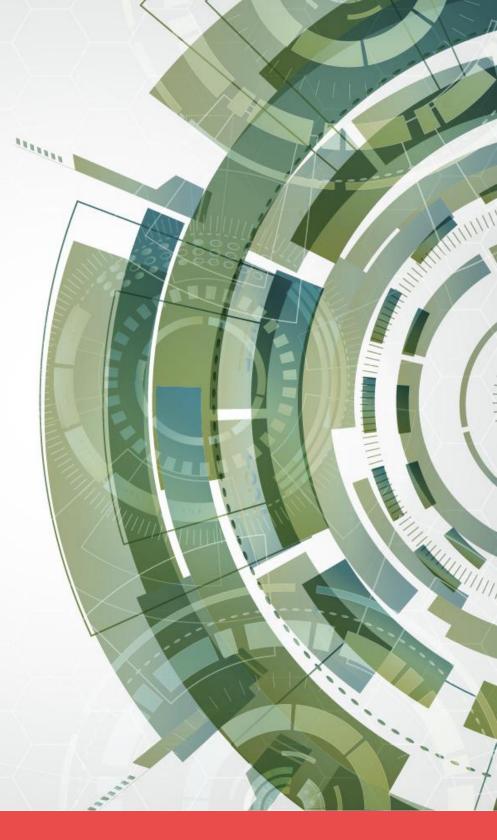
Como inovar na sua empresa através da Economia Circular

by BeeCircular



Um manual de apoio à inovação para pequenos negócios, inspirado pela Economia Circular

# Índice

Juntos criamos a melhor versão do futuro	3
Economia Linear	5
Economia Circular	7
Produto Enquanto Serviço	10
Economia da Partilha	12
Venda de Usados	15
Reparação e Modernização	17
Remanufactura e Restauro	20
Reduzir, Reutilizar e Reciclar	22
Eco-Inovação	25















### Juntos criamos a melhor versão do futuro

Podíamos dizer que estamos no limite, mas infelizmente já ultrapassamos esta linha há décadas. A cada ano que passa, esta data acontece mais cedo: de acordo a *Global Footprint Network*<sup>1</sup>, em 2018 o dia 1 de Agosto marcou a data em que ultrapassámos os limites de regeneração da Terra para esse ano. O Dia da Sobrecarga da Terra (*Earth Overshoot Day*) é mais uma das inúmeras provas da insustentabilidade do atual modelo económico. Atualmente, para satisfazer as necessidades de recursos a que a sociedade obriga, seriam necessárias 1,7 Terras. Dado que, até ao momento, apenas dispomos de uma, a partir desta data começamos a viver "a crédito" e acima da capacidade do planeta. A primeira vez em que ultrapassámos este limite foi em 1970 e estimase que se nada for feito, até 2050 serão necessárias duas Terras para satisfazer todas as necessidades da raça humana.

As razões deste flagelo há muito que já não são mistério: O aumento exponencial da população que se tem verificado desde 1950, a evolução do poder de compra, a urbanização crescente e a adoção de uma postura consumista, em muito motivada pelos interesses das organizações, tem gerado uma crescente necessidade de matéria-prima, bens alimentares, água e território<sup>2</sup>. Mesmo nas projeções mais conservadoras, prevê-se que na próxima década exista um aumento de cerca de 1/3 na procura de bens como o petróleo, carvão e ferro, em muito motivado pelos países emergentes e pelo o aumento do poder de compra das famílias<sup>3</sup>.

Esta evolução deixou como herança problemas de elevada gravidade para as sociedades atuais e futuras como a produção massiva de resíduos, o aumento alarmante da poluição, a escassez galopante de recursos essenciais e a volatilidade dos preços dos recursos. Esta realidade conjugada com o aumento da população esperado, permite facilmente antever um cenário de elevada escassez de recursos, tanto em países desenvolvidos como em desenvolvimento. Estes e outros acontecimentos, têm resultado na deterioração da saúde, segurança e bem-estar dos seres vivos e representam um elevado risco para as organizações, podendo mesmo resultar em perdas avultadas<sup>4</sup>.

Estes impactos fazem cada vez mais parte da nossa realidade, refletindo-se em intempéries de crescente violência, alterações climáticas, degelo e subida do nível médio da água, desflorestação, erosão dos solos, aumento do risco de extinção de diversas espécies, incêndios cada vez mais devastadores, escassez de água potável, entre muitos exemplos. Caso nada seja feito para reverter os profundos danos que estamos a causar ao planeta, podemos mesmo estar em contagem decrescente para a sexta extinção em massa do planeta, sendo esta a mais rápida que alguma vez ocorreu na sua história<sup>5</sup>.



Especialistas de todo mundo e das mais diversas áreas alertam que é crucial que se tomem medidas imediatas, de modo a evitar o pior dos cenários. É preciso parar e repensar a forma como retiramos, produzimos e descartamos, de forma a criarmos modelos que cada vez mais respeitem a natureza e os seus ecossistemas. E esta é uma responsabilidade de todos e só o responsabilizar de todas as partes envolvidas pode dar origem a uma mudança de atitudes e mentalidades que conduza a uma postura sustentável e de proteção do ambiente e dos seres vivos.

O atual sistema económico já deu diversas provas da sua insustentabilidade e inviabilidade, pois as economias devem prosperar e não crescer de forma ilimitada. O dinheiro deve ser visto enquanto recurso e não como um elemento que domina as nossas vidas<sup>6</sup>. O atual sistema económico tem promovido o aumento das desigualdades, sendo exemplo disso a dissociação que o nível de produtividade teve do valor médio salarial, onde o primeiro tem crescido de forma continua enquanto que o segundo se encontra praticamente estagnado. Estudos recentes estimam que 1% da população detenha cerca de 99% da riqueza mundial<sup>7</sup>, existindo diferenças gritantes no acesso a saúde, comida, água, educação e outros serviços essenciais.

Apesar das graves alterações que causámos aos sistemas ambientais, o despertar para a insustentabilidade da atual postura económica abriu portas à reflexão e à discussão sobre as possíveis alternativas para alterar as preocupantes perspetivas de futuro atuais. Isto gera uma oportunidade sem precedentes de desenvolver ações que alterem o nosso futuro e o das gerações vindouras, com respeito pelas leis da natureza e de forma consciente e sustentada. Crescer de forma indefinida não significa evoluir, pois o evoluir só pode ocorrer se esse crescimento ocorrer de forma distributiva, inclusiva e inteligente, gerando desta forma valor acrescentado para todas as partes envolvidas, sejam pessoas, animais ou sistemas ambientais.

O presente manual explora de forma introdutória o modelo de Economia Circular, as vantagens associadas à adoção deste modelo e algumas das principais oportunidades que esta possibilita às empresas. Ao longo do *ebook* vão sendo apresentados vários exemplos práticos, que para além de facilitarem a assimilação dos conceitos propostos, permitem também estimular a criatividade do leitor.

<sup>7</sup> Hardoon, D., Fuentes, R., and Ayele, S., An Economy for 1%: how privilege and power in the economy drive extreme inequality and how this can be stopped, Oxfam Briefing Paper 210, Oxford, 2016



<sup>1</sup> Global Footprint Network: Dados disponíveis em: https://www.overshootday.org/

<sup>2</sup> United Nations, World Economic and Sociak Survey, UN, New York, 2018

<sup>3</sup> Ellen MacArthur Foundation, Towards The Circular Economy: Economic and business rationale for accelerated transition, EMF, London, 2013

<sup>4</sup> European Environment Agency, Circular Economy in Europe: Developing th knowledge base, EEA, Luxembourg, 2016

<sup>5</sup> Ceballos, G., Ehrlich, P., & Rodolfo, D., Biological annihilation via the ongoing sixth mass extinction signaled by vertebrate population losses and declines, PNAS, USA, 2017

<sup>6</sup> Raworth, K., Doughnut Economics: Seven ways to think like a 21st-century economist, RH Business Books, London, 2017

#### **Economia Linear**

O modelo de produção através de um sistema linear, que se resume a extrair-produzir-descartar, pouco evoluiu e a sua adoção em larga escala levou a uma crescente escassez de recursos e consequente volatilidade dos preços das matérias-primas. Esta postura, para além de se revelar arriscada para as empresas, pode gerar consequências irreversíveis, o que significa que a adoção de um modelo alternativo viável se torna uma medida premente.

A Economia Linear é aquela que atualmente impera, tendo esta pouco evoluído desde a revolução industrial. Baseia-se no simples pressuposto de "extrair-produzir-descartar", sendo cega à capacidade que o planeta tem de regenerar aquilo que é extraído, aos impactos ocorridos neste processo<sup>1</sup> (como a degradação de diversos ecossistemas e a emissão de gases poluentes, que para além de serem causadores de inúmeras doenças, são responsáveis pelo efeito de estufa e aquecimento global) e aos resíduos produzidos, que maioritariamente são depositados em aterros e incinerados (estima-se que na Europa apenas 40% dos resíduos sejam reciclados, existindo grandes discrepâncias entre os países membros<sup>2</sup>). Neste sistema são perdidos inúmeros recursos com elevado potencial económico para as industrias e gerados danos irreparáveis nos solos, ar e oceanos. Na Economia Linear o fim de vida de um produto, além de significar o fim do seu potencial económico, também representa o fim de todo o investimento, esforço, trabalho e consequências negativas geradas. Em 2010 cerca de 65 biliões de toneladas de matéria-prima entraram para a economia, sendo previsto que até 2020 este número cresça até aos 82 biliões. Adicionalmente, a crescente procura de matéria-prima, revelou-se um fator de risco acentuado para as organizações, pois esta gera uma elevada volatilidade nos preços praticados e a longo prazo poderá mesmo significar a inexistência de recursos suficientes que deem resposta às necessidades de produção necessárias para satisfazer a demanda<sup>3</sup>.

Considerado que, na sua maioria, os recursos são finitos e muitas vezes utilizados de forma bastante acima da capacidade regenerativa da terra, a economia deve evoluir no sentido de ter como principais recursos aqueles que são crescentes e abundantes, como é caso das pessoas e do conhecimento<sup>4</sup>.

"A economia deve evoluir no sentido de ter como principais recursos, aqueles que são crescentes e abundantes, como é caso das pessoas e do conhecimento <sup>4</sup>."



1 Ellen MacArthur Foundation, *Towards The Circular Economy: Accelerating the scale-ip across global supply chains*, EMF, London, 2014

- 3 Ellen MacArthur Foundation, *Towards The Circular Economy: Economic and business rationale for accelerated transition*, EMF, London, 2013
- 4 Making the Circular Economy Work for Human Development: Video disponível em: <a href="https://www.thinkdif.co/sessions/making-the-circular-economy-work-for-human-development">https://www.thinkdif.co/sessions/making-the-circular-economy-work-for-human-development</a>



<sup>2</sup> Comissão Europeia, *Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: Fechar o ciclo – plano de ação da UE para a economia circular, CE, Bruxelas, 2015* 

#### Economia Circular

A Economia Circular, através da inovação e do design ecológico, tem como objetivo central tornar o conceito de lixo obsoleto, propondo alternativas que mantenham as matérias-primas a circular na economia. Para este efeito, o modelo propõe a adoção de uma postura que aposte na durabilidade dos produtos, no aumento das soluções que viabilizam uma utilização partilhada e a introdução de modelos de negócio que promovam a recuperação dos componentes, a fim de estes poderem ser reutilizados para novos fins ou industrias.

Economia Circular é inspirada pela própria natureza "onde nada se cria, nada se perde, tudo se transforma" (Lei de Lavoisier) e tem na sua base uma postura "restauradora e regenerativa". Neste modelo, o conceito de "lixo" torna-se obsoleto, pois este passa a ser visto como um recurso que pode ser reutilizado para diversos fins. É incentivado o uso de energias renováveis e a eliminação da utilização de componentes tóxicos que, para além de prejudiciais a vários níveis, limitam o potencial de reutilização dos materiais <sup>1</sup>.

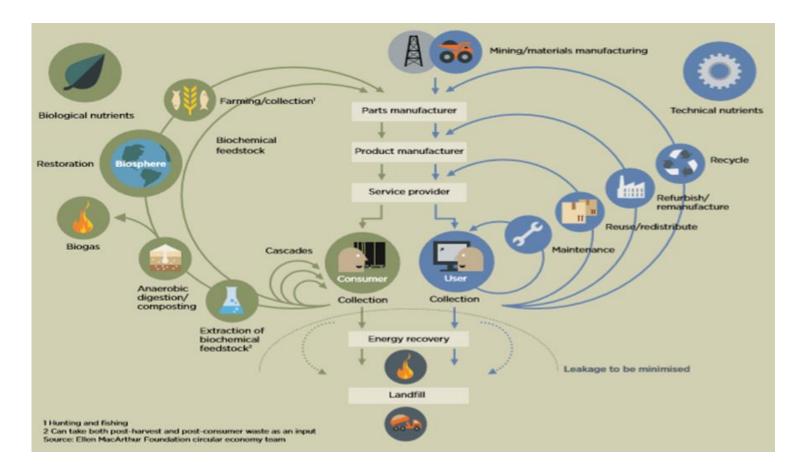
A adoção de uma estratégia circular promove inúmeras vantagens para todas as partes envolvidas, em particular para as organizações que a implementam, possibilitando poupanças significativas e abrindo portas para novos modelos de negócios e, consequentemente, novas fontes de rendimento<sup>1</sup>. Na União Europeia esta transição já se encontra em curso, sendo expectável que esta possibilite a criação de 580.000 empregos e evite a emissão para a atmosfera de 500 milhões de toneladas de CO2 até 2030. Numa lógica Circular, através do Eco-design e da Eco-Inovação, os produtos são idealizados de modo a serem duradouros e facilmente desmontáveis, para uma mais fácil e económica reparação, modernização ou aproveitamento dos componentes para novos fins, sendo assim injetados na economia de forma continua e cíclica <sup>2</sup>.

"A Economia Circular propõe através do design e da inovação ecológica uma postura "restauradora e regenerativa".

#### ECONOMIA CIRCULAR – PRESSUPOSTOS E PONTOS-CHAVE

O modelo de Economia Circular valoriza conceitos como qualidade, durabilidade, reparabilidade, reutilização, partilha e desmontagem dos recursos, estabelecendo para este fim a seguinte visão<sup>1</sup>:





# Ciclos dos Nutrientes: O diagrama acima, foi desenvolvido pela Ellen MacArthur Foundation<sup>1</sup> e descreve os possíveis ciclos para reaproveitamento dos consumíveis (lado esquerdo) e

dos componentes

duradouros (lado

direito).

Economia Circular -

- 1) Não ao lixo (*Design out waste*) Como referido, neste modelo o lixo torna-se crescentemente um conceito obsoleto. Os produtos são pensados de modo a serem de elevada qualidade, durabilidade e de fácil desmontagem, assegurando desta forma uma fácil e económica reparação, modernização ou até o aproveitamento dos seus componentes para novos fins e indústrias.
- 2) Distinção entre "consumíveis e componentes duradouros" São introduzidos estes dois novos conceitos que visam distinguir: os produtos consumíveis ou nutrientes biológicos que, sendo constituídos por organismos vivos, são biodegradáveis e por conseguinte podem ser restituídos de forma segura à biosfera ou utilizados num sistema de cascata, para múltiplos fins (ex.: papel, madeira, material de construção, têxteis, etc.); e os componentes duradouros ou nutrientes técnicos como o plástico e o metal, que podem ser reutilizados até ao máximo da sua capacidade. A divisão entre ciclos biológicos e técnicos, tem como objetivo assegurar que cada material é mantido no ciclo adequado. Quanto mais próximo o processo de restituição do produto estiver do consumidor, mais a integridade das matérias é garantida e menor é o custo do processo (exemplo: reparação vs. reciclagem). A escolha de um determinado nutriente deve ter em conta a durabilidade que o mesmo terá, enquanto produto final. A título de exemplo, no caso de

BeeCircular

- uma embalagem, que pode ter uma utilização muito reduzida, os nutrientes técnicos tornam-se desadequados, sendo mais seguro a utilização de componentes biológicos.
- 3) Fontes de energia verde De modo a agregar valor para o sistema circular, as fontes de energia utilizadas nos vários processos devem ser crescentemente de fontes renováveis, permitindo assim a redução da dependência dos combustíveis fósseis e o impacto para o ambiente e saúde pública.



<sup>1</sup> Ellen MacArthur Foundation, Towards The Circular Economy: Economic and business rationale for accelerated transition, EMF, London, 2013

<sup>2</sup> European Environment Agency, Circular Economy in Europe: Developing th knowledge base, EEA, Luxembourg, 2016

# Produto Enquanto Serviço

Transformar a venda de um produto numa prestação de serviços, para além de promover a lealdade, satisfação e fidelização do cliente, permite uma elevada poupança em recursos e minimiza a necessidade de matérias-primas de fontes primárias.

Muitas vezes, se analisarmos a necessidade que leva a aquisição de um determinado produto, concluímos que a aquisição é motivada pela funcionalidade que o produto oferece e não propriamente pelo produto em si. Nos últimos anos várias empresas perceberam esta variável, o que levou ao aparecimento de diversas soluções, que exploram esta vertente, principalmente no sector empresarial.

A título de exemplo, a Phillips¹ criou uma solução para um aeroporto em Amesterdão, em que em vez de vender lâmpadas, fornece a luz enquanto um serviço. Para este efeito, a empresa mantém-se a detentora das lâmpadas e disponibiliza em alternativa um serviço que assegura a instalação, substituição e manutenção das lâmpadas do aeroporto. As lâmpadas que se avariam são recolhidas e alvo de um processo de remanufactura, onde grande parte dos seus componentes são reaproveitados, conseguindo assim assegurar a reintrodução da lâmpada no sistema produtivo.



Fornecer a luz ou invés de lâmpadas: uma solução adotada pela Phillips no Aeroporto de Shiphol

Este tipo de modelo já foi implementado por várias industrias como a automóvel, cópia e impressão e telecomunicações.

# Muitas vezes a aquisição de um produto, é motivada pela sua funcionalidade e não pelo produto emsi.

As vantagens são diversas e a vários níveis. Ao nível ambiental, garante-se uma redução substancial da necessidade de recursos primários, pois as empresas têm acesso aos seus produtos sempre que eles se avariam ou se tornam obsoletos, podendo assim aproveitar grande parte da matéria-prima. Neste caso, as empresas são motivadas a aplicar um design cada vez mais modular e desmontável, por forma a facilitar este processo. Adicionalmente, as empresas passam a ter vantagens em aumentar a durabilidade dos seus produtos, pois desta forma conseguem reduzir os custos de manutenção. Há igualmente uma redução evidente na produção de resíduos por parte das empresas que implementam estas soluções, pois as matérias-primas são reintroduzidas no ciclo produtivo, até ao limite da sua utilização. Claramente a empresa sai beneficiada pois cria



uma relação de fidelização com o cliente, reduz os custos com matéria-prima e consegue criar uma fonte de rendimento continua associada ao mesmo produto ou conjunto de produtos. O cliente reduz as preocupações e o trabalho que tem com processos de manutenção, podendo concentrar mais tempo no seu negócio.

#### Caso de estudo: Hotbynature



A Hotbynature é uma empresa que comercializa equipamentos de climatização. Após ler um artigo sobre Economia Circular, o responsável da empresa começou a pensar qual era a razão que levava os seus clientes a comprar os seus equipamentos. Com base nas conclusões apuradas, a empresa decidiu estruturar e implementar uma solução que designou por Hotbynature solutions, onde o serviço assegurado ao cliente era a climatização em si. O serviço desenvolvido incluía não só a disponibilização do equipamento adequado, como a sua manutenção, limpeza e inspeções de segurança, em troca de um valor mensal. A Hotbynature disponibilizou igualmente soluções que permitem ao cliente atualizar anualmente os serviços e equipamentos. Os equipamentos retirados da casa dos clientes são alvo de manutenção e vendidos em segunda mão, a preços competitivos.

Nota: Todos os casos de estudo apresentados são fictícios, tendo sido criados por forma a exemplificar como uma empresa pode beneficiar das propostas da Economia Circular.

A disponibilização de produtos enquanto serviços permite às empresas que comercializam produtos de durabilidade razoável, inovar na forma como se relacionam com o cliente, conseguindo desta forma vantagens diversas. Existem várias formas de aplicar este modelo desde um sistema "pay per use" onde o cliente paga por cada utilização, até ao renting ou leasing. Se este é o seu caso ou da empresa que pretende criar, reflita sobre estas questões: O que é que os seus clientes realmente valorizam? É o produto em si ou a função que ele desempenha? De que forma poderia fornecer os seus produtos enquanto serviço? Se o fizesse seria uma mais-valia para o cliente? Que oportunidades a empresa conseguiria com a implementação deste modelo? De que forma poderia rentabilizar e reintroduzir no ciclo produtivo, os produtos obsoletos ou avariados? Que sinergias seriam uteis desenvolver de modo a potenciar esta solução? Que oportunidades de crescimento o seu negócio poderia aproveitar através da adoção deste modelo?

Não se limite às questões aqui colocadas. Desafie-se e pense em outras questões que possam ser relevantes para estruturar a melhor solução. Fale com clientes, fornecedores e parceiros e identifique pontos que possam valorizar a sua solução.

<sup>1</sup> Estudo de caso disponível em: http://www.lighting.philips.com/main/cases/cases/airports/schiphol-airport



#### Economia da Partilha

A Economia da Partilha ou *Sharing Economy* tem vindo a ganhar bastante popularidade e adeptos nas mais variadas industrias e locais do mundo. Assenta num pressuposto simples: compartilhar recursos, reduzindo substancialmente os custos associados à utilização dos mesmos, disponibilizando o mesmo recurso a várias pessoas.

É um modelo *trendy* e que permite uma utilização mais eficaz dos recursos. Algumas das empresas mais faladas mundialmente, como a *Uber* e a *Airbnb* estão aplica-lo com bastante sucesso. A *sharing economy* permite que qualquer pessoa ou organização possa colocar um recurso seu, ao dispor da comunidade, por um preço bastante competitivo. E a atual oferta vai muito para além dos carros, casas ou quartos.

Nas cidades mais urbanizadas, esta realidade tem crescido em flexa. Para além do *carsharing*, já se partilham os mais diversos meios de transporte como bicicletas, trotinetas, scooters, etc. Os espaços *coworking* têm igualmente crescido de forma vertiginosa, tendência que se alinha com o crescimento de trabalhadores independentes e que não necessitam de um espaço fixo. São também bons exemplos da aplicação deste modelo as *fablabs* e as cozinhas partilhadas.

Existem plataformas que permitem que as pessoas aluguem os mais variados equipamentos e que vão desde guitarras, mesas de mistura, berbequins até máquinas fotográficas profissionais, entre muitos outros, estando o aluguer protegido por um seguro que salvaguarda ambas as partes em caso de algo acontecer. Existem igualmente plataformas que permitem que pessoas ou empresas, partilhem espaços que estejam livres ou tenham pouca utilização, estando aqui incluídas salas de reunião, salas de formação, secretárias para trabalho, salas para vários tipos de eventos, garagens, armazéns, etc.

# As pessoas e as empresas procuram soluções flexíveis, prontas a utilizar e que se adequemàs suas necessidades.

As opções são inúmeras e as possibilidades quase ilimitadas. Cada vez mais as pessoas e as empresas procuram soluções flexíveis, prontas a utilizar e que se adequem às suas necessidades. As soluções da economia da partilha asseguram todos estes pontos, com a vantagem de serem ainda disponibilizadas a preços muito competitivos. É igualmente uma opção muito atrativa economicamente pois, com a utilização partilhada, os lucros podem ir muito acima do preço do bem em



A Sharing Economy é uma das tendências empresariais que mais tem crescido nos últimos anos.



si. Se eu vender equipamentos de musica, a faturação fica limitada ao preço de venda, enquanto que se eu alugar os equipamentos a várias pessoas, a minha faturação pode superar o preço que o mercado está disposto a pagar.

## Caso de estudo: *Decoemotions* - Mobiliário e Decoração



A Decoemotions é uma empresa que vende mobiliário, decoração e iluminação. Decorrente da sua experiência, o responsável pela empresa compreendeu que cada vez mais as pessoas gostam de atualizar a decoração, não só de acordo as estações, mas também de acordo a circunstância da vida em que os clientes se encontram. Apesar da empresa querer se adequar às tendências de mercado, tem também uma forte preocupação em assumir uma ambientalmente postura responsável.

Com o aproximar na época natalícia e com base nas prioridades da empresa, a equipa de inovação da *Decoemotions* implementou um novo serviço - *Christmas Interior Design by Decoemotions* — uma solução que permite ao cliente usufruir de um projeto de decoração, aluguer dos elementos decorativos, montagem e desmontagem. Após a recolha, a empresa procede à manutenção das peças e coloca-as novamente ao dispor de novos clientes, pois os elementos são maioritariamente pensados de modo a serem polivalentes e a adequarem-se para vários fins. Após testar com sucesso este novo serviço, a empresa decidiu alargar esta oferta para várias ocasiões e épocas (projeto de decoração adequado à estação do ano, festas de aniversário, aniversário de casamento, Pascoa, *Halloween*, etc.). Para além dos clientes particulares, a empresa direcionou igualmente esta oferta para *airbnbs*, *hostels* e outras alternativas de alojamento temporário, comércio e escritórios.

Nota: Todos os casos de estudo apresentados são fictícios, tendo sido criados por forma a exemplificar como uma empresa pode beneficiar das propostas da Economia Circular.

A aplicação deste tipo de conceitos é mais adequada a produtos com uma durabilidade considerável e que sejam passíveis de ser utilizados por diversas pessoas, como é o caso dos veículos de transporte, imóveis, equipamentos, máquinas, ferramentas, peças decorativas, móveis, roupas, etc. A sua empresa ou ideia de negócio vende ou pretende vender algum produto que se enquadre nesta vertente? Se sim, reflita sobre as seguintes questões:

De que forma este modelo me poderá ajudar com a minha ideia de negócio ou empresa? Quantas vezes anualmente os meus clientes utilizam OS produtos? Com que regularidade os substituem? Se em vez de comprar o produto o cliente tivesse a opção de realizar um aluguer de curta duração, que vantagens ele teria? Que vantagens a minha empresa teria? Existe a possibilidade do meu cliente emprestar o seu produto a um familiar ou amigo? Com que frequência isto acontece? Se eu alugasse os meus produtos, como poderia assegurar que estes possam ser

#### reparados ou modernizados?

Mesmo que a sua empresa não tenha nenhum produto que se enquadre nesta vertente, pode sempre pensar que oportunidades existem na sua área de atividade. Existe sempre a possibilidade de encontrar uma forma de expandir o seu negócio através da implementação deste modelo.

Naturalmente, de modo a garantir uma redução da pegada ambiental, existem outros desafios que devem ser pensados na implementação de um novo modelo inserido na *Sharing Economy*.



A existência de múltiplos utilizadores, leva quase sempre a um desgaste mais rápido dos materiais, pelo que devem ser pensadas formas de assegurar a sua manutenção ou reparação de modo a estender a sua vida útil. Adicionalmente, de modo a acompanhar as tendências e evoluções de mercado, o design deve ser pensado de modo a assegurar uma fácil e rápida modernização, garantindo o máximo aproveitamento dos componentes e reduzindo a necessidade de adquirir novas matérias-primas. Para uma visão holística do processo de inovação, é sempre aconselhável envolver e recolher feedback do maior número de pessoas, como colaboradores, clientes, fornecedores e parceiros. Desta forma é mais fácil antever potenciais riscos e agir por forma a mitiga-los.



#### Venda de Usados

Provavelmente os seus clientes, e não só, estão a ganhar a gerar receitas com a venda dos seus produtos em segunda mão. A venda de produtos em segunda mão, principalmente aqueles que tiveram uma utilização muito curta, está a ganhar uma expressão bastante elevada, existindo atualmente empresas que se dedicam em exclusivo a este mercado.

Há muito tempo que se ouve a expressão: "o lixo de uns é tesouro de outros". E muitas pessoas e empresas já perceberam isso e estão atualmente a gerar receitas, aproveitando esta realidade. A venda de produtos em segunda mão já existe há bastante tempo, no entanto, no passado, era vista como uma solução pouco "digna" e direcionada para pessoas com menores rendimentos. Atualmente, o recorrer a esta alternativa tornou-se uma opção banal e é uma solução procurada por todo tipo de pessoas, independentemente dos seus rendimentos. E se ainda não desenvolveu uma oferta direcionada para este público, provavelmente já alguém o fez por si, com os seus produtos, em alguma circunstância.



"Out é o novo In: A compra e venda de produtos em segunda mão tem cada vez mais adentos.

Os canais onde este tipo de vendas ocorre são dos mais variados: online, redes sociais, mercados especializados, lojas, etc. No entanto algumas empresas já oferecem também esta solução enquanto alternativa e, por vezes, apresentam até vantagens como a garantia ou serviço pós-venda, em caso de necessidade.

A introdução desta solução pode ser

uma fonte de receita interessante para o seu negócio. Caso tenha receio que esta solução entre em concorrência com a sua oferta atual, pode sempre avaliar a possibilidade de criar uma marca especificamente direcionada para este fim. Adicionalmente, esta possibilidade pode ser facilmente disponibilizada apenas online, o que reduz os custos operacionais associados.

Algumas empresas já oferecem também esta solução enquanto alternativa, oferecendo muitas vezes vantagens como garantia ou serviço pós-venda.



Neste caso, evita que produtos que comercializa, e que estejam em bom estado, sejam descartados desnecessariamente, conseguindo desta forma recupera-los e dar-lhes uma nova "vida".

Há algumas questões que são importantes antes de introduzir uma oferta direcionada neste sentido: em primeiro lugar a transparência. Deve ser claro ao indicar as condições em que produto se encontra e que o mesmo é em segunda mão. A segunda questão passa por assegurar que tem algo que agrega valor ao produto, quando comparado com as outras alternativas de venda em segunda mão, como garantia, serviço pós-venda, possibilidade de troca, etc. É também importante não misturar os produtos novos, com os produtos usados, seja na venda online ou presencial, de modo a não gerar confusões ou mal-entendidos.

#### Deve assegurar que a sua solução agrega valor ao produto, quando comparado com outras alternativas em segunda mão.

Faça uma breve pesquisa e tente descobrir se os seus produtos já foram vendidos online e em que canais, as condições e quais os preços praticados. Avalie os resultados que obteve e coloque-se as seguintes questões adicionais:

Quando o cliente já não usa os seus produtos, o que é que acontece com os mesmos? Existe mercado em segunda mão no caso dos produtos que comercializa? Esse mercado tem expressão? Se oferecesse esta alternativa, existiriam clientes que deixariam de comprar os produtos novos? Ou as pessoas que procuram estas alternativas, já colocam esta possibilidade enquanto primeira opção? Que vantagens pode oferecer, que as outras alternativas em segunda mão atuais não oferecem?

Como em qualquer outra das possibilidades aqui expostas, antes de avançar, deve avaliar cuidadosamente a viabilidade desta possibilidade e os impactos positivos e negativos que esta pode gerar para o seu negócio e para o seu envolvente.

#### Caso de estudo: FututeTech

A FutureTech é uma empresa que comercializa e repara produtos de informática. Após perceber a relevância do mercado em segunda mão nesta área e aproveitado o seu know how, a empresa criou uma área especifica no seu website para venda de produtos usados. Os produtos que vende são adquiridos a clientes que se deslocam às suas lojas com o produto, onde este é avaliado cuidadosamente. Depois de testadas as condições do produto, é feita uma proposta de compra. Posteriormente, o produto é limpo e anunciado no site da empresa, na área específica para o efeito, sendo oferecida uma garantia de 6 meses que assegura a reparação em caso de avaria — não associada à má utilização.



Nota: Todos os casos de estudo apresentados são fictícios, tendo sido criados por forma a exemplificar como uma empresa pode beneficiar das propostas da Economia Circular.



## Reparação e Modernização

A introdução de soluções de reparação e modernização permitem vários benefícios: o cliente passa a ter uma solução economicamente mais vantajosa que uma nova aquisição. A empresa recupera os componentes danificados, podendo recupera-los e reutiliza-los, poupando tempo, recursos e reduzindo o impacto ambiental gerado.

Muitos conceitos da Economia Circular são conceitos que no passado foram amplamente utilizados, mas que foram perdendo popularidade, de modo a promover um aumento das vendas e das necessidades de consumo. É o caso das soluções de reparação e modernização. Nos dias de hoje, muitas vezes estas soluções são disponibilizadas a valores muito próximos do preço de uma nova aquisição, o que detrai o consumidor de optar por esta solução. Os próprios produtos têm sido pensados por forma a dificultar a reparação, e algumas vezes são mesmos desenhados para um período de vida limitado, situação que naturalmente aumenta a necessidade de novas aquisições. Contudo, a escassez de matérias-primas é um risco que tem afetado várias indústrias, na medida em que leva a uma alta volatilidade de preços e, no limite, pode colocar em causa o acesso às mesmas. Por esta razão, e felizmente para o meio ambiente, esta solução tem sido reintroduzida enquanto alternativa por várias empresas, a preços cada vez mais compensatórios. No entanto, a viabilidade da reparação e da modernização dos produtos, implica muitas vezes um desafio no que toca ao design dos mesmos, que devem ser pensados de forma a serem

facilmente desmontáveis e modelares, para que as peças possam ser substituídas rapidamente e com o menor custo possível, sempre que necessário.

Mais uma vez as vantagens da adoção desta solução são inúmeras. O cliente passa a ter uma solução economicamente mais vantajosa que uma nova aquisição. A sua confiança e satisfação para com a empresa também aumenta, pois esta apresenta-lhe uma solução vantajosa, quando este se depara com uma avaria ou com um produto que está desatualizado. A empresa, por outro lado, recupera os componentes danificados, podendo reproduzi-los e reutiliza-los. Em caso de não ser possível a reparação, a empresa pode oferecer a possibilidade de o cliente ter um desconto, no caso deste entregar o produto antigo. Adicionalmente e com a crescente competitividade dos mercados, a avaria ou um produto que se torna obsoleto, pode não significar uma nova aquisição para a sua empresa. O descontentamento com o dano ou



A reparação e a modernização são soluções que podem aumentar as hipóteses de fidelizar o cliente



desatualização do produto, pode levar o cliente a um concorrente, existindo a possibilidade de quebrar a relação de confiança construída até aí.

Em contrapartida, as soluções de reparação e modernização, aumentam a fidelização de clientes e criam uma fonte de receita alternativa às vendas. São também uma forma eficaz para recuperar matéria-prima, que pode ser novamente introduzida nos ciclos produtivos, reduzindo os custos de produção e os impactos ambientais produzidos pela empresa, direta e indiretamente.

Como referido, o grande desafio na introdução deste tipo soluções, passa por assegurar que estes foram pensados de base, por forma a facilmente poderem ser reparados ou modernizados, se necessário. Em produtos de elevada complexidade, a existência de fichas técnicas que identifiquem os componentes e forma como devem ser desmontados, pode ser aconselhável, de modo a facilitar o trabalho das unidades de reparação /modernização. Pensar as linhas de produtos, de modo a que estas possam utilizar os mesmos recursos de base, também facilita a adoção destes modelos. É também importante criar soluções de modo a evitar que estas entrem em concorrência com os produtos que comercializa. Estas devem funcionar enquanto complemento que agrega valor à sua oferta e não o contrário.

Aliando esta solução ao produto enquanto serviço, a empresa pode inclusive disponibilizar soluções para que o cliente possa ir atualizando o seu produto, com uma determinada regularidade. Recorde-se que sempre que um produto seu é descartado, nesse momento perdese também todo o esforço que a sua empresa depositou no mesmo e cria-se mais um potencial problema associado à gestão desse resíduo.

Reflita sobre as seguintes questões: quando os produtos que comercializa avariam, o que acontece aos mesmos? Existem soluções externas de reparação? Qual é a procura por essas

#### Caso de estudo: SunnyStars



A *SunnyStars* é uma empresa que comercializa óculos de sol e que aposta em produtos de alta qualidade. A empresa compreendeu que o seu público-alvo procurava cada vez mais soluções ambientalmente sustentáveis. Para dar resposta a esta demanda, a empresa criou duas soluções: *A SunnyStars Repair*, que possibilita que os clientes possam substituir peças danificadas como lentes riscadas, hastes partidas, etc.. Esta solução foi muito bem aceite, pois muitas linhas da marca são de edição limitada e muito apreciadas pelos clientes e assim estes tiveram a oportunidade de recuperar os seus óculos danificados, mesmo quando estes eram de edições que já não estavam à venda. A segunda solução foi a *My SunnyStars Mood*, uma solução que permite que o cliente atualize apenas a armação, com uma determinada regularidade. Para isso o cliente paga uma assinatura e consoante a regularidade contratualizada, o cliente pode ir à loja para atualizar a armação, para a cor da sua preferência. As armações deixadas na loja são novamente colocadas no mercado, após a manutenção e limpeza das mesmas.

Nota: Todos os casos de estudo apresentados são fictícios, tendo sido criados por forma a exemplificar como uma empresa pode beneficiar das propostas da Economia Circular.



soluções? Se oferecesse estas soluções diretamente através da sua empresa, qual era o valor que as mesmas significariam para o negócio e para os clientes? Até que ponto os seus produtos podem ser modernizados? Que impactos existiriam para o negócio, o repensar o design dos seus produtos de modo a introduzir estas ofertas?

Caso este tipo de solução não se aplique aos produtos que comercializa atualmente, pense de que forma a introdução de uma solução deste género poderia ser uma ferramenta para promover o crescimento do seu negócio.



## Remanufactura e Restauro

Numa época onde a escassez dos recursos é um problema e um risco cada vez mais presente no diaa-dia das organizações, a remanufactura e o restauro apresentam-se como solução viáveis e interessantes do ponto vista económico e financeiro.

A remanufactura já foi um conceito mencionado algumas vezes ao longo deste manual. É um processo industrial que segue métodos rigorosos e estandardizados e que tem na sua base a utilização de materiais maioritariamente originários de antigos produtos que foram desconstruídos, de modo a que as suas peças pudessem ser utilizadas para novos fins. Distinguese da fabricação regular pois esta utiliza matérias-primas "virgens", extraídas da natureza, o que leva a que este processo implique uma maior utilização de recursos na sua conceção, nomeadamente energia, água, combustíveis e mão-de-obra. O facto de a remanufactura reutilizar as matérias-primas, leva a que este processo seja mais sustentável, quer do ponto de vista financeiro quer do ponto de vista ambiental. Adicionalmente, a remanufactura é um processo atrativo do ponto de vista empresarial, pois o facto de ser um processo metódico e mecanizado, garante níveis de qualidade consistentes e idênticos ao que aconteceria no processo de fabricação. De facto, dos processos de recuperação dos nutrientes técnicos da Economia Circular, a remanufactura é o único que assegura este nível de coerência no resultado final, o que permite que os produtos finais, possam ser comparados aos produtos fabricados com recursos extraídos da natureza.

Por outro lado, o restauro já é um processo que não segue um modelo de produção pré-definido, sendo que neste caso o resultado final pode ser personalizado de acordo o gosto pessoal do seu destinatário. O processo de restauro ainda é comum em alguns casos como o exemplo dos móveis e artigos de decoração. Porém, nem sempre é uma opção viável, pois o seu custo, em alguns casos, aproxima-se do preço de aquisição de um produto novo e o seu nível de qualidade pode ser subjetivo e dependente do gosto pessoal de cada um. Esta situação deve-se muitas vezes ao facto deste processo ser pouco mecanizado e com uma elevada necessidade de intervenção



Remanufactura e restauro: duas soluções interessantes do ponto de vista financeiro e ambiental

humana. Mesmo assim, ainda é uma solução que pode fazer sentido para empresas focadas em segmentos *premium*, onde a exclusividade e a possibilidade de personalização são fatores muitas vezes apreciados.

Numa época onde a escassez dos recursos é um problema e um risco cada vez mais presente no dia-adia das organizações, a remanufactura e o restauro



apresentam-se como solução viáveis e interessantes do ponto vista económico e financeiro, sendo que a escolha por qualquer uma das opções, deve ter por base uma análise da adequabilidade destes processos à realidade do negócio.

Sendo um processo industrial e que deve assegurar padrões e níveis de qualidade elevados e constantes, a remanufactura apresenta alguns desafios na sua implementação. Em primeira instância há uma necessidade de implementar métodos de recuperação dos produtos que irão ser novamente desconstruídos e utilizados enquanto matéria-prima, sendo que cada empresa deve analisar os canais e mecanismos mais eficazes para este efeito. Existe igualmente a necessidade de garantir que os produtos sejam desenhados com esse fim logo à partida, por forma a garantir que o processo de desmontagem seja simples e que garanta que a integridade dos componentes não seja colocada em causa, sendo que no caso de alguns materiais, ainda poderá ser um processo desafiante.

Adicionalmente, estas atualizações no design do produto não devem colocar em causa a qualidade, funcionalidade e durabilidade do produto final. De modo a estudar como poderá por em prática estes modelos, analise as seguintes questões:

O design dos produtos que atualmente comercializa, permite que consiga desmontá-los e utilizar os componentes num processo de remanufactura? Que componentes é que atualmente não consegue reutilizar? De que forma poderia atualizar o design do seu produto, de modo a facilitar este processo? Que mecanismos poderia introduzir de modo a recuperar os produtos, quando os mesmos deixam de ser utilizados? Que custo esse processo teria? Que custos conseguiria evitar com a adoção deste modelo? Considerando o seu público-alvo e estratégia, o restauro poderá ser uma alternativa viável? Que custo implicaria? Que fatores poderão tornar as peças restauradas atrativas para o público-alvo?



#### Caso de estudo: Economias

A Economias é uma empresa que comercializa material de economato diverso, como canetas, tesouras, x-atos, clipes, entre outros materiais. A empresa decidiu começar a remanufacturar os seus produtos, de modo a tornar a sua organização mais sustentável. Para este efeito a empresa desenvolveu um pequeno contentor, que é entregue ao cliente na primeira encomenda e onde este pode depositar os materiais danificados ou gastos, existindo uma etiqueta no contentor com a lista dos materiais que podem ser depositados. A cada nova entrega de material, o estafeta recolhe também o contentor e deixa um vazio. Os materiais são enviados para a fabrica da empresa, onde são preparados para serem novamente utlizados para produção de novos produtos.

Nota: Todos os casos de estudo apresentados são fictícios, tendo sido criados por forma a exemplificar como uma empresa pode beneficiar das propostas da Economia Circular.



## Reduzir, Reutilizar e Reciclar

Uma postura consciente e responsável do ponto de vista ambiental e social e, quando bem comunicada, para além dos benefícios que promove para as comunidades, pode resultar também num aumento do valor da marca.

Os 3 R's constituem um conjunto de princípios que, quando implementados, permitem uma postura crescentemente mais sustentável, através de medidas relativamente simples. O princípio REDUZIR envolve uma análise de todo o modelo de negócio, de modo a detetar as possíveis oportunidades para reduzir a utilização de recursos e por conseguinte conseguir uma otimização dos processos. Esta redução pode ser conseguida através de várias formas: Através da inovação no design de produto, não só poderemos conseguir reduzir e minimizar as necessidades de recursos necessários na sua produção (matérias-primas, água, energia, etc.), como poderemos inclusive tornar a logística mais eficaz, conseguindo por exemplo reduzir o espaço necessário para armazenamento e transporte. A redução pode também ser conseguida através da inovação dos processos, como através da digitalização crescente, adoção de sistemas paper free, otimização de rotas, limitação de horas extras, etc. Existem algumas medidas que têm sido já amplamente divulgadas, como a aplicação de medidas para eficiência energética, que incluem ações como a utilização de lâmpadas LED, implementação de painéis solares, utilização de vidros duplos, colocação de secretárias em locais com boa fonte de luz natural, sensibilização para poupança de energia, etc. Outra medida que pode ter um elevado impacto é a escolha dos locais das instalações da empresa. Uma escolha inteligente permite não só rotas otimizadas, como a escolha de locais com fácil acesso a transportes coletivos, permite que os colaboradores optem mais facilmente por estas alternativas, o que pode inclusive aumentar os seus níveis de satisfação.



Os 3 R's: Reduzir, Reutilizar e Reciclar

O principio da REUTILIZAÇÃO pode ser aplicado em várias vertentes da empresa. Em primeiro lugar, quando equipa um espaço da sua empresa, pode sempre avaliar as opções que existem em segunda mão. Em alguns casos, podem existir opções igualmente viáveis, a um custo mais baixo. Por outro lado, deve analisar a possibilidade de reutilizar os componentes dos produtos que comercializa, seja através de um processo de remanufactura ou de restauro.



Antes de adquirir um novo equipamento ou produto para a sua empresa, equacione a possibilidade de reparar o mesmo e avalie os prós e contras.

# Aadoção de medidas para reduzir, reutilizar e reciclar, permitemàs empresas poupanças acentuadas e novas formas de rendimento, enquanto tornama empresa mais competitiva.

Por fim, e sempre que a possibilidade de reutilizar não seja viável, RECICLE sempre que exista esta alternativa. É importante manter em mente que "o lixo de uns, são os tesouros de outros" e para além de ser uma medida ecológica, pode, em certos casos, compensar financeiramente. Envolva-se com as organizações da sua região responsáveis pela reciclagem e pela promoção da Economia Circular e avalie as melhores formas de reciclar cada produto. Atualmente já é possível vender vários facilmente materiais, produtos equipamentos como papel, material informático, mobiliário, veículos, etc.

Mesmo não existindo forma de rentabilizar os resíduos da sua empresa, promova a separação do lixo e incentive a sua equipa a apostar nesta e em outras posturas sustentáveis, através de pequenas medidas criativas.

Por fim, não se esqueça de comunicar os resultados das estratégias para Reduzir, Reutilizar e Reciclar implementadas na sua empresa. Controle os impactos das medidas adotadas e divulgue as ações e os resultados conseguidos, para que os seus colaboradores, clientes, fornecedores e outras partes interessadas, possam se sentir identificados e inspirados pelas ações da sua empresa. Uma postura consciente e responsável do ponto de vista ambiental e social, quando bem comunicada para além dos benefícios

Caso de estudo: Bellitas Makeup

A empresa *Bellitas Makeup* é uma empresa de maquilhagem, com diversas lojas abertas ao público. A empresa decidiu começar a aplicar os 3 R's de modo a reduzir o impacto ambiental gerado pela mesma. Após um estudo ao ciclo de vida dos seus produtos, a empresa chegou as seguintes conclusões:

Compreendeu que as caixas onde os seus produtos vinham embalados, não tinham qualquer utilidade para o cliente, pois o mesmo deitava-as fora após a compra do produto. Neste sentido, a empresa desenvolveu expositores que permitiam encaixar os produtos e assim transporta-los e expô-los nas lojas. A grande vantagem destes expositores é que estes podem ser reutilizados diversas vezes.

Nos escritórios, onde as operações da marca são controladas, detetou-se que existia um grande gasto em papel. De modo a reduzir as impressões desnecessárias, a empresa avaliou as necessidades médias necessárias por departamento e definiu objetivos anuais, que foram reduzindo anualmente. As equipas que alcançaram os objetivos, tiveram acesso a um prémio anual. Para apoiar na transição, a empresa analisou as soluções digitais que poderiam apoiar nesta redução e desenvolveu formações sobre ferramentas as implementadas. Adicionalmente a empresa estabeleceu uma parceria com uma empresa de papel reciclado, a quem passou a entregar as resmas de papel que já não tinham utilidade. Ambas as partes acordaram um valor, por cada tonelada de papel entregue.

Nota: Todos os casos de estudo apresentados são fictícios, tendo sido criados por forma a exemplificar como uma empresa pode beneficiar das propostas da Economia Circular.

quando bem comunicada, para além dos benefícios que promove para as comunidades, pode resultar também num aumento do valor da marca.

Para promover a reflexão, ficam aqui algumas questões:



- 1) Que resíduos é que a minha empresa produz? Existem empresas que utilizam esses recursos na sua produção?
- 2) Nas aquisições que realizo, que produtos eu poderia avaliar a aquisição de um produto usado? Que poupanças conseguiria?
- 3) A minha empresa faz separação de lixo? Como poderia incentivar as equipas a fazer esta separação? Que projetos locais existem para dar uma nova vida a resíduos?
- 4) Que redes locais existem para promover a Economia Circular? Que oportunidades existem nestas redes?



## Eco-Inovação

Ao longo deste manual, abordámos de uma forma introdutória, algumas das principais oportunidades de inovação para os pequenos negócios, dentro da Economia Circular. O objetivo dos temas explorados foi gerar no leitor um processo de reflexão que possa dar origem a novas ideias, de modo a acompanhar as tendências de mercado, de uma forma consciente, ambientalmente e socialmente responsável. Contudo, a adoção de qualquer um dos modelos falados, deve ser acompanhado de um estudo de mercado e de viabilidade, que permita avaliar os prós e contras do investimento. De modo a viabilizar eventuais ideias que tenham surgindo ao longo da leitura do atual manual, aconselhamos que siga o seguinte processo:



Seja criativo e promova a inovação como forma de tornar a sua empresa mais competitiva e sustentável.

- 1) Analise o modelo de negócios da sua empresa e os seus impactos: de modo a compreender de forma clara os impactos gerados pela sua empresa, torna-se essencial mapear o ciclo de vida do(s) seu(s) produto(s) ou serviço(s). Isto é, deve identificar as várias atividades, recursos, desperdícios e os seus respetivos impactos, desde a fase da extração da matéria-prima, até ao descarte por parte do cliente dos produtos ou resultados (relatórios, *branding*, documentos, etc.) fornecidos pela sua empresa. Para conseguir ter uma visão holística de todas as fases, torna-se uma mais-valia incluir neste estudo as várias partes envolvidas no processo, como colaboradores, fornecedores, parceiros e clientes. Com esta análise irá conseguir identificar as atividades com impactos mais críticos e que poderão gerar novas oportunidades.
- 2) Identifique oportunidades: investigue sobre as principais tendências de mercado e inovações que podem influenciar o seu sector. Compare a sua atual estratégia com a estratégia dos seus concorrentes. Analise as estratégias que os seus concorrentes têm utilizado para resolver os impactos negativos que identificou na sua atividade. Estude soluções que tenham sido desenvolvidas globalmente para resolver essas questões. Promova o dialogo e as parcerias com entidades focadas na investigação, como as Universidades, de modo a estudar novas soluções inovadoras. O seu problema pode despertar o interesse de estudantes que estejam a desenvolver trabalhos de investigação.



- 3) Estude a viabilidade das oportunidades: realize estudos de mercado de modo a compreender se as soluções que encontrou, são cativantes para o mercado. Avalie a viabilidade financeira dos investimentos a realizar. Reflita sobre a sua estratégia e modelo de negócio e analise os impactos que a implementação das medidas que identificou têm nos mesmo, de modo a poder realizar as atualizações necessárias.
- 4) Desenvolva um plano de ação realista: defina o cronograma do projeto, a equipa e as suas funções, as atividades a desenvolver, os recursos necessários e os resultados esperados. Analise igualmente os principais riscos dos projetos e reflita sobre as estratégias a desenvolver por forma a minimizar os impactos dos mesmos, caso se apliquem.



Defina os principais objetivos e indicadores do projeto e avalieos regularmente.

- 5) Desenvolva mecanismos e indicadores para avaliar o sucesso do projeto: para conseguir compreender se os resultados se encontram alinhados com o seu plano, deve definir quais são os principais indicadores do projeto e a regularidade com que estes devem ser medidos. Caso existam desvios entre o planeado e o executado, identifique as razões que levaram a essas situações e estabeleça estratégias para mitigar os riscos.
- 6) Comunique: apesar de estar em último lugar, a estratégia de comunicação deve acompanhar todo o processo. Ao nível interno, torna-se relevante dar a conhecer à sua equipa, que a empresa pretende desenvolver estratégias para tornar o negócio mais sustentável e, sempre que possível, deve promover regularmente um dialogo aberto sobre os projetos a desenvolver. Como referido, incluir pessoas que representem as várias partes interessadas neste processo (clientes, fornecedores, parceiros, etc.), também é uma mais valia, pois torna a visão mais ampla. Controle os impactos positivos e inovações desenvolvidas e comunique-os de modo a que a comunidade possa estar informada sobre a postura inovadora, consciente e responsável da sua empresa.



O ser humano é o único ser vivo que produz lixo e que impacta negativamente nos sistemas da terra. Segundo o estudo realizado pela World Wide Fund for Nature, (WWF, 2018) ocorreu uma redução de 60% das espécies selvagens entre 1970 e 2014. Os nossos oceanos têm sido invadidos pelos plásticos que utilizamos e só a ilha de plástico do pacífico tem uma dimensão superior a 17 vezes o tamanho de Portugal. É tempo de agirmos em prol do planeta, de modo a revertermos todos os estragos que temos gerado, em detrimento de um crescimento destruidor e desproporcional. As condições estão reunidas: existe uma preocupação crescente em adotar uma postura ecológica e os consumidores começam cada vez mais a optar por adquirir soluções ambientalmente e socialmente responsáveis. A aposta numa postura consciente e ecológica passou de uma opção, para a única opção possível. Cada vez mais, os fatores externos irão favorecer as empresas que implementem a Economia Circular, o que a médio prazo, irá deixar as empresas que não acompanhem esta tendência para trás. Felizmente, a informação e as ferramentas de fontes credíveis para facilitar esta transição são mais abundantes que nunca, sendo muitas destas, de acesso aberto. Atualmente, a mudança para uma postura mais impactante positivamente, ao invés de negativamente, está ao alcance de todos, sendo o fator mais importante para se iniciar, a vontade de fazer a diferença. A **BeeCircular** está comprometida em apoiar esta transição, em particular nos pequenos negócios.

Junte-se a nós e venha connosco criar a melhor versão do Futuro!





# Venha socializar connosco!









#### Mariana Pinto e Costa

Coordenadora de Projetos

beecircular.geral@gmail.com

+351 96 398 38 93

www.beecircular.org



@BeeCircular



<u>@Beecircular.mag</u>







Damos mais vida ao seu negócio

Juntos criamos a melhor versão do futuro

