

COE - Comunicação de Engajamento para Organizações Sem Atividades Empresariais

**PERÍODO DESTA COMUNICAÇÃO DE ENGAJAMENTO (COE):
01/01/2013 a 31/12/2014**

1. DECLARAÇÃO DE APOIO CONTÍNUO

São, Paulo, 29 de outubro de 2015.

A todas as partes interessadas,

Temos o prazer de confirmar que o **Instituto Akatu** reafirma o seu apoio ao **Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU)** e de sua missão em promover a sustentabilidade corporativa nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção.

Nesta **Comunicação de Engajamento**, descrevemos nossas ações para apoiar continuamente o Pacto Global e seus princípios para nos envolver com a iniciativa. Também nos comprometemos a compartilhar essas informações com as partes interessadas, utilizando nossos principais canais de comunicação.

Atenciosamente,



Helio Mattar

helio.mattar@akatu.org.br
Diretor-Presidente
Instituto Akatu

2. DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES

APRESENTAÇÃO – INSTITUTO AKATU

Criado em 15 de março de 2001 (Dia Mundial do Consumidor), o [Instituto Akatu](#) é uma organização não governamental sem fins lucrativos que trabalha pela conscientização e mobilização da sociedade para o consumo consciente. As atividades do Instituto estão focadas na mudança de comportamento do consumidor em duas frentes de atuação: Educação e Comunicação, com o desenvolvimento de campanhas, conteúdos, pesquisas, jogos e metodologias.

O Akatu também atua junto a empresas que buscam caminhos para a nova economia, ajudando a identificar oportunidades que levem a novos modelos de produção e consumo – modelos que respeitem o ambiente e o bem-estar, sem deixar de lado a prosperidade.

O Akatu defende o ato de consumo consciente como um instrumento fundamental de transformação do mundo, já que qualquer consumidor pode contribuir para a sustentabilidade da vida no planeta: por meio do consumo de recursos naturais, de produtos e de serviços e pela valorização da responsabilidade social das empresas.

A seguir descrevemos as atividades realizadas pelo Instituto Akatu que apoiam o Pacto Global – Rede Brasileira. As ações se relacionam mais fortemente com as estratégias assinaladas, embora seja entendimento da organização que todas as ações que realiza contribuem, ainda que indiretamente, com os princípios do Pacto:

Sociedade Civil

- Envolver-se nas Redes Locais do Pacto Global
- Ingressar e/ou propor projetos de parceria de sustentabilidade corporativa
- Envolver as empresas nas questões relacionadas ao Pacto Global
- Ingressar e/ou prestar apoio às iniciativas e fluxos de trabalho especiais
- Fornecer comentários para as empresas sobre a Comunicação do Progresso
- Participar dos eventos locais e globais do Pacto Global

PRINCIPAIS ATIVIDADES EM 2013

A íntegra das atividades da organização pode ser acessada no RELATÓRIO DE ATIVIDADES SO INSTITUTO AKATU 2013 disponível em: <http://bit.ly/1LwwlJH>

O Akatu considera que as palestras e oficinas são uma importante forma de sensibilizar pessoas para o consumo consciente. Elas despertam interesse em ampliar o entendimento que têm sobre os impactos do consumo, adquirir repertório e motivam-se a mudar de comportamento.

Em 2013, foram realizadas **29 Palestras e Oficinas atingindo mais de 62 mil pessoas**, entre colaboradores de empresas, membros de organizações, professores e estudantes.

COMUNICAÇÃO DE ENGAJAMENTO (COE)

Os temas das Palestras e Oficinas

Em destaque, os temas que orientaram palestras e oficinas em 2013 foram:

- Alimentação saudável e segurança alimentar
- Comunicação, sustentabilidade e consumo consciente
- Consumo consciente de energia, alimentos, água
- Consumo consciente e as atividades no escritório
- Consumo consciente e as mudanças climáticas
- Consumo consciente e os desafios da sociedade contemporânea
- Consumo consciente e sua relação com resíduos
- Desenvolvimento sustentável
- Empreendedorismo e sustentabilidade
- Estilos mais sustentáveis de vida
- Governança e sustentabilidade
- Inovação, planejamento e sustentabilidade
- Liderança para sustentabilidade nos negócios
- Papel transformador do setor de construção civil
- Resultados da Pesquisa Akatu: Rumo à Sociedade do Bem-Estar

Onde estivemos com Palestras e Oficinas

Estas foram as empresas e instituições em que o Akatu desenvolveu oficinas e palestras em 2013:

ABA . Associação Brasileira de Anunciantes	Kimberly-Clark
ABF/AFRAS (Associação Brasileira de Franchising)	Kraft
Alcoa	McDonald's
Bradesco	Ministério do Meio Ambiente
Bradesco . DDS	Natura
Cargill	Nestlé
Fundação Cargill	P&G
CPFL	Grupo Pão de Açúcar
Cyrela	Prefeitura Municipal de São Paulo
Editora Abril	Programa Você em Foco
Even	Repsol
Fórum Agenda Bahia	Tractebel
Grupo Libra	Unilever (agência interna, segmento Food e Personal Care)
IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corp.)	

Conteúdo para Sensibilização

No projeto realizado em parceria com a **Odebrecht Engenharia Industrial**, o Instituto Akatu foi responsável pela concepção e elaboração da Cartilha Consumo Consciente no Dia a Dia, a ser lançada em 2014. O conteúdo traz de maneira simples, dicas sobre consumo consciente, com o objetivo de orientar funcionários da Odebrecht na prática da sustentabilidade no dia a dia. O material será distribuído em 2014 em postos de trabalho da holding.

Guia Saúde e Consumo Consciente

No projeto realizado em parceria com a farmacêutica **Sanofi**, o Instituto Akatu foi responsável pela concepção e elaboração do Guia Consumo Consciente e Saúde, disponível no formato impresso e online. O conteúdo pode ser acessado em: <http://bit.ly/consumo-saude>. O

COMUNICAÇÃO DE ENGAJAMENTO (COE)

conteúdo faz correlação entre os dois temas, orienta na prática como as pessoas podem cuidar de si e do planeta de forma consciente. O material será distribuído em 2014 em redes de farmácias à população.

Rede Empresarial de Avaliação do Ciclo de Vida

Sabendo da relevância da avaliação do ciclo de vida de produtos e serviços para a tomada de decisões pelas empresas e pelos consumidores, um grupo de companhias e entidades se reuniu voluntariamente para formar a Rede Empresarial Brasileira de Análise de Ciclo de Vida.

Articulado pela **Braskem**, empresa química e petroquímica brasileira, em parceria com o Instituto Akatu e a Associação Brasileira de Ciclo de Vida (ABCV), o grupo de empresas pretende debater o tema e estabelecer ações comuns para promover e popularizar a prática de análise de ciclo de vida (ACV) de produtos e serviços no mercado brasileiro. A missão da rede é disseminar o conceito de ACV como determinante na avaliação socioambiental de produtos e serviços, mobilizando as empresas, educando o consumidor e incentivando a elaboração de políticas públicas. A Rede está aberta a todas as empresas interessadas em debater o assunto e inclui-lo na estratégia dos seus negócios.

Para o Akatu, a importância da Rede ACV vem de dois elementos principais: o primeiro, conseguir traduzir para o consumidor, em uma linguagem simples, o que é e qual a importância do ACV. O segundo é levar a um maior engajamento das empresas, de maneira a disponibilizar informações confiáveis baseadas em estudos de ACV para serem usadas como um dos critérios de escolha por parte do consumidor.

A Rede realizou em 2013 o seu primeiro evento público de lançamento em São Paulo, em 30/10, no Museu da Imagem e do Som. Como parceiro da Rede o Akatu colaborou com a elaboração de seu plano de comunicação e facilitou a divulgação do evento

Rede de Mulheres Brasileiras Líderes pela Sustentabilidade

A Rede de Mulheres Brasileiras Líderes pela Sustentabilidade é uma iniciativa do Ministério do Meio Ambiente criada com a finalidade de engajar mulheres líderes que atuam e apoiam ações de sustentabilidade socioambiental. A Rede foi constituída em 2012 no contexto da Conferência das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20, e hoje reúne mais de 300 mulheres que ocupam posições de liderança em empresas, organizações do terceiro setor e em órgãos governamentais. O denominador comum que une estas lideranças femininas das esferas pública e privada, com ou sem fins lucrativos, é o interesse em promover uma forte agenda de desenvolvimento que leve em consideração Mulher & Sustentabilidade.

A elaboração da Plataforma20, documento que traz o marco conceitual da Rede e seu plano de metas está em conformidade com a agenda da Rio+20, com as diretrizes da ONU Mulheres e da Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República, além da clara afinidade com os eixos temáticos do Ministério do Meio Ambiente que lidam com as questões da Produção e do Consumo Sustentáveis.

Para o período que compreende 2013 até 2020, a Rede selecionou três temáticas para desenvolver suas ações:

- Ampliar o número de lideranças femininas em cargos estratégicos nas estruturas de poder público e privado, com atuação na sustentabilidade.

COMUNICAÇÃO DE ENGAJAMENTO (COE)

- Fomentar o empreendedorismo verde e negócio sustentáveis liderados por mulheres.
- Promover mudanças de padrões de consumo e produção, por meio de estratégias de comunicação com foco nas classes médias urbanas, dirigidas particularmente a mulheres e jovens.

O Akatu participou dos dois encontros realizados em 2013:

- I Encontro: 29 de abril, Brasília
Com o tema “Sustentar Ideais - Os Desafios da Ação e da Comunicação em Rede”.
- II Encontro: 12 de novembro, Rio de Janeiro
Buscou solidificar a participação das mais de 300 mulheres integrantes da Rede.

Grupo Mondelēz

O Grupo Mondelēz, multinacional especializada em doces, alimentos e bebidas convidou o Akatu, representado por Helio Mattar, para uma palestra para a Cúpula Global de Sustentabilidade do Grupo. O objetivo sensibilizar o grupo para a importância das mudanças que vêm acontecendo no comportamento do consumidor e como as empresas são afetadas por elas. Os principais assuntos em pauta foram os riscos e oportunidades dessa transformação e o grau de envolvimento da corporação.

PRINCIPAIS ATIVIDADES EM 2014

A íntegra das atividades da organização pode ser acessada no RELATÓRIO DE ATIVIDADES DO INSTITUTO AKATU 2014 em <http://bit.ly/1J3k25r>

Aplicativos sobre Consumo Consciente

A **FEBRABAN – Federação Brasileira de Bancos** e o Instituto Akatu firmaram uma parceria para a produção de aplicativos sobre o consumo consciente. Disponíveis a partir de setembro de 2014, os apps gratuitos oferecem serviços como calculadoras de consumo, dicas de consumo consciente e jogos educativos. As ferramentas permitem o compartilhamento de informações pelas redes sociais permitindo que o usuário transmita mensagens e dicas recebidas na ferramenta para amigos e ainda convidá-los para os jogos.

#SejaMaisConsciente /Consumo Consciente de Energia

A **AES Eletropaulo**, maior distribuidora de energia da América Latina, responsável pela região metropolitana de São Paulo, e o Instituto Akatu lançaram a série #SejaMaisConsciente, sobre o consumo consciente de energia. Com linguagem simples e acessível, a série com dez animações revela os impactos individuais, sociais, econômicos e ao meio ambiente das escolhas de consumo relacionadas à energia. As animações podem ser utilizadas em projetos educacionais sem fins comerciais com público jovem e adulto, para abordar diversas questões de sustentabilidade. Dentro do tema energia, os vídeos falam sobre geração e transmissão de energia, dicas de segurança, e de economia em casa e no escritório.

O objetivo da parceria é fornecer informações de maneira lúdica e didática para que os cidadãos possam entender a relevância do uso consciente de energia e também conhecer os impactos de suas escolhas de consumo. Os vídeos permitem que as pessoas compreendam que a mudança de comportamento individual é fundamental para o processo de construção de uma sociedade mais sustentável.

A série de animações #SejaMaisConsciente está disponível em: <http://bit.ly/1FRDtL5>

Project Sunlight

O Instituto Akatu apoiou o lançamento da plataforma sobre sustentabilidade Project Sunlight da **Unilever** e seguiu trabalhando junto com a empresa, na estruturação do Desafio Sunlight que consistiu em mobilizar e estudar o comportamento de 13 famílias de diversas partes do Brasil para mudança de comportamento de consumo, tornando-o mais consciente e promovendo bem-estar familiar. Em 2014, o Instituto Akatu realizou a formação da equipe que gerenciou o projeto no Brasil além de contribuir com conteúdos de base para o Desafio. O Akatu realizou o Teste do Consumo Consciente com as famílias para avaliar a evolução do comportamento dos grupos, além de entregar insumos e análise sobre essa mudança de ação. O Akatu esteve ainda na Unilever para realizar uma palestra com o público interno sobre tendências de alimentação, sustentabilidade e consumo consciente. Ao todo foram 60 pessoas sensibilizadas para o tema

Assista ao vídeo que conta um pouco sobre o projeto e as contribuições do Akatu: <http://youtu.be/v4LmRSd8pHU>

#1MASPdeÁgua

Em parceria com a **Deca**, empresa brasileira líder em Louças e Metais Sanitários, o MASP – Museu de Arte de São Paulo, o Instituto Akatu produziu uma peça publicitária com o objetivo de chamar atenção para o cuidado com água, a partir de um cálculo de impacto realizado pelo Akatu. A peça foi veiculada em redes sociais no Dia Mundial da Água.

Sustentabilidade na cadeia de valor

O Instituto Akatu realizou um projeto de sensibilização de funcionários da área de suprimentos da construtora e incorporadora **Even**. Durante a oficina realizada com 35 colaboradores foram trabalhados conceitos e práticas de sustentabilidade na cadeia de valor, incentivando-os a refletirem sobre a importância destas práticas em seu cotidiano.

Capacitação de multiplicadores

A capacitação de multiplicadores realizada pelo Akatu para a **Masisa**, empresa especializada na produção e comercialização de painéis de madeira na América Latina, teve o objetivo de oferecer ferramentas para que os funcionários da empresa atuassem como multiplicadores da sustentabilidade e do consumo consciente junto aos demais funcionários. A capacitação foi realizada na Regional de Curitiba, nos dias 23 e 24 de julho de 2014, e contou com a participação de 20 colaboradores da Masisa.

Para a formação, o Akatu desenvolveu três materiais específicos para os colaboradores:

Guia de Referência

Conteúdo teórico sobre sustentabilidade, consumo consciente e os negócios da empresa. Traz o objetivo do projeto e mensagens do diretor-presidente do Instituto Akatu, Helio Mattar, e da presidente da Masisa Brasil, Marise Barroso. O guia conta ainda com indicações de filmes, livros, sites sobre o tema e uma sessão sobre o papel do multiplicador, incluindo dicas para a multiplicação do conteúdo.

COMUNICAÇÃO DE ENGAJAMENTO (COE)

Guia do Multiplicador

Passo a passo para a multiplicação do conteúdo teórico com explicação dos objetivos de cada grupo de slides e as instruções para cada atividade ou conteúdo, além da lista de materiais necessários.

Apresentações

Conteúdo audiovisual que os facilitadores do Akatu utilizaram no encontro.

Traga sua empresa para um mundo sustentável

O **Planeta Sustentável**, veículo online especializado em sustentabilidade do Grupo Abril, em parceria com o Instituto Akatu produziu uma peça publicitária chamando atenção das empresas para necessidade de se buscar caminhos para uma nova economia. A peça foi veiculada na revista Exame, na primeira edição de fevereiro de 2014.

Formação Presencial de Colaboradores de Empresas em Consumo Consciente

Em 2014 mais de **1600 colaboradores de empresas**, das mais diversas funções participaram presencialmente de atividades promovidas pelo Akatu, que respondem à estratégia da organização de promover o consumo consciente nas empresas e em seus públicos estratégicos, bem como estimular a produção pelas empresas de ofertas conscientes para estilos sustentáveis de vida.

Redução de desperdício

O Instituto Akatu capacitou a equipe de comunicação do **Grupo Pão de Açúcar**, maior varejista do Brasil, para facilitar a construção do projeto **pqjogarfora?** que tem foco na redução de desperdício de água, comida, energia e também de dinheiro e trabalha ações on-line para sensibilizar públicos das diversas bandeiras do Grupo.

A primeira ação foi a campanha por um Natal Consciente em novembro de 2014, que contou com apoio do Akatu para a pesquisa e elaboração de conteúdo especial para todas as bandeiras do grupo que incluiu dicas práticas de como fazer uma celebração mais consciente, cuidar da decoração sem deixar de ser sustentável, pensar em presentes acolhedores, evitar gastos não planejados e não desperdiçar alimentos.

A segunda ação ainda em 2014 foi realizada junto com a Cnova, também pertencente ao Grupo, que opera os sites Extra.com.br, Pontofrio.com e CasasBahia.com.br, para sensibilizar clientes das lojas online. O Instituto Akatu produziu dicas mobilizadoras sobre o uso consciente de eletroeletrônicos para as páginas de e-commerce dos produtos.

Sustentabilidade e Consumo Consciente na Gestão de Recursos Humanos

O projeto de sensibilização realizado pelo Instituto Akatu com a equipe de recursos humanos do **Grupo Pão de Açúcar** teve o objetivo de alinhar os conceitos de consumo consciente e sustentabilidade na empresa para que sejam utilizados em treinamentos. As áreas de recursos humanos dos diversos negócios do Grupo ampliarão o alcance desses conceitos e práticas por meio diferentes ferramentas, meios de comunicação, formações e oficinas. A sensibilização foi realizada com 20 colaboradores

Estratégia de sustentabilidade global na prática

Mais de 600 funcionários da **Adidas** no Brasil, empresa de equipamentos esportivos,

COMUNICAÇÃO DE ENGAJAMENTO (COE)

participaram de oficinas ministradas pelo Instituto Akatu em 2014. Ao todo foram 19 oficinas realizadas no escritório de Alphaville e no centro de distribuição em Embu das Artes, na Grande São Paulo. Com duas horas de duração cada encontro uniu teoria e prática. Aliadas a ações de comunicação interna, as oficinas sensibilizaram os funcionários para o consumo consciente trazendo ferramentas colocar em prática as metas globais de redução de água, energia, papel e destinação correta de resíduos. Os próprios funcionários propuseram ações para a mudança de atuação da empresa.

Consumo Consciente na Semana do Meio Ambiente

O Instituto Akatu produziu para o **Bradesco**, segundo maior banco privado do Brasil, conteúdos sobre consumo consciente e sustentabilidade para o hotsite criado para o público das agências, como uma das formas de comemorar a Semana do Meio Ambiente (período em torno do dia 5 de junho, quando se celebra o Dia Mundial do Meio Ambiente). Foram produzidos de 2014, com foco em sensibilizar funcionários das agências da rede sobre consumo um infográfico com dicas de consumo consciente em situações vividas cotidiano das agências e um vídeo mobilizador sobre o tema, com um depoimento de Helio Mattar, diretor-presidente do Akatu.

A equipe do Akatu realizou oficinas de sensibilização sobre Sustentabilidade, Consumo Consciente e Recursos Naturais para 135 colaboradores do **Grupo Libra**, um dos maiores operadores portuários e de logística de comércio exterior do Brasil, durante a Semana, além de desenvolver conteúdos sobre os mesmos temas para os canais de comunicação interna da empresa impactando 649 profissionais.

Como parte da programação da Semana, mais de 200 colaboradores da **Brasil Kirin**, empresa de bebidas, em Itu (SP), e do **McDonald's**, cadeia de *fast food* de hambúrguer, em Alphaville (SP), foram sensibilizados pela equipe do Akatu, com conteúdos sobre consumo consciente.

Beleza que transforma

O Akatu participou do projeto Beleza que Transforma, criado pelo **Grupo Boticário**, empresa brasileira de cosméticos, em parceria com a equipe de Projetos Especiais EXAME. A plataforma é um espaço livre e criativo, em que pessoas de perfis diversos participaram de uma construção coletiva sobre temas que têm o poder de melhorar o mundo. O objetivo foi reunir experiências, projetos, vivências e ideias capazes de gerar resultados reais, seja motivando atitudes ou inspirando mudanças. O debate promovido entre Helio Mattar, diretor-presidente do Instituto Akatu, e Malu Nunes, diretora executiva da Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza, pode ser acessado em <http://bit.ly/beleza-transforma>.

Aos escritórios corporativos de Curitiba (PR) e de São Paulo e na fábrica de São José dos Pinhais do Grupo Boticário, o Akatu levou a oficina “Beleza é ter atitudes sustentáveis – 10 caminhos para produção e consumo consciente”. Essa atividade fez parte da Semana de Desenvolvimento realizada pela empresa em suas unidades de trabalho espalhadas no País. Ao todo foram sensibilizados 75 colaboradores com potencial de divulgação desse conteúdo.

Indicadores Ethos

O Instituto Ethos está promovendo a reformulação nos *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial*, por meio de um processo participativo que dará origem aos Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis. Esses indicadores consideram:

COMUNICAÇÃO DE ENGAJAMENTO (COE)

- Completa sinergia com as diretrizes para relatórios de sustentabilidade da Global Reporting Initiative (GRI).
- Planejamento do negócio e gestão de metas para a sustentabilidade.
- Indicadores Ethos como plataforma de práticas à luz da Norma de Responsabilidade Social ABNT NBR ISO 26000.
- Fortalecimento do uso dos Indicadores Ethos na gestão e desenvolvimento da sustentabilidade na cadeia de valor.

O Instituto Akatu faz parte do Conselho Orientador dos Indicadores Ethos, grupo composto por representantes executivos do Instituto Ethos e de instituições convidadas. A função do Conselho Orientador é dar recomendações estratégicas para o desenvolvimento da terceira geração dos Indicadores Ethos.

Plano de Ação para Sustentabilidade nas Lojas

Com um ciclo de oficinas e de avaliação, o Akatu realizou junto com o **McDonald's**, cadeia de *fast food* de hambúrguer, no Brasil um processo de sensibilização de funcionários que durou cinco meses, de setembro de 2013 a fevereiro de 2014. Na primeira oficina realizada ainda em 2013, foi apresentado o projeto de sensibilização da equipe SPI – Campinas, e os participantes firmaram um “pacto” de continuidade do projeto e engajamento da liderança para participação dos funcionários. No momento seguinte, durante a oficina “Sustentabilidade e Consumo Consciente”, foram sensibilizados 16 funcionários do McDonald's para os temas sustentabilidade, consumo consciente, água, energia e resíduos. Mais do que apresentar e discutir os temas, o Akatu facilitou a sua conexão com a realidade dos restaurantes, a fim de que fosse um embrião de um processo de mudanças em médio e longo prazo.

Consumo consciente como porta de entrada para a sustentabilidade nas empresas

Em fevereiro de 2014 o Akatu realizou quatro palestras no escritório e na fábrica da **Zara**, empresa do segmento de moda, e sensibilizou 30 lideranças e 20 colaboradores da empresa em sustentabilidade e consumo consciente. A ação fez parte do lançamento da campanha interna para mobilização em consumo consciente da companhia.

A **Taterka**, agência de publicidade, contou também com uma oficina de comunicação para mobilização para o consumo consciente realizada com parte de sua equipe. O objetivo foi ampliar os conhecimentos de 12 potenciais multiplicadores da Taterka no tema e facilitar a criação de estratégias de comunicação que realmente provoquem transformação da sociedade.

A **RL**, empresa do segmento de produtos de higiene e limpeza, realizou com o Akatu um evento interno para a sensibilização de colaboradores sobre consumo consciente e sustentabilidade. Ao todo foram sensibilizadas 38 pessoas.

Foram realizadas também duas oficinas de sensibilização sobre sustentabilidade e consumo consciente de dinheiro e crédito, com 80 colaboradores da **Amaggi**, empresa com quatro grandes áreas de negócio – Commodities, Agro, Navegação e Energia. Os encontros foram realizados em Cuiabá, em novembro de 2014.

A **Ultragaz**, empresa de distribuição de gás domiciliar, contou com o apoio do Akatu para realizar um evento com seus fornecedores em que tratou da cadeia produtiva de seus

COMUNICAÇÃO DE ENGAJAMENTO (COE)

produtos e serviços. A atividade realizada com 45 fornecedores da empresa levantou oportunidades e desafios da sustentabilidade no setor.

Em dezembro de 2014, a **Alcoa**, uma das três maiores empresa de alumínio do mundo, realizou um evento interno de sensibilização de colaboradores e teve uma palestra do Akatu sobre sustentabilidade e consumo consciente realizada para 59 pessoas.

As ações realizadas nas empresas Zara, Taterka, RL, Amaggi, Ultragaz e Alcoa tiveram, no total, 284 pessoas treinadas e sensibilizadas

3. MENSURAÇÃO DE RESULTADOS

Destacamos, entre os resultados disponíveis nos RELATÓRIOS DE ATIVIDADES DO INSTITUTO AKATU em <http://bit.ly/1J3k25r> (2014) e <http://bit.ly/1LwwljH> (2013):

Em 2013, foram realizadas **29 Palestras e Oficinas atingindo mais de 62 mil pessoas**, entre colaboradores de empresas, membros de organizações, professores e estudantes.

Em 2014 mais de **1.600 colaboradores de empresas** tiveram a oportunidade de contar presencialmente com atividades (oficinas, capacitações, palestras) promovidas pelo Instituto Akatu. E 121 milhões de pessoas foram impactadas pelas campanhas publicitárias de sensibilização do Instituto Akatu – com destaque para a campanha #águapedeágua.

CONTATO FOCAL DO INSTITUTO AKATU PARA ESTE COE:

Nome: Gabriela Yamaguchi

Cargo: Gerente de Comunicação e Campanhas

E-mail: gabriela.yamaguchi@akatu.org.br

Telefone: (11) 3179-1170 r. 808