

Grandes empresas devem protagonizar o avanço da economia circular¹

Ana Moraes Coelho²

Beatriz Brandão³

Em aproximadamente 30 dias o Brasil sediará, de forma inédita, o Fórum Mundial de Economia Circular. O cenário internacional e nacional está favorável à agenda, que tem sido incorporada em mecanismos de autorregulação e regulação, a exemplo da recém-criada série de normas ISO 59000 e da Estratégia Nacional de Economia Circular, publicada no ano passado. No entanto, o escalonamento desse tema depende da coordenação articulada entre distintos atores da cadeia de valor, em que grandes empresas desempenham um papel central.

Um diagnóstico de sustentabilidade realizado pelo **Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (FGVces)** com 30 empresas de variados portes nos setores de telecomunicações e de energia renovável mostrou o papel estratégico que empresas-âncoras podem desempenhar no que tange à adoção de boas práticas ao longo das cadeias onde estão inseridas.

Em relação à **circularidade**, o diagnóstico revelou que, apesar de 73% das empresas respondentes estar familiarizadas com o conceito de Economia Circular, apenas 40% adota um plano com ações ou programas voltados a colocá-lo em prática; apenas 20% adota metas mensuráveis para acompanhar a evolução da agenda; e – o que talvez explique todos esses dados, ou pelo menos parte deles – somente 18% considera a Economia Circular uma pauta central da estratégia da empresa.

A **Economia Circular** pressupõe uma série de princípios, dentre eles o de visão sistêmica e integrada. Para pensar a transição de um modelo econômico linear – que, de maneira simples, adota uma lógica de “extrair-produzir-usar-descartar” – para um modelo circular da economia – que, em sentido oposto, busca maximizar o aproveitamento dos recursos já extraídos da natureza, precisaremos atuar de forma integrada. Assim, é importante compreender que há limites para o quanto uma empresa sozinha consegue avançar.

Certamente, é possível pensar no caso de uma empresa que adota uma tecnologia ou processo mais eficiente, maximizando a vida útil de um dado produto, por exemplo. No entanto, para a mudança estrutural de um modelo e lógica de produção e consumo para outro, a solução isolada não bastará. O avanço na transição para um modelo circular

¹ Artigo publicado em Valor Econômico. Disponível em:

<https://valor.globo.com/empresas/esg/artigo/grandes-empresas-devem-protagonizar-o-avanco-da-economia-circular.g.html> Acessado em 09.04.2025

² Coordenadora do Programa Sustentabilidade nas Cadeias de Valor do Centro de Estudos em Sustentabilidade da FGV.

³ Pesquisadora e gestora de projetos do Centro de Estudos em Sustentabilidade da FGV.

demanda soluções em cadeia, ou sistêmicas. Precisamos pensar em arranjos inter e intra setoriais, em que o resíduo de um ator pode ser a matéria-prima de outro. Ou onde o desafio de um ator é endereçado pela solução de um outro. E assim por diante.

Tal transição depende, em grande medida, da implementação da chamada “governança circular”. Essa governança pressupõe a complementariedade de papéis e saberes, a integração de diversos atores (empresas, governos, sociedade civil, academia) e o desenvolvimento de parcerias multissetoriais.

No que tange ao papel das **empresas** em particular, estas devem atuar na criação de mercado, no desenvolvimento de novas relações comerciais e – de suma importância para as grandes – na integração dos diferentes elos das cadeias que encabeçam ou ancoram.

O efeito cascata das grandes empresas

O diagnóstico de sustentabilidade mencionado revelou que as grandes empresas (âncoras) apresentam maior grau de maturidade na agenda da Economia Circular do que as empresas de micro, pequeno e médio porte de suas cadeias. Isso pode ser explicado pelo fato de que as grandes muitas vezes têm mais condições para estruturar programas voltados à agenda da sustentabilidade internamente, vez que possuem departamentos com profissionais dedicados ao desenvolvimento e comunicação sobre o tema, além de orçamento reservado para tanto. Essa disparidade também aponta para a oportunidade de as grandes empresas promoverem efeito cascata de seus altos desempenhos em práticas circulares para as empresas que fazem parte de suas cadeias, usando seu poder de influência para maior desenvolvimento da agenda.

Nós viajamos, nas últimas semanas, por vários polos **produtores de café no Brasil**. No Cerrado Mineiro, tivemos a chance de conhecer a COOCACER - Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado de Araguari, que possui mais de 4 mil cooperados. Suas instalações beneficiam anualmente 6 a 7 milhões de sacas de café. Todo o pó gerado do processamento retorna como insumo às fazendas produtoras. Encerramos a visita à COOCACER encantadas e nos perguntando quais os fatores que contribuíram para esse caso de referência de circularidade. Um elemento-chave, e central para a ideia de governança circular comentada, é a coordenação. Ou seja, o papel que a diretoria da cooperativa desempenha de coordenar os esforços junto aos produtores: de visualizar e sensibilizar quanto à oportunidade de transformar resíduo em recurso, de organizar a logística (um caminhão chega da fazenda à cooperativa com sacas de cafés e retorna com sacos de pó), de adotar programas de “lixo-zero” e tantas outras ações.

Há grandes oportunidades de as empresas-âncora utilizarem o seu poder de influência ao longo das cadeias, tanto à jusante, quanto à montante, para que a agenda seja alavancada. Para começar, essas empresas precisam incluir a Economia Circular nas discussões de estratégia do negócio (sem relegar a agenda a departamentos internos isolados). Isso, por sua vez, depende do engajamento da liderança, que é facilitado pelo acesso a conhecimento e informações sobre como a Economia Circular não só reduz custos e riscos operacionais e reputacionais, mas também abre mercados e gera oportunidades de negócio. Depois, o próximo passo envolve o engajamento e desenvolvimento dos fornecedores, em especial dos pequenos e médios, que muitas vezes precisam de apoio técnico ou financeiro para conseguir alavancar a agenda em seus negócios.

Por fim, às grandes empresas também caberá participar ativamente de ações de advocacy, que busquem fomentar um ambiente regulatório mais favorável a projetos, incentivos financeiros e outras práticas de circularidade no mercado. Embora difícil falar em “receita de bolo” ou “5 ações para”, já temos elementos para que empresas-âncora consigam exercer protagonismo na estrutura de governança necessária para alavancar a economia circular.