992)

“Mudanças fundamentais na forma como as sociedades produzem e consomem são indispensáveis para que alcancemos um desenvolvimento global sustentável. Todos os países devem promover padrões de consumo e produção sustentáveis”.

(Cúpula de Joanesburgo sobre Desenvolvimento Sustentável, 2002)

O Consumo no Mundo



7 bilhões de pessoas

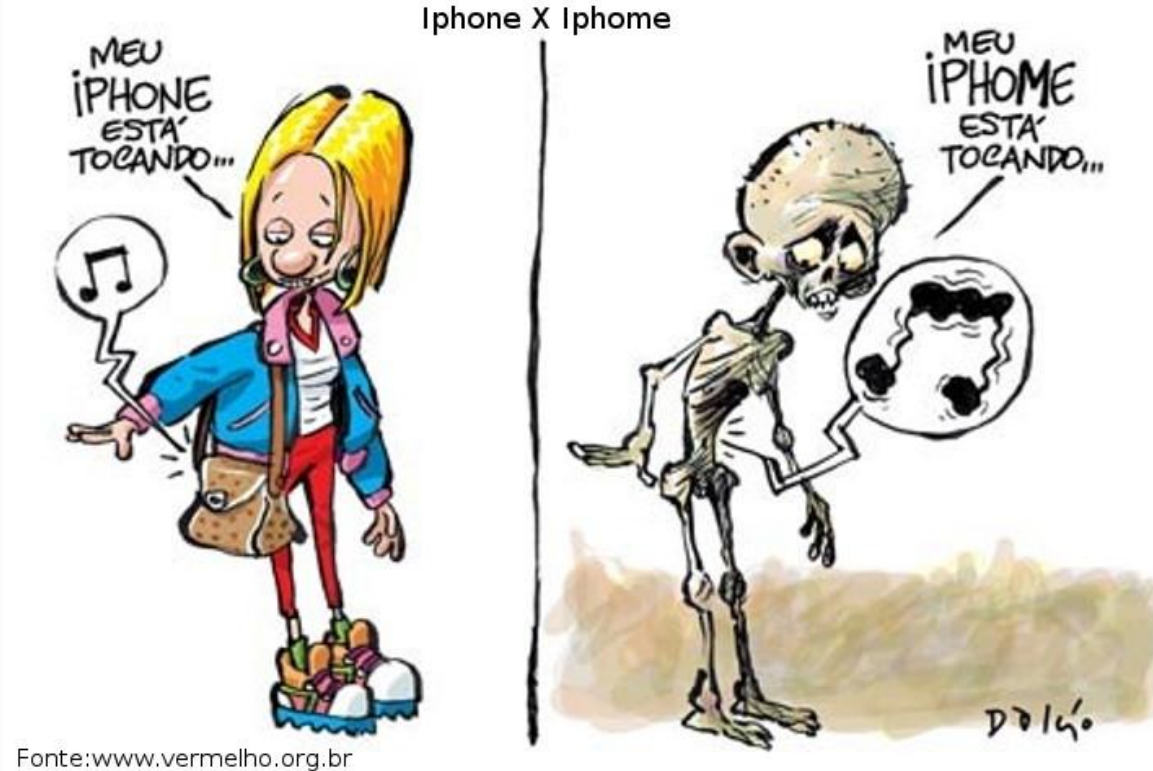
**2050 = 9 bilhões de
pessoas**

O consumo aumentou exponencialmente 6 vezes o seu volume ao longo dos últimos 50 anos. E isso não se deu somente pq a pop mundial cresceu. Estudos mostram que os gastos individuais triplicaram no período.

Nos últimos 50 anos foram consumidos:

- 68 milhões de automóveis,
- 85 milhões de refrigeradores,
- 297 milhões de computadores,
- 1,2 bilhões de celulares.





Fonte: www.vermelho.org.br



O consumo aumentou, mas 12,5% da população mundial ainda enfrenta a fome, são quase 870 milhões de pessoas. 1,4 bilhão de pessoas vivem com menos de US\$ 1,25 por dia.

O consumo no Brasil

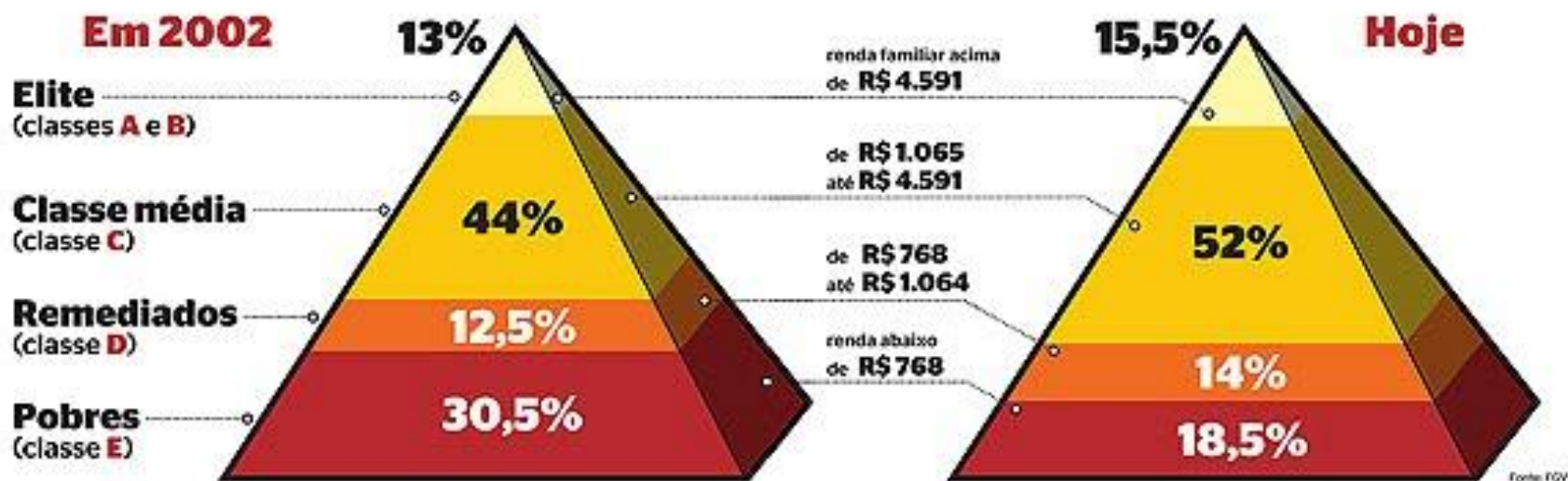
Por que aumentou tanto?

- Crescimento da economia nos últimos 10 anos;
- Aumento da Produção;
- Geração de emprego que eleva a renda do trabalhador brasileiro;
- Acesso ao crédito;
- Inflação controlada;
- Produtos com menor durabilidade.



A supremacia da classe C

Segundo a FGV, a pobreza despencou desde 2002. Com isso, o miolo da pirâmide engordou e agora é maioria absoluta



Mercado de consumo no Brasil – Previsão para 2020



+293 bilhões - Alimentos e Bebidas – O Brasil é o 4 consumidor de massas no mundo. = 3 até 2020



+203 bi – Carros – O Brasil é o 4 maior mercado mundial = 3 até 2020



+158 bi – Bebidas alcoólicas – O país é o 3 maior mercado de cerveja do mundo. = 2 até 2020



+103 bi – Vestuário - O Brasil é o 5 maior mercado global de calçados. = 3 até 2020



+78 bi – Cuidados pessoais - O mercado brasileiro é o maior do mundo e deve permanecer nessa posição.



+30 bi – Limpeza doméstica - O país é o maior mercado mundial de papel higiênico – depois de EUA e China



+24 bi – Tabaco – O país é o sexto maior mercado de cigarros do mundo

Impactos do consumo

Cada produto que consumimos tem uma história desde a extração de matérias-primas até o seu descarte. Cada etapa deste processo gera emissão de **gases de efeito estufa**.

Na medida em que o ser humano se torna mais próspero, deseja e consome mais. O consumo aumenta a utilização de recursos, a produção de CO₂ e, finalmente, a **geração de resíduos**.

Considerando crescimento econômico anual de 2% e uma população mundial de 10 bi, no ano 2050, estima-se que haverá um **impacto ambiental** 4x maior do que em 2000.



O que é consumo sustentável?

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 o ciclo de vida do produto ou do serviço, de modo que não se coloque em risco as necessidades das futuras gerações.



O que é produção sustentável?

Refere-se à aplicação das melhores alternativas possíveis para **minimizar custos ambientais e sociais**. Considerando os **limites** na oferta de recursos naturais e na capacidade do meio ambiente para absorver os impactos da ação humana, esta Produção busca prolongar a **vida útil** dos produtos e **reaproveitar** ao máximo insumos da reciclagem em novas cadeias produtivas.



O que é necessário para atingir a um nível de produção e consumo sustentável?

- Mudança de valores
- Alternativas tecnológicas
- Inclusão de critérios de sustentabilidade nas escolhas de compra (pessoais, públicas, varejo)
- Ética da sustentabilidade nos negócios e no dia a dia
- Compreensão dos direitos e deveres do consumidor
- Empoderamento do consumidor-cidadão

Consumidor Consciente

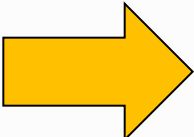
Todos somos consumidores: o cidadão, o governo, o varejo, as indústrias, as empresas e os fornecedores.

O consumidor consciente busca o equilíbrio entre a sua satisfação pessoal (ou institucional) e a sustentabilidade, maximizando as conseqüências positivas deste ato não só para si mesmo, mas também para as relações sociais, a economia e a natureza.

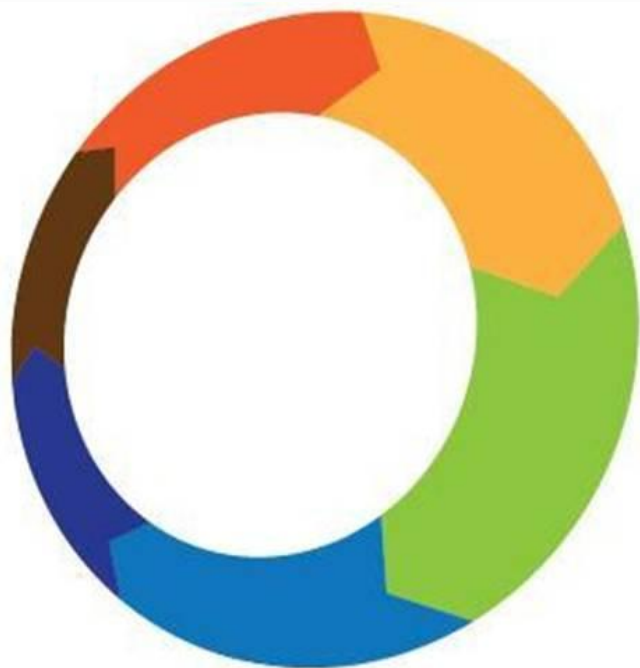


Atitudes de um consumidor consciente

- 1) Avaliar a real necessidade da aquisição
- 2) Considerar as circunstâncias sob as quais o produto foi gerado, levando em conta o uso de recursos naturais e as condições de trabalho de quem o gerou
- 3) Avaliar comportamento do produto durante sua vida útil e após sua disposição final



Isto é, significa comprar aquilo que é realmente necessário, estendendo ao máximo a vida útil dos produtos e procurar descartá-los em locais adequados para o seu reaproveitamento.



consumo sustentável

A gente faz acontecer

Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis

Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis



Lançado em novembro de 2011, o PPCS tem a missão de fomentar políticas, programas e ações que mudem o atual paradigma de produção e consumo no País.

Cronologia do Plano

2007

- Adesão do Brasil ao Processo de Marrakesh
- Mobilização

2008

- Instituída a **Portaria nº 44/2008** que nomeia o Comitê Gestor Nacional de Produção e Consumo Sustentáveis
- 1ª versão do Plano de Ação de PCS

2009

- Revisão do Plano de Ação, com inclusão de novas prioridades, pelo Comitê Gestor
- Revisão técnica de cada uma das prioridades do Plano de Ação por parte da equipe do MMA e parceiros

2010

- Projeto de Cooperação Internacional – PNUMA
- Consulta Pública

2011

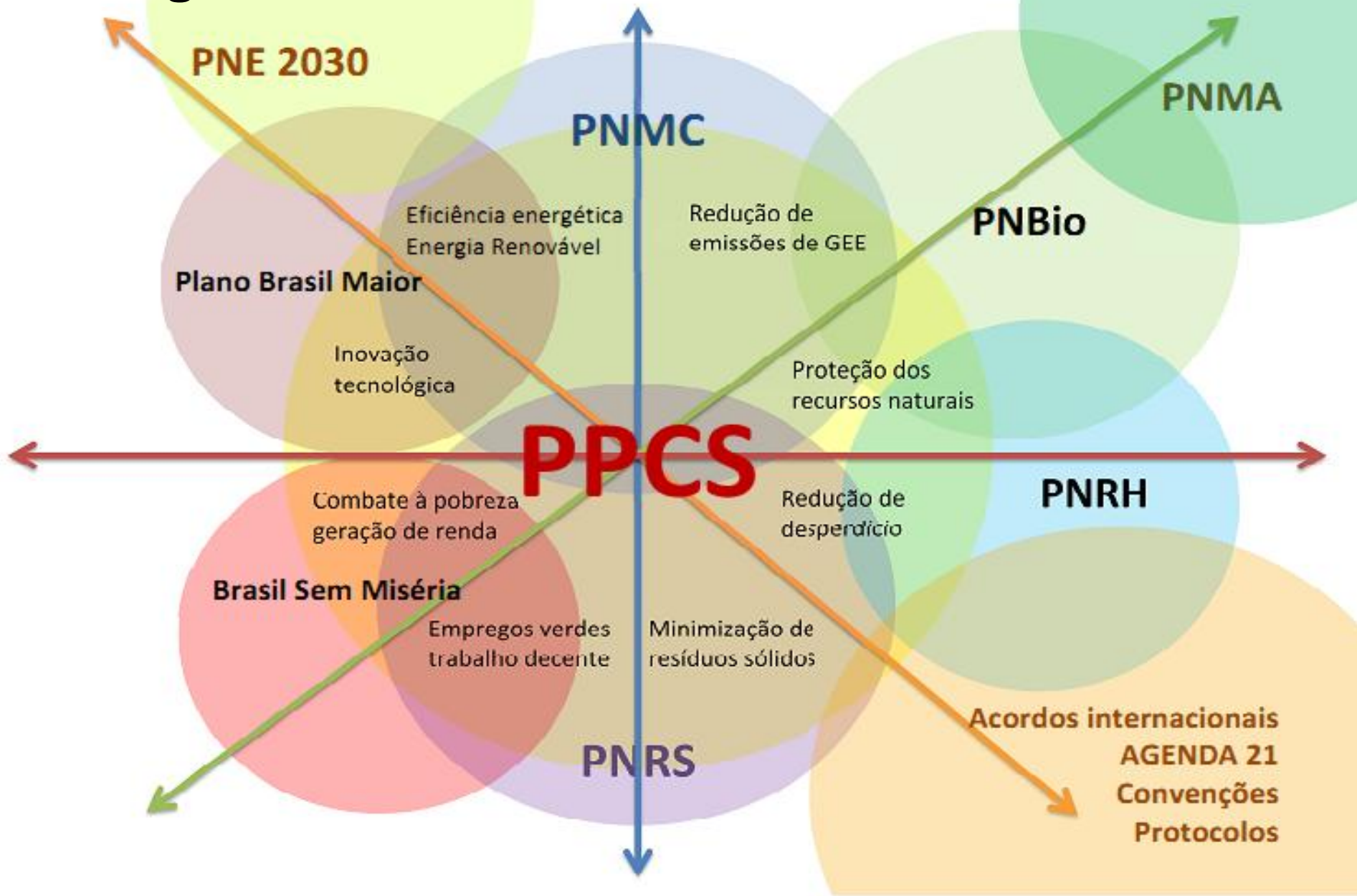
- Finalização do PPCS
- Aprovação pelo Comitê Gestor e publicação

Objetivo do Plano

Fomentar no Brasil um vigoroso e contínuo processo de ampliação de ações alinhadas ao conceito de PCS, tal como estabelecido pelo Processo de Marrakesh, compartilhando com os nossos parceiros nacionais e internacionais o esforço por promover também a sustentabilidade no plano global.

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, à conservação da biodiversidade e dos demais recursos naturais.

Sinergias com outros Planos





Prioridades 1º Ciclo (2012-2014)

Varejo e consumo sustentáveis

Agenda Ambiental na Administração Pública/A3P

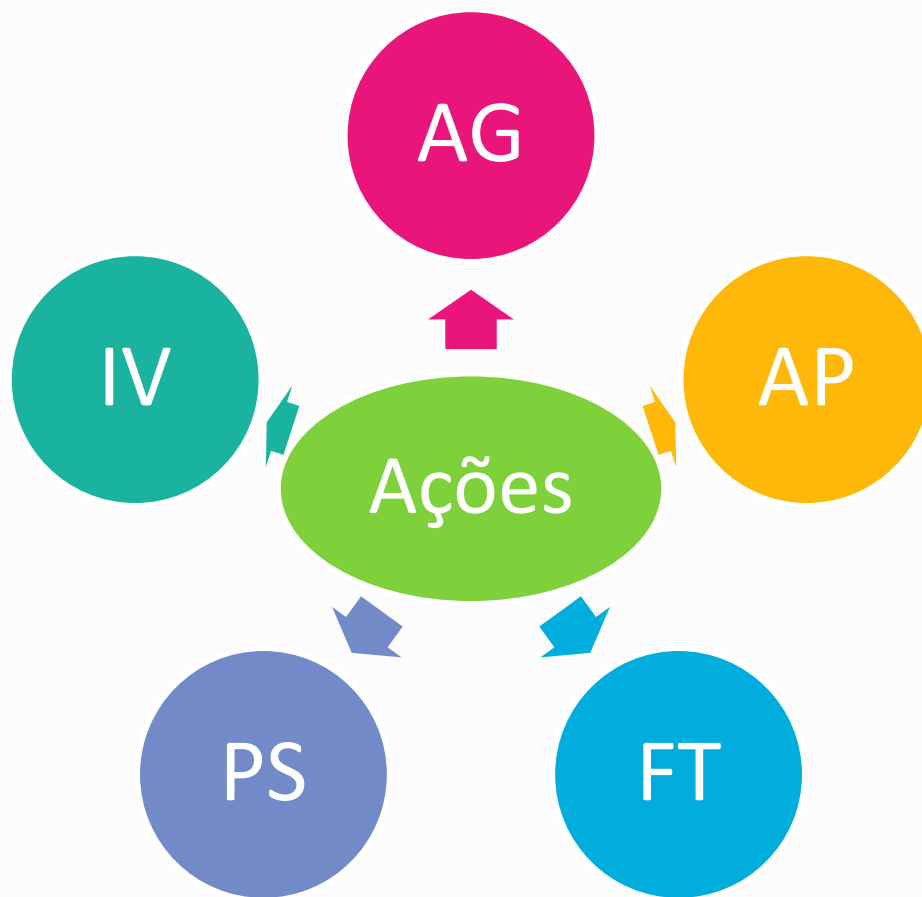
Educação para o consumo sustentável

Aumento da Reciclagem de resíduos sólidos

Compras públicas sustentáveis

Construções sustentáveis

Tipologia de Ações



- **Ações Governamentais (AG)**
- **Ações de Parceria (AP)**
- **Iniciativas Voluntárias (IV)**
- **Pactos Setoriais (PS)**
- **Forças-Tarefa (FT)**

PPCS – implementação 2012

Ações estruturantes

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) Desenvolver e Gerenciar uma rede conteúdo para diversos veículos de comunicação de massa.

Obrigada

www.consumosustentavel.gov.br

Em breve: www.redepcs.gov.br

Fernanda Capdeville

Departamento de Produção e Consumo Sustentáveis – DPCS

fernanda.capdeville@mma.gov.br