



Circular Economy strategy FRAMEwork for sustainable SMEs

IO3: Guia de Implementação de Estratégias de Economia Circular

Isenção de responsabilidade:

Projeto n.º 2020-1-EL01-KA202-078870



Cofinanciado pelo
Programa Erasmus+
da União Europeia

O apoio da Comissão Europeia para a produção desta publicação não constitui um endosso aos conteúdos que refletem apenas as opiniões dos autores e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.



SIGMA



C. Cultura e organização

A cultura organizacional é definida como o conjunto de valores, atitudes, comportamentos e objetivos partilhados por uma empresa e pelos seus funcionários. É uma característica distintiva que é exibida na forma como os colegas interagem entre si, os valores que partilham e as decisões que tomam. A cultura de um ofício pode ser cultivada diretamente ou pode ser o resultado de decisões coletivas. A cultura organizacional é um elemento-chave que determina o sucesso de uma iniciativa de transformação. Assim, a transformação circular não pode ser bem-sucedida a menos que não seja acolhida pelas pessoas envolvidas. A cultura circular pode ser desenvolvida pela incorporação de princípios circulares na missão do ofício e pelo incentivo das pessoas à inovação circular. Foram identificadas as seguintes áreas como as mais críticas para a terceira dimensão de transformação:

- Visão
- Inovação
- Pessoas

Visão

A declaração de visão de uma empresa explica o que uma organização pretende atingir a longo prazo. Também descreve as principais características de como a empresa pretende atingir esses objetivos. O artesanato que visa a transformação circular deve estabelecer uma meta a longo prazo para alcançar a circularidade e declarar as principais conquistas. As principais conquistas seriam, por exemplo, obter produtos 100% circulares, reduzir os resíduos produzidos durante as operações para um limite especificado, etc. É claro que, uma vez definida a visão e sendo clara para todas as partes interessadas – clientes e funcionários –, a base da mudança foi consolidada.

Inovação

A mudança circular não pode ser realizada sem inovação. Por inovação, não se entende necessariamente a inovação tecnológica. Tecnologias disruptivas e avanços tecnológicos podem muito bem ser aceleradores de estratégias de EC, mas a inovação real vem de todos os métodos e ações que facilitam a circularidade num ofício. As soluções inovadoras podem derivar da substituição de produtos lineares por produtos circulares, produtos de construção que atendem a vários propósitos, reaproveitamento de resíduos, etc.. Incentivar a inovação é um aspeto muito importante da cultura de um ofício que visa a transformação circular.

Pessoas

As pessoas que trabalham no artesanato são as responsáveis por adotar, aplicar, promover e sugerir estratégias circulares num ofício. Portanto, para transformar a cultura do setor do artesanato e infundir a visão de uma economia circular no ADN das pessoas, este setor deve fornecer incentivos que encorajem o pensamento circular entre os seus pares. Além disso, um ofício pode inspirar as pessoas e ajudá-las a desenvolver a consciência circular, disponibilizando formação relacionada com a economia circular e a sustentabilidade.

Os processos de negócios envolvidos nas operações são os seguintes (Lacy et al., 2020):

- Recursos Humanos para construir estruturas de incentivo e desenvolver programas de gestão de mudanças e comunicação
- Marketing para comunicar a visão e a estratégia da empresa aos investidores/partes interessadas externas
- Projeto e desenvolvimento para adaptar processos e incluir a circularidade por forma a trazer a visão e princípios circulares para a empresa
- Financiamento para permitir o investimento em inovação