

Como contribuir para a economia e ambiente de uma só vez: a Economia Circular

21 de Setembro, 2015

Intriga-me a forma como as empresas escolhem quais as políticas a adotar. Desde a simples decisão de aceitarem que os funcionários usem calçado mais desportivo, a escolhas mais importantes como permitirem o trabalho remoto ou a utilização de dispositivos pessoais dentro da rede corporativa, todas as novas políticas envolvem uma análise prévia dos prós e contras antes de serem aplicadas. Apesar de existirem ainda forças de bloqueio que continuam a abrandar o ritmo de progresso de muitas empresas, tenho alguma dificuldade em perceber por que é que algumas políticas continuam a não ser amplamente adotadas. A Economia Circular é uma delas.

As empresas procuram frequentemente uma oportunidade de poderem contribuir de uma forma positiva para o ambiente e para a economia no geral. Não apenas pela boa reputação que este tipo de práticas pode gerar, mas essencialmente pelo facto de perceberem que ao não contribuírem, as companhias colocam em causa o seu próprio futuro. Uma economia saudável é aquela na qual os negócios podem crescer, mas a crescente escassez dos recursos do planeta é cada vez mais uma preocupação, não só para os habitantes, como para quem transforma estes recursos em lucro. Uma estratégia circular focada na regeneração promove uma redução das emissões de CO2, ajuda a criar mais postos de trabalho locais e a reutilizar recursos que seriam desperdiçados numa economia mais linear. Esta é uma política que permite às empresas contribuírem positivamente para a economia e para o ambiente. Parece lógico, não?

Aparentemente não. As melhores práticas da Economia Circular estão a ser adotadas a um ritmo muito lento pelas empresas. O problema é que nem tudo é tão fácil como parece no mundo empresarial. Orientar a estratégia para um novo modelo é, no mínimo assustador e no máximo um verdadeiro pesadelo para as pessoas que gerem a área financeira das empresas.

No entanto, aquelas que estão realmente preocupadas com esta mudança devem focar-se no impacto positivo que os benefícios a longo prazo terão nos seus negócios e nos seus clientes, ao nível das novas fontes de receita-a e da maior disponibilidade de produto, respetivamente.

Na verdade, a decisão de optar por uma abordagem “circular” não podia ser mais simples.

Juan Leal, General Manager da Lexmark Ibérica