

Já há um Guia de Boas Práticas de Economia Circular para o segmento casa

4 de Maio, 2021

A **APIMA** (Associação Portuguesa das Indústrias de Mobiliário e Afins) lançou, recentemente o [Guia de Boas Práticas de Economia Circular na Fileira Casa](#). Este é o primeiro documento setorial exclusivamente dedicado à temática da Economia Circular em Portugal.



O Guia de Boas Práticas consiste assim numa “ferramenta de transferência de conhecimento teórico e prático, sobre a necessária evolução do atual modelo de criação de valor linear para o modelo de criação de valor circular”. Em entrevista à Ambiente Magazine, **Gualter Morgado**, diretor executivo da APIMA, adianta que o documento inclui vários “exemplos de estratégias de economia circular adotadas por empresas do setor”, em Portugal e no estrangeiro, e inclui um “roteiro que permite que cada empresa possa efetuar a sua própria avaliação da situação atual e planear a sua transição para modelos de operação mais circulares”.

A APIMA, enquanto porta-voz dos interesses das empresas do mesmo, tem procurado atuar enquanto “agente de boas práticas”, fomentando a “adoção de modelos de negócio mais ágeis e resilientes”, permitindo “aumentar a competitividade” da Fileira Casa: “Com este Guia, procura-se dotar as empresas de mais conhecimento sobre o tema, permitindo-lhes tomar opções estratégicas mais informadas, seja em termos de modelos de negócio, impactos ambientais ou dinâmicas de cooperação”. Paralelamente, continua Gualter Morgado, esse conhecimento vai permitir que “as empresas comuniquem melhor algumas das suas boas práticas, algumas delas adotadas por questões de eficiência de recursos, mas que integram, intrinsecamente, o modelo de transição para uma economia circular”.

Com a realização deste trabalho é possível confirmar que muitas empresas do setor já incorporam nos seus processos diversas “medidas de circularidade”, muitas vezes associadas a “boas práticas de otimização”, que permitem “poupar recursos materiais e económicos”. De acordo com o Guia constata-se também que a “economia circular é muito mais do que reciclagem” e, que “em muitos casos já é prática corrente” em muitas empresas: “Acrescento a isto a importância de olhar a cadeia de valor como um todo, interdependente, e alinhar estratégias de atuação nesse sentido”. Isto é, “cada fase do processo produtivo pode e deve ser analisada em termos de economia circular, não apenas na reintegração dos *outputs* do fim de vida do produto, mas também, e fundamentalmente, a partir do primeiro momento da ideia de criação de um produto”. É por isso que o *ecodesign* (ou *design* com requisitos ambientais) assume um “papel crucial” em termos de economia circular: “Passa pela seleção de materiais mais sustentáveis, a extensão do tempo de vida dos produtos, aposta por exemplo na modularidade, ou na possibilidade de reparação e por fim tem a capacidade de os materiais serem reutilizados ou, não havendo outra

alternativa, reciclados”, destaca. Estas “inúmeras alternativas” implicam que os designers possuam “conhecimentos ambientais e um forte conhecimento técnico de produção”, para garantir a “exequibilidade em larga escala nas linhas de produção”, atenta.

Em paralelo, a vertente diretamente relacionada com o “mercado” e com as “novas necessidades e preferências dos consumidores” é algo que, segundo Gualter Morgado, também precisa de ser equacionado, seja através da “aposta em novos modelos de negócio (por exemplo, o aluguer ou leasing dos produtos)” ou algo como “reforçar a comunicação das boas práticas já adotadas” por muitas das empresas do setor: “Tornou-se evidente com o estudo que suportou este guia que muitas empresas adotam práticas que contribuem para a sustentabilidade, mas que não potenciam essa postura e essas práticas no *marketing* dos seus produtos ou das suas marcas”.

[blockquote style="2"]O objetivo da economia circular é criar valor, preservando os recursos[/blockquote]

A economia circular é uma “inevitabilidade” e poucas são as dúvidas acerca desta realidade: “Nem que seja pelo facto de vir a ser, num futuro próximo, o novo normal da economia das empresas – e aquelas que não compreenderem ou aceitarem isso ficaraõ certamente fora do mercado –, as políticas europeias estão totalmente orientadas para esse objetivo”. E isso é visível na importância que o tema tem no Pacto Ecológico Europeu, a par das políticas para o clima: “Aliaõ, para se alcançarem os objetivos da neutralidade carbónica seraõ necessário apostar fortemente na economia circular”. Para Gualter Morgado, os apoios às empresas vãõ depender cada vez mais do seu “desempenho ambiental” e da “demonstração do seu empenho” nas práticas que contribuam para a economia circular: “Na verdade as empresas soõ têm a ganhar com isso, porque o objetivo da economia circular é criar valor, preservando os recursos”.

Nestas matérias, a APIMA estaõ fortemente empenhada em ser “parte ativa” na integração destas “boas práticas no *modus operandi* dos seus associados” e “criar espaço para a investigação e inovação em temáticas ainda em fase de desenvolvimento”. Neste último aspeto, “podemos incluir situações como a pesquisa de soluções de embalagem mais sustentáveis – eventualmente com recurso a parcerias com universidades e centros de inovação- a criação de projetos piloto de plataformas de partilha de equipamentos e outros recursos, a participação em programas de formação de Ecodesign para designers e técnicos de produção e por ultimo a criação de dinâmicas periódicas ou fóruns de discussão com vista a um reforço de articulação entre os diversos *players*, para implementação de estratégias comuns para a economia circular (workshops, webinars etc.)”. A APIMA tem assim procurado “impulsionar estas práticas através da realização de webinários e workshops temáticos, em parceria com entidades especializadas”, refere o diretor executivo da APIMA, destacando que, em paralelo, foi ainda implementada uma “nova rubrica de *email marketing* e *social media* que procura destacar os casos de sucesso nesta área, impulsionando a adoção por outras entidades”.

Voltando ao estudo, Gualter Morgado destaca que os resultados são demonstrativos do empenho das empresas em termos de práticas atuais e,

também, dos planos que pretendem adotar no futuro. Atualmente, as estratégias mais adotadas pelas empresas assentam na “redução ao mínimo dos desperdícios no processo”, na “utilização de matérias-primas com certificação de sustentabilidade”, na “utilização de materiais reciclados”, na “aposta na reparação e recuperação dos produtos”, no “desenho para a modularidade dos produtos” e na “utilização do calor desperdiçado”. Por outro lado, as estratégias que as empresas, na generalidade, pretendem desenvolver envolvem “redesenhar os produtos para reduzir os resíduos a eles associados, alugar equipamentos fabris subutilizados noutras empresas, partilhar equipamentos subutilizados na própria empresa, trabalhar com a cadeia de abastecimento para reduzir os resíduos, remanufaturar alguns dos produtos e utilizar energia renovável”. Isto demonstra haver nas empresas uma “abertura para adotar novas estratégias no seu negócio”, visando uma “maior cooperação e uma maior eficiência na utilização dos recursos”, destaca. Ainda assim e, apesar dos resultados positivos, há ainda um “importante caminho a percorrer” para aproveitar todas as “oportunidades que a economia circular trará para a criação de valor” e para “melhorar a imagem das empresas junto dos clientes nacionais e internacionais”, atenta.

O Guia de Boas Práticas abrangue toda a Fileira Casa Portuguesa, com particular incidência nas empresas do setor do mobiliário, da iluminação e da tapeçaria. O estudo foi conduzido pela APIMA, em parceria com uma empresa de consultoria especializada.