



RE
VISÃ
205



WEBSÉRIE

PLANEJANDO
O BRASIL
PÓS-PANDEMIA

**Economia
Circular**

Julho de 2020



cebds

PALES TRAN TES



Rodrigo Santiago
diretor de Relações Institucionais da Michelin



Lea Gejer
fundadora da Ideia Circular



Mike Oliveira
coordenador de Iniciativas Sistêmicas
para a América Latina da Fundação
Ellen MacArthur



Richard Lee
head de Sustentabilidade
da Cervejaria Ambev



Fabiana Quiroga
diretora de Reciclagem
e Plataforma Wecycle
da Braskem.



MODERADOR
Ricardo Pereira
diretor de Desenvolvimento
Técnico do CEBDS



Atualmente o mundo é apenas **8,6% circular** (Circle Economy, 2020).

A economia global consome **100 bilhões de toneladas** de materiais, por ano (Circle Economy, 2020).

Se não fizermos nada para transformar o sistema de produção linear, em 2050 teremos **mais plástico do que peixes** no oceano (Fundação Ellen MacArthur, 2016).

76,4% das empresas já desenvolvem ações relacionadas à economia circular. Entretanto, 70% não sabem que essas iniciativas se enquadram nesse conceito (CNI, 2019).

1 milhão de pessoas sobrevivem da coleta de materiais recicláveis, sendo responsável pela coleta de 90% de tudo que é reciclado no país. (MNCR - Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis, 2019).

Calcula-se que existam cerca de **800 mil catadores e catadoras** em atividade, sendo a maior parte composta por mulheres, cerca de 70% da categoria (MNCR, 2019).

✓ **Investimento contínuo** em infraestrutura, inovação, educação, coleta/destinação correta de resíduos.

✓ **Desenvolvimento tecnológico.**

✓ Alinhamento de conceitos sobre **economia circular.**

✓ **Colaboração multissetorial** entre a indústria e, também com o governo e o consumidor final.

✓ **Design circular** de produtos e processos.



» **Inovação** no âmbito do modelo de negócios (Ex.: oferta de produtos como serviços).

» **Aumentar a ambição:** trazendo a economia circular para o centro de tomada de decisão dos negócios.

» **Mentalidade orientada** ao longo prazo para metas e avaliação de resultados.

» **Transformação das relações** entre cliente e empresa.

» **Novos hábitos de consumo** para superar as atuais barreiras de conveniência e o preço para valorizar soluções sustentáveis.

» Natureza como fonte de **inspiração e desenvolvimento** da bioeconomia no Brasil.

» **Políticas públicas e reforma** arcabouço fiscal com foco na desoneração de ações circulares.

Oferecer soluções sustentáveis, repensando o propósito a proposta de valor da atuação da companhia.

Apoiar a cadeia de valor para realizar análises de ciclo de vida.

Promover ações para engajamento do consumidor, tanto no uso consciente, quanto no descarte adequado.

Co-investir e co-acelerar **soluções para economia circular.**

Oferecer propostas que façam sentido e atendam o interesse do consumidor para que **perceba valor na lógica circular** para além de sua própria comodidade.

Assumir papel de empresa cidadã e desfazer falsos debates e conceitos erráticos, como um suposto conflito entre preservação ambiental e desenvolvimento econômico.

CONEXÃO COM OUTROS TEMAS DA VISÃO 2050: PESSOAS, FINANÇAS, ALIMENTOS, ENERGIA, CIDADES.

FACTSHEET ECONOMIA CIRCULAR

Como as empresas podem reorientar os seus negócios para torná-los circulares, atendendo às necessidades das pessoas sem esgotar os recursos planetários?



"Quando pensamos em economia circular, pensamos necessariamente em inovação. Existem grandes variedades de estratégias, design de produtos e modelos de negócios, que uma empresa pode adotar a partir dos três princípios básicos de uma economia circular: eliminar resíduos e poluição, ou seja, conceber esses produtos e modelos de entrega de forma que não haja desperdício; manter os produtos circulando em alto valor; e regenerar ecossistemas vivos."

Mike Oliveira, coordenador de Iniciativas Sistêmicas para a América Latina da Fundação Ellen MacArthur

"A principal ferramenta para a economia circular é o design. Não só o design como exercício de projeto, mas o design como desígnio e intenção. A economia circular é uma grande oportunidade de reinventar tudo. Sabendo onde querem chegar, as empresas podem criar sistemas muito mais efetivos, de minimização do uso de recursos e mitigação de danos."

Lea Gejer, fundadora da Ideia Circular

"A linguagem empresarial é uma eterna busca de eficiência, tanto no uso dos insumos, quanto no próprio uso do produto ou do serviço. E pensando sempre neste futuro: como encaixar nas cadeias os produtos ao fim de sua vida útil. Portanto, (...) o ideal é buscar onde você quer atuar, qual o seu propósito, qual o valor que você quer entregar e se sua entrega será feita da maneira mais eficiente."

Rodrigo Santiago, diretor de Relações Institucionais da Michelin

"Procuramos olhar sob três óticas: a primeira é dentro de casa, ou seja, a economia e a eficiência de processos, ou seja, como gerar menos resíduos, emitir menos CO2, contratar mais energia renovável, etc. A segunda ótica é como oferecer soluções sustentáveis, olhando o aspecto do design junto com os clientes. E a terceira é colaboração entre a indústria, com o governo e o consumidor final."

Fabiana Quiroga, diretora de Reciclagem e Plataforma Wecycle da Braskem

"Empresas em geral tendem a ser cobradas por resultados de curto e médio prazo. Quando falamos de longo prazo estamos falando de 10 anos, o que também talvez não seja um tempo ideal. Isso leva a uma tomada de decisões não alinhada ao modelo circular, mas sim ao prolongamento de um modelo linear. Empresas que querem liderar esse movimento, deveriam ter um *mindset* voltado para um prazo mais longo."

Richard Lee, head de Sustentabilidade da Cervejaria Ambev



Quais as principais transformações sistêmicas que precisam acontecer até 2030 para se chegar a essa visão 2050?

O que alavanca e quais são as principais barreiras?

"Uma das grandes alavancas da economia circular tem que ter foco nas políticas públicas. E não se trata apenas de ter uma lei sobre como tratar os resíduos, precisamos repensar também o arcabouço fiscal. Estamos falando muito de reforma tributária agora, mas falar nisso sem pensar em economia circular, ou no desenvolvimento sustentável, pode fazer com que nos amarramos a nós que não vamos conseguir desatar a curto e médio prazo."

Rodrigo Santiago, diretor de Relações Institucionais da Michelin

"A primeira coisa é elevar a ambição. Muitos estão falando no novo normal, mas se quisermos que a economia prospere, a longo prazo, com benefícios para os negócios, pessoas, e meio ambiente, a economia circular tem que se tornar o novo normal. Para isso, precisamos inovar em uma velocidade e escala sem precedentes, o que não estamos fazendo hoje."

Mike Oliveira, coordenador de Iniciativas Sistêmicas para a América Latina da Fundação Ellen MacArthur

"Um elemento que viabilizou as mudanças de maneira muito rápida e pode ser importante para promover a economia circular é ser capaz de oferecer proposta que faça sentido e atenda o interesse do consumidor. Ele tem que ser envolvido e ver vantagem no produto ou serviço dentro dessa lógica circular. Tem que ver valor para além de sua própria comodidade."

Richard Lee, head de Sustentabilidade da Cervejaria Ambev

"Para conseguirmos alcançar nossos objetivos, a mudança tem que acontecer dentro desses três elos: o governo com políticas públicas; a indústria com inovação e desenvolvimento de novas soluções; e o consumidor que tem que ter mudança de comportamento, tanto no consumo consciente quanto na valorização."

Fabiana Quiroga, diretora de Reciclagem e Plataforma Wecycle da Braskem

"Temos que pensar não mais num círculo, mas pensar em figura de espiral, com cada um fazendo um pedaço. É uma mudança geral. Cada um coloca um pouco do que está fazendo, para a espiral ir crescendo, para subirmos aos poucos e chegarmos não só a economia circular, mas em um conceito de sistema regenerativo."

Lea Gejer, fundadora da Ideia Circular





Qual é sua visão de futuro para a economia circular em 2050. Quais são os elementos viabilizadores para se chegar lá?



INOVAÇÃO



“Precisamos inovar e buscar mais tecnologia. E as empresas não precisam fazer isso sozinhas. Se todo mundo se fechar em si, buscando o mesmo objetivo, tem uma grande chance de ter recursos desperdiçados. Se a gente junta empresas com o mesmo interesse e começa a co-existir, co-investir e co-acelerar, a gente encontra soluções mais rapidamente.”

Richard Lee, head de Sustentabilidade da Cervejaria Ambev.

“Inovação é chave. No caminho de inovação também vamos endereçar grandes preocupações da humanidade, como destinação de resíduos, escassez de recursos, e a própria emissão de CO2. Além de inovar em modelos, tem uma questão de tecnologia: como empresas investem em *startups*, em inovação para trazer novas ideias e novas soluções? Esse é um ponto interessante para chegar em 2050 tendo um desenvolvimento tecnológico.”

Fabiana Quiroga, diretora de Reciclagem e Plataforma Wecycle da Braskem.

A economia circular pode ser chave para alcançar a solução para mudança climática, e oferecer uma abordagem mais prática para endereçar esse desafio do plástico e os processos de urbanização, por exemplo. As cidades são pontos cruciais para economia circular.”

Mike Oliveira, coordenador de Iniciativas Sistêmicas para a América Latina da Fundação Ellen MacArthur.

“Para 2050, temos duas economias circulares. A primeira é a que está acontecendo na União Europeia, com políticas públicas e envolvendo a academia, vários setores. Isso traz visão bem efetiva de onde eles querem chegar, facilitando o desenvolvimento estratégico e a tomada de decisão. A outra, mais desafiadora, é o que vai ser da economia circular nos países em desenvolvimento. Não precisa recriar a roda, pode usar muito do arcabouço que está sendo desenvolvido na Europa, mas temos que refletir de que forma vai funcionar aqui. O design é a principal ferramenta para incluir as dificuldades que vamos ter que enfrentar e se atentar aqui, com suas peculiaridades nesta transição.”

Lea Gejer, fundadora da Ideia Circular.

“Ecologia e Economia partem da mesma raiz que é Oikos – casa. Ecologia é o estudo da casa e Economia é a gestão da casa. Estamos falando da mesma coisa. A partir dessa visão comum de futuro, diversa, solidária e colaborativa, na qual os CPFs vão querer se engajar com o futuro, podemos ter nas organizações um real dinamismo de mudança.”

Rodrigo Santiago, diretor de Relações Institucionais da Michelin.

Diante de eventos como a Covid-19, que podem se tornar mais frequentes, como as empresas devem adaptar-se na transição para a economia circular, tornando-se mais resilientes diante deste maior grau de imprevisibilidade?

“O que a gente espera do futuro é que as indústrias não se vejam apenas como competidores, mas sim que possam colaborar com o mesmo propósito para implementar e tornar realidade a economia circular. É importante que as empresas tenham o mesmo propósito, porque diante de eventos disruptivos como a pandemia, facilita muito se houver essa integração.”

Fabiana Quiroga, diretora de Reciclagem e Plataforma Wecycle da Braskem

“Precisamos entender que somos de fato integrantes dessa natureza e que estamos falando de uma coisa só que é o nosso Planeta. Essa suspensão do modo habitual da nossa rotina é uma oportunidade para redefinir nossos valores e nos planejar para novos desafios. Vamos redesenhar intencionalmente os materiais, os produtos, os edifícios, as cidades. Não se pode olhar mais para a natureza mais como artefato puro de exploração. Tem que se inspirar nela, e no melhor que ela pode dar para a gente, para que a gente consiga de fato ser ser disruptivo. Natureza é resiliente, regenerativa e abundante. Nossa sociedade também pode ser.”

Lea Gejer, fundadora da Ideia Circular

“Se a gente entende que o esforço é em cadeia, e não existe só uma empresa que consegue fazer tudo sozinha, blindar os elos, sobretudo ao longo da cadeia é muito importante. E outro ponto, falando sobre como podemos ficar mais imunes, versus esses eventos que devem acontecer com mais frequência, trata de um *mindset* da própria empresa. Se a transição para uma economia circular não for um valor, uma premissa, algo tão basal como a gestão das vendas, ou do RH da empresa, se não for encarado como algo do dia-a-dia da empresa e for visto como acessório, a tendência é de que, em épocas como a que vivemos, é um investimento que será congelado”

Richard Lee, head de Sustentabilidade da Cervejaria Ambev

Natureza como fonte de inspiração e a questão da bioeconomia como um todo vai amadurecer muito no Brasil. O que a Covid nos trouxe foi um catalisador de tendências. Para isso, é importante repensar as cadeias de valor globais. A globalização é positiva e tem que continuar. Mas os seus aspectos têm que ser repensados a partir do que existe de cadeias prontas já no Brasil. Temos cadeias completas e isso nos oferece vantagens competitivas. Precisamos repensar a reinserção do Brasil nas cadeias de valor globais, valorizando nossos grandes assets.”

Rodrigo Santiago, diretor de Relações Institucionais da Michelin

“Longe de perder a força, a agenda da economia circular se mostrou mais importante durante a pandemia porque destacou-se a fragilidade do sistema linear, seja nas cadeias globais de abastecimento de equipamentos médicos ou de alimentos, seja na cadeia extrativa, que demonstrou alta volatilidade no mercado de commodities. Também verificamos valorização das cadeias locais, do comércio local, do pequeno produtor, da aquisição de produtos provenientes da agricultura perurbana, ecológicas e orgânicas. Vemos aí grande oportunidade para pequenas e médias empresas.”

Mike Oliveira, coordenador de Iniciativas Sistêmicas para a América Latina da Fundação Ellen MacArthur



PATROCÍNIO



VALE

APOIO



CRÉDITOS:

Presidente:
Marina Grossi

Diretor de Desenvolvimento Técnico:
Ricardo Pereira

Coordenação Técnica Economia Circular - CEBDS
Rebeca Orosco

Gestão do Projeto:
Luana Maia

Pesquisa e Desenvolvimento de Conteúdo:
Fabiola Ditomaso e Juliana
Lopes (PulsarCom).

Projeto Gráfico e Diagramação:
IG+ Comunicação Integrada