5th International Workshop - Advances in Cleaner Production
São Paulo - Brazil - 20th to 22nd, May - 2015

The Contribution of the NGOs, Associations and Foundations to Promote Production and Consumption of Green Products

Ágata Ritter
Miriam Borchardt
Giancarlo Pereira

Academic Work

Introdução

- ONGs, Associações e Fundações focadas em sustentabilidade ambiental
  - Promovem produção e consumo de produtos menos nocivos;
  - Incentivam modificação dos níveis de consumo;
  - Promovem práticas de comércio justo;
  - Discutem políticas públicas;
  - Envolvem diversos agentes da sociedade.

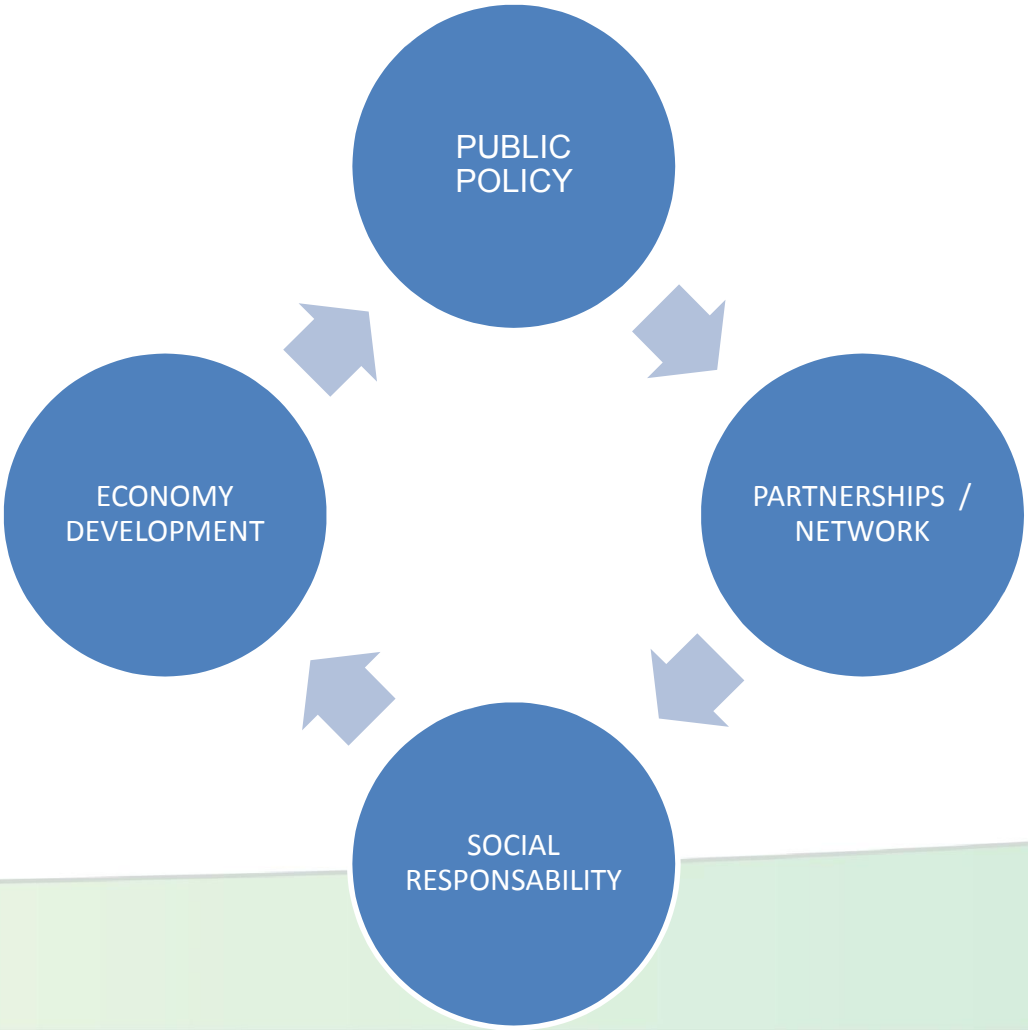
Introdução

- Produtos verdes
  - aqueles que geram um menor impacto ao meio ambiente;
  - menos nocivos à saúde humana, podendo ser formados a partir de componentes reciclados, fabricados de uma forma que necessite de menos energia, ou podem ser fornecidos ao mercado com menos embalagens se comparados aos produtos tradicionais.
- Produtos orgânicos
  - podem ser classificados como produto verde por terem como base a não agressão ao meio ambiente, o desenvolvimento sustentável e a inserção de práticas verdes na sua produção.

Objetivo

- Esta pesquisa analisa as ações que ONGs, associações e fundações focadas em sustentabilidade ambiental adotam para promover produção e consumo de produtos verdes.

Fundamentos teóricos



Delineamento da pesquisa

- Estudo de casos múltiplos (todos do RS)
  - 2 ONGs
    - Certificadoras de produtos verdes
    - Promovem feiras de produtores de produtos verdes / orgânicos
  - 2 associações
    - Formadas por produtores; vinculadas as ONGs
  - 3 fundações
    - Promovem campanhas e cursos para produtores e sociedade em geral.

Resultados

- Políticas públicas
  - Associações participam do desenvolvimento de políticas por meio das ONGs
  - ONGs auxiliam no “desenho” de leis e políticas públicas voltadas à proteção e ao encorajamento da produção e comercialização de produtos verdes / orgânicos
  - Fundações não participam do desenvolvimento de políticas públicas; buscam incentivos de entidades como Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural.

Resultados

- Parcerias
  - Associações
    - promovem reuniões semanais com consumidores de produtos verdes / orgânicos;
    - Buscam apoio técnico: Universidades e Institutos de Pesquisa, EMATER, EMBRAPA;
    - Buscam apoio financeiro: ONGs e entidades governamentais – nacionais e estrangeiras.
  - ONGs
    - Parcerias com Estado e Municípios, outras ONGs; Universidades e Institutos.
  - Fundações
    - Parcerias com empresas; com ONGs e associações; com grupos específicos da sociedade.

Resultados

- Responsabilidade social
  - Associações
    - Procuram envolver consumidor de produtos verdes
    - Há pouca conversão de produtores “convencionais” para orgânicos / custo de conversão
  - ONGs
    - Projetos de inserção de jovens (produtores) em práticas sustentáveis
  - Fundações
    - Procuram diversificar sua atuação: construção sustentável, permacultura, agricultura biodinâmica, etc.

Resultados

- Desenvolvimento econômico
  - Associações
    - Levantamento anual com integrantes – crescimento, planejamento anual, novos produtos
  - ONGs
    - Pesquisas com a comunidade
  - Fundações
    - Avaliam desenvolvimento econômico / social da região
    - Questionam pesquisas oficiais e modo de avaliar desenvolvimento de uma região (PIB)

Discussão

- ONGs, associações e fundações:
  - são legitimadas no desenvolvimento sustentável;
  - estão envolvidas na formulação de políticas, no desenvolvimento dos agricultores, empenhadas na conscientização da população em aspectos ambientais e no desenvolvimento de novos produtos;
  - regulamentam feiras orgânicas, cursos de ecohouse, green design e auxiliam na inserção de novos produtores na produção de produtos verdes.

Discussão

- Leis de incentivo à agroecologia
  - Credibilidade junto aos produtores e consumidores
  - Reforçaram o papel das ONGs como certificadoras
    - Garante a qualidade, veracidade e agregação de valor aos produtos
- Parcerias
  - Não foi observada parceria entre ONGs e empresas (diferente da revisão teórica)
  - As ONGs, associações e fundações entrevistadas não têm conhecimento de parcerias que visem a auxiliar as empresas na redução da emissão de carbono e de impactos ambiental

Discussão

- Conscientização
  - Do produtor
  - Do consumidor e potencial consumidor
  - Sociedade (jovens, público em geral)
  - Poucos projetos voltados às crianças / escolas
- Apadrinhamento
  - Não foi observada esta prática
  - Receio de se associar sua imagem a empresas que posteriormente possam ser vistas como não atuando alinhadas com os propósitos das organizações estudadas.

Discussão

- Desenvolvimento econômico
  - Atual sistema de desenvolvimento econômico x desenvolvimento sustentável são conflitantes
  - Consumidores são elementos chaves para a mudança de comportamento (consumo – o que, de quem, quanto, quando...)
  - Consumo verde!!!!

Considerações finais

- Esse estudo possibilitou identificar que ONGs, Fundações e Associações estão trabalhando em parceria com os órgãos públicos na busca de incentivos para os produtos verdes e na elaboração de leis de proteção para os mesmos;
- Parcerias: pode-se observar resistência por parte dos entrevistados em relação às empresas, em função de estas estarem interessadas em projetos de alta visibilidade e de baixo retorno para a sociedade;
- Responsabilidade social: há um déficit em projetos educacionais para crianças;
- Desenvolvimento econômico: pode-se observar divergência de ideias entre os entrevistados sobre como medir o seu desenvolvimento e com relação às formas de investir com vistas ao crescimento.

Obrigada!