

NOVAS ECONOMIAS PAUTADAS NA SUSTENTABILIDADE

NEW ECONOMIES BASED ON SUSTAINABILITY

Areta Lúcia da Silva¹

Ewerton Lucas²

Rafael Bueno³

RESUMO

As diferentes vertentes que a administração vem adquirindo ao longo do tempo, baseada nas orientações de mercado, fizeram do modelo econômico linear o mais utilizado. Todavia, tal modelo está se tornando um entrave quando pensamos nos descartes de resíduos realizado de modo consciente e sustentável. O objetivo deste artigo foi demonstrar conceitos da economia circular e da logística verde, passando por ações que trazem a sustentabilidade, o lado social e ambiental aos modelos de negócio. O estudo foi feito através de uma revisão bibliográfica, onde se buscou demonstrar a importância do tema e sua relevância para o futuro, nos âmbitos social e ambiental para o mundo. Concluindo que há a necessidade de se buscar incentivos organizacionais para fomentar a sustentabilidade e uma nova maneira de pensar visando o social. Entretanto, a importância do consumidor na definição de diretrizes organizacionais voltadas para um bem social e a tríade sustentável, é o que faz com que empresas busquem práticas voltadas para a equidade social e justiça na área trabalhista, são as orientações de mercado que movem as cadeias produtivas mundiais.

Palavras-chave: Eras. Marketing. Trade-offs.

ABSTRACT

The different aspects that the administration has been acquiring over time, based on market orientations, have made the linear economic model the most used one. However, such model is becoming an obstacle it is considered waste disposal carried out in a conscious and sustainable way. This paper aimed to demonstrate concepts of the circular economy and green logistics, through actions that bring sustainability, the social and environmental side to business models. A bibliographic review was carried out, which sought to demonstrate the importance of the theme and its relevance for the future, in the social and environmental spheres for the world. Results show that it is ultimate to seek organizational incentives to foster sustainability and a new way of thinking aiming at the social. However, the importance of the consumer in defining organizational guidelines aimed at a social wealth and the sustainable triad, is what makes companies seek practices aimed at social equity and justice in the labor area. Market guidelines are the ones that move the world productive chains.

Keywords: Eras. Marketing. Trade-offs.

¹Estudante de CST em Gestão Empresarial, pela Faculdade de Tecnologia, FATEC Guarulhos.

²Estudante de CST em Marketing pela FAM, Pós-graduanda em Big Data, Intelligence Business e Inteligência Artificial, pela Faculdade Focus. E-mail: areta.lucia@gmail.com

³Estudante de CST em Gestão Empresarial. Pela Faculdade de Tecnologia FATEC Cruzeiro.

Professor da disciplina de Produção Animal e Projeto 3, da Faculdade de Tecnologia de Mogi das Cruzes, Fatec.

1 INTRODUÇÃO

A administração até chegar ao que conhecemos atualmente, dos conceitos convencionais aos diferenciados, passou por diferentes modificações ao longo da história. Allan, Roberto e Igari (2016) descrevem que no passado o modelo de produção comum era o artesanal que, por sua vez, era lento se considerarmos a produção em escala de uma fábrica. Posteriormente, veio a Revolução Industrial e reformulou todos esses processos permitindo a produção em larga escala.

Com o tempo surgiu a Administração Científica no começo do século XX, tendo como precursor Frederick W. Taylor (1856-1915), onde o foco era uma tentativa de eliminar o desperdício e, assim, elevar os índices de produtividade (CHIAVENATO, 2011). Juntamente com a teoria da administração científica e outras formas de se enxergar a administração, após este período, veio a visão de Henry Ford e a sua teoria de padronização, em seguida a de Henri Fayol (1841-1925) defendendo a teoria clássica e a divisão anatômica das empresas, até chegarmos ao modelo linear que conhecemos atualmente (CHIAVENATO, 2011).

Souza *et al.* (2018) citado por Lastres e Cassioalto (2003) fizeram um pequeno relato destas eras da administração, sendo a era clássica (1900-1950), pautada em sistemas de produção em massa, demonstrando estruturas descritas como “inchadas” passando pelo período de 1960-1990, onde os modelos de produção já se voltavam para uma cooperação e a eliminação de desperdícios.

Nos tempos contemporâneos, não tem como se dissertar sobre economia sem abordar a evolução do tema e os novos modelos econômicos que foram surgindo. Modelos estes que vêm conquistando cada vez mais espaço e modificando a maneira como o homem se vê na sociedade atual, que vem trazendo a nossa realidade à preocupação com o meio ambiente e os gargalos do modelo econômico linear, o mais utilizado desde a revolução industrial até os tempos atuais.

A utilização de novos modelos econômicos se trata de uma estratégica que aborda o conceito de competitividade para uma organização e pode ser descrito com uma junção de qualidade com custo aceitável e excelência em nível de serviço, e para alcançar tais requisitos há a necessidade de sempre se buscar por inovação, seja nos processos de produção, na aquisição de matéria-prima, na gestão e planejamento estratégico (VACCARO *et al.*, 2012 citado por PORTER, 1989; SCHUMPETER, 1985).

A consciência de que a economia linear não será viável para sempre, pois neste conceito, (o linear), as matérias-primas são finitas, obrigando o homem a pensar em novas formas de ter

lucro e ao mesmo tempo em que fomentar melhorias sociais, essa mesma visão é descrita no artigo de Corrêa (2020) ao abordar o uso de insumos, dos recursos naturais e da mão de obra.

As transformações sociais ocorridas nos últimos anos deram início ao empreendedorismo social, pautados nas eras do marketing 4.0 e 5.0, onde o produto não é mais o centro das atenções, e sim, o consumidor e a sociedade como um todo. Oliveira (2004) disserta alguns fatores sobre este tema, elencando em seu estudo as diversas formas de se conceituar o setor.

E neste contexto, em que a sociedade vem cada vez mais sendo a protagonista na economia, por orientação de mercado. Alguns grupos empresariais estão apostando na economia circular. Como uma forma de substituir a economia linear.

Para entender um pouco sobre a economia linear, Gonçalves e Barroso (2019) citado por Luz (2017) elencam as limitações deste tipo de economia, tais como: a durabilidade baixa dos seus produtos, pois são bens criados com uma vida útil curta, onde são descartados e substituídos por modelos mais modernos, ocasionando um aumento de consumo e conseqüentemente um aumento na produção e no descarte de resíduos, neste método, se extrai recursos que são as matérias-primas utilizadas (na maioria das vezes *commodities*), se produz (transforma em produto para a comercialização) e após o seu uso faz-se o descarte, e não se preocupa com o fim dos mesmos. Um modelo que gera uma maior competição por *commodities* e não leva em consideração que tais recursos são limitados (BERARDI; DIAS, 2018).

E esbarra em um dos maiores problemas atuais em escala mundial, quando falamos de globalização e de economia, a sustentabilidade nas práticas de consumo e na fabricação ganham notoriedade, e a vida útil e o descarte de produtos precisam ser repensados.

Para exemplificar um pouco da poluição causada pelo modelo linear de consumo, a Abrelpe (2021), associação que elabora estudos sobre o panorama dos resíduos sólidos no Brasil, relatou que só no ano de 2020 foi gerada cerca de 82,5 milhões de toneladas de resíduos, ou 225.965 toneladas diárias, onde em média cada brasileiro colaborou com 1,07 quilos de resíduo por dia (390 quilos por ano).

Ao analisarmos por região, temos a Sudeste representando 49,7% deste total, seguida pela região Sul com 10,8%, a região Nordeste 24,7%, Centro-Oeste 7,5% e por último a região Norte com 7,4%. Já quando elencamos a cobertura de coleta, em 2020 o Brasil alcançou 76,1 milhões de toneladas, uma cobertura de 92,2% do total (ABRELPE, 2021).

Em coleta seletiva 74,4 % do Brasil adota alguma prática relacionada, sendo a região Sul liderando com 91,2% seguida pela região Sudeste 90,6%. Dentre esse total de resíduos citados no texto, a Abrelpe (2021) relata a importância da logística reversa para as embalagens

de defensivos agrícolas, que teve um salto de 2010 com 31 milhões de toneladas para 50 milhões de toneladas em 2020, onde 93,1% deste total foram recicladas e 6,9% tiveram como destino a incineração. Outras embalagens como as de óleos lubrificantes, no período de 2010 até 2020 aumentaram quatro vezes a sua reciclagem, além de pneus, lâmpadas fluorescentes, componentes eletrônicos, baterias de chumbo-ácido, embalagens de aço e composta por outros materiais (ABRELP, 2021).

A produção de resíduos descartados no mundo está estimada em 25 milhões, sendo que 80% têm como destino os oceanos ou as águas de rios, os compostos mais comuns são plásticos, isopor, papel, vidro e metal (ABRELP, 2021).

Todo esse resíduo gerado pelos consumidores no modelo linear, faz com que o mercado repense novas formas de economia, uma economia sustentável que gere lucro, mas que seja responsável socialmente e ambientalmente agregando valor a cadeia produtiva. Devido à importância do tema para a sociedade atual, se faz necessário a abordagem destes novos conceitos econômicos para garantir a sustentabilidade do mundo no futuro próximo.

Foi definido que o estudo sobre a logística verde e a economia circular seria realizado através de uma revisão bibliográfica, englobando os conceitos de ambos os temas. Após o levantamento de materiais, dando prioridade para instituições, associações do setor e artigos científicos relacionados com o tema, permitiram delimitar nosso estudo nos conceitos de modelos econômicos, nos *trade-offs* relacionados à economia circular.

Este artigo tem como objetivo geral descrever como as novas formas de economias sustentáveis podem trazer lucro e ao mesmo tempo mitigar os efeitos negativos no meio ambiente. E como objetivos específicos demonstrar como a logística verde e a economia circular podem agregar valor no âmbito social e fomentar processos de produção que visam ao lucro sem deixar de lado o viés da tríade da sustentabilidade (social, trabalhista e ambiental).

2 DESENVOLVIMENTO DO ASSUNTO

2.1 O Surgimento dos Novos Modelos Econômicos pautados no Perfil do Consumidor

Nos meados de 1980 com o surgimento da globalização, trouxe consigo a oportunidade de empresas menores e mais periféricas expandirem seus negócios. A expectativa estava na redução de custos, no aperfeiçoamento regional com um olhar voltado para as aglomerações. E nos anos 90, essa tendência já se encontrava mais aprimorada (COSTA, 2011).

Há uma relação muito próxima entre o marketing e a economia, pois é na área de marketing que as empresas buscam entender o perfil do seu consumidor para agregar valor aos seus processos produtivos, na sua missão, na visão e nos valores organizacionais. E no comportamento do consumidor que as organizações se baseiam em planejamento estratégico de produtos e serviços.

E neste conceito, as eras de marketing tiveram um papel de extrema importância para a economia. De acordo com Kotler (1998), tendo o marketing como conceito a relação entre organizações, fornecedores, e demais elos de uma cadeia produtiva, e toda uma troca com os consumidores de tal produto ou serviço ofertado em um mercado, a criação de um vínculo entre marcas e consumidores é inevitável, pois eles buscam na aquisição de um produto ou serviço a satisfação das suas necessidades e desejos.

Kotler (2012) relaciona a primeira era de marketing com os anos de 1940, impulsionados pela 2ª Guerra Mundial, e todo o contexto da época, essa fase ficou conhecida como a de vendas, as empresas tinham em mente apenas a produção em larga escala e a venda de produtos a qualquer custo, as demais variáveis conhecidas atualmente sobre a tríade da sustentabilidade não eram consideradas relevantes.

Já na segunda era do marketing (meados dos anos de 1990), o consumidor já começou a ganhar um protagonismo nas organizações, foi a era descrita por Kotler (2012) como a era em que o cliente tinha mais informações sobre produtos/ serviços e tudo o que estava compondo o mesmo. O fato de a internet ter ganhado cada vez mais espaço permitia ao consumidor buscar informações sobre preços, por exemplo, de maneira mais ampla e rápida, o que não era possível anos atrás. Tendo em vista todo este cenário, o cliente passou a ser essencial, não mais o foco era o produto.

Ao avançarmos para a era marketing 3.0, temos, de acordo com Kotler (2010), um pensamento que começa a se voltar para a sociedade, e se antes o objetivo das organizações era o cliente (uma ótica individual), já se caminhava para uma ótica mais social, a visão do ser humano como um todo e de mudanças de paradigmas para se deixar a futuras gerações um mundo melhor. E aí que as novas economias começam a ganhar fatia de mercado, pois é a era onde a colaboração de organizações, governos e claro, os consumidores começam a se popularizar.

No tocante ao marketing 4.0, chamamos a atenção para o digital, as plataformas digitais e a facilidade que as mesmas trazem para a vida moderna, Kotler, Kartaiya e Setiawan (2017) e Kotler (2017) citaram em seus estudos a eliminação de algumas barreiras ou no mínimo a quebra de boa parte delas sob um olhar geográfico, se anteriormente a empresa concorria com

as do seu bairro, município e estado e as suas vantagens competitivas estavam focadas em um território pré-estabelecido, a internet na era digital eliminou boa parte destas barreiras e agora as empresas precisam concorrer em nível mundial e criar vantagens competitivas que amparem isso na mesma proporção. Um cenário que exige mais do gestor em competitividade, porém que teve como vantagem uma oportunidade para pequenas e médias empresas serem vistas pelo consumidor.

E ao abordamos a era atual do marketing 5.0, elencamos os avanços tecnológicos, como o consumidor altera seus padrões de consumo por uma marca. Seu surgimento teve como início em 2021 e propõe um novo desafio para as organizações se manterem no mercado sob diversos pontos de vista que vão desde o modo de se utilizar a tecnologia como uma oportunidade, mitigar ameaças de um mercado em nível global que oscila muito rapidamente (KOTLER, 2021).

Dentre os inúmeros cenários atuais, é imprescindível que o homem como sociedade repense na sua maneira de consumo de produtos e serviços, e busque por novos modelos econômicos para mitigar a escassez de recurso sem alterar a qualidade final em nível de serviço. Aí entram as novas economias que se relacionam entre si em um mercado, pois não há uma economia melhor que a outra e sim a adaptação de um conceito econômico que vise otimizar fluxo de produção, que reduza custos empresariais, traga benefícios para a comunidade onde a organização esteja inserida, satisfaça as necessidades dos seus sócios em lucro, dos seus clientes em desejos supridos e seja ética em suas relações trabalhistas, e cause o menor impacto possível ao meio ambiente este é o significado de uma organização que busca estar inserida na tríade da sustentabilidade.

2.2 Aspectos das Novas Economias Pautadas na Sustentabilidade e no Valor Social

Ao abordarmos o tema “logística verde”, Neves *et al.* (2018) destacaram os aspectos de maior relevância nesta área, que foca o descarte correto de resíduos, preocupação com os impactos ambientais, melhorias no processo produtivo em nível de gestão da cadeia de suprimentos de um bem ou serviço prestado, objetivando uma produção o mais limpa possível.

Santos *et al.* (2015), citado por Christopher (1997), dissertam sobre a logística de modo geral, pois a atividade já era praticada em tempos passados, anteriores a Cristo. Onde o modelo econômico naquela época era o escambo, a troca de produtos excedentes, agrícolas, entre os produtores. E novamente a área de logística no mundo contemporâneo é vista como um

diferencial competitivo, sendo a globalização a principal vertente para gestores buscassem um aprofundamento em excelência para nível de serviço.

Ainda neste aspecto, Santos *et al.* (2015, citado por Mc Kinnon, Browne e Whiteing 2013), trazem a história por trás do surgimento do conceito logística verde, a sua origem na década de 1980 nos Estados Unidos da América. O motivo era buscar iniciativas que respondessem as orientações de mercado em sustentabilidade que fizeram o governo do país criar regulamentos e impostos visando à sustentabilidade. A logística verde, embora no primeiro momento faça o leitor pensar em se tratar de uma ideologia ambientalista, essas ações pautadas na sustentabilidade é gerencial e afeta o sistema de transporte, os custos, a rapidez do serviço prestado e a produção enxuta.

Na economia convencional, apenas é considerado como custos a parte de fabricação do produto, transporte e distribuição, depois que o produto é consumido pelo cliente final, ele é descartado sem ser considerado este “custo” social do resíduo poluente no ambiente de tal comunidade, não há essa responsabilidade ambiental (NEVES *et al.*, 2018).

Ainda abrangendo aspectos da economia convencional, em seu artigo Cavalcanti (2010) cita o modelo de fluxos monetários, onde a compra de bens e serviços se baseavam apenas em empresas que forneciam produtos para famílias sem considerar meio ambiente por exemplo. O que era considerado era o capital de valor desta troca. O sistema utilizado parecia não ter entraves com aquisição de matéria-prima (extração de *commodities*), não havia por parte da sociedade uma preocupação com o que seria feito com os resíduos poluentes.

Se neste modelo econômico convencional, a preocupação com o meio ambiente não era considerada um gargalo. Conforme foram passando os anos os novos modelos econômicos começaram a se difundir, e uma visão mais voltada para a ecologia ganhou espaço para crescer e se tornar um dos pilares das empresas contemporâneas. Onde de acordo com Cavalcanti (2010), começou com uma visão micro mesclando alocação de recursos com foco de ter eficiência e eficácia com o menor custo possível abordando um custo de oportunidade social, buscando colocar o consumidor (ser humano) no centro das decisões para debater possíveis efeitos da poluição econômica no solo e ações como mitigar emissões de carbonos.

Barki, Rodrigues e Comini (2020), descreveram algumas informações em seu estudo, chamando a atenção para os últimos acontecimentos econômicos, como a pandemia da Covid - 19, que modificou conceitos econômicos em escala mundial. Entretanto, os questionamentos do consumidor sobre como a empresa produz seus produtos, o que ela propaga na sua missão, visão e valores empresariais já se mostrava em linha crescente. Esse olhar para a prosperidade

social, pela crescente desigualdade social e crise ambiental, fez a denominação “negócios de impactos” uma oportunidade para empresas, empreendedores.

Entretanto, o que seria negócios de impacto? É todo modelo econômico que além de trazer lucro para seus acionistas, transforma o território onde se encontra instalado, como ocorre com os sistemas de economia circular e logística verde tem um viés social como apresentado no empreendedorismo social e a cooperativas, podendo provocar mudanças em uma determinada região como ocorre nas economias disruptivas. Todo modelo de negócio que traga consigo o anseio de transformar socialmente um local.

Segundo Barki, Rodrigues e Comini (2020) citado por Santos, Pache e Birkholz (2015) a preocupação em repensar um novo capitalismo resultou na criação de modelos inovadores, descritos como negócios que causam um impacto social, pois o objetivo é resolver problemas sociais e ambientais, utilizando o termo socioambiental, a importância do contexto responsabilidade social e sustentabilidade (BARKI; RODRIGUES; COMINI, 2020, citado por FISCHER; COMINI, 2012).

Essa visão que une todas as formas da denominada “nova economia” ganhou visibilidade no ano de 2006, mesmo com alguns modelos já criados. Foi a partir do Nobel da paz deste ano, que consagrou o economista Muhammad Yunus e propagou mundialmente a ideia de se investir em negócios com viés social. Yunus criou um banco solidário que emprestava dinheiro em condições humanitárias para mulheres de Bangladesh, mulheres estas que viviam na linha abaixo da pobreza, dependiam de seus maridos e por não ter condições financeiras eram submetidas muitas vezes a condições humilhantes, e não tinha acesso a nenhuma linha de crédito convencional para obter um pequeno valor em capital e iniciar uma atividade econômica. Yunus criou uma corrente filosófica e social entre quem utilizava o financiamento, sabendo que cada um que quitasse a sua dívida estaria automaticamente auxiliando outra pessoa a sair da linha de extrema pobreza (PETRINI; SCHERER; BACK, 2016, citado por YUNUS, 2010).

Podemos chamar a maioria dos novos modelos econômicos, de inclusivos, pois em sua característica envolvem a população (em especial a de baixa renda) e anseiam transformar essas pessoas em parte do processo. Beneficiando a todos no desenvolvimento econômico regional, desde empresários que tem maior acesso a inovações e a criação de novos mercados, colaboradores que encontram oportunidade de qualificação, demanda e oferta de produtos (PETRINI; SCHERER; BACK, 2014, citado por MOURA, 2011).

E neste enredo de negócios que promovem impactos sociais, Oliveira (2004) procurou elencar em seu estudo as qualidades de um gestor da área de empreendedorismo social, sendo

as mais importantes: um olhar claro, criativo, flexível, inovador e inteligentes sobre as oportunidades de mercado que surgem. No social a parte do equilíbrio, inteligência emocional, é imprescindível para o gestor desta modalidade. E o principal: a empatia pelo outro, pois a força para prosseguir neste tipo de modelo econômico é se indignar com injustiças e fomentar políticas boas para a sociedade.

E um dos pilares de fomento para uma economia mais social e ambiental está no descarte do produto de maneira assertiva ou a relocação desse subproduto em outra cadeia produtiva proporcionando a simbiose industrial. Criando para isso ações, procedimentos e métodos de coleta e destino deste resíduo na própria cadeia produtiva ou em outra (NEVES *et al.*, 2018).

Alguns aspectos sobre a ótica do modelo econômico convencional e o social, onde estão inseridas a economia circular e a logística verde estão descritas em seguida na Tabela 1.

Tabela 1. Aspectos diferenciados do Modelo Convencional Empreendedor para o Modelo Social.

Modelo Organizacional Empreendedor Convencional: foco no lucro apenas	Modelo Social de Empreendedorismo: foco social
Individualismo;	Coletivo;
O objetivo é conquistar fatia de Mercado (ser superior aos seus concorrentes);	O objetivo é a busca por soluções com viés nos problemas sociais;
Sua eficácia é aferida pelo lucro;	A eficácia neste modelo é o benefício que tal projeto trouxe socialmente;
Há uma hierarquia, centralização, ênfase nos programas e processos de produção e gerencial.	O trabalho é em grupo e orientado, o uso do <i>empowerment</i> , o cliente é o objeto a ser considerado, nicho orientado.

Fonte: Oliveira, 2004, citado por Melo Neto e Froes (2002), Thalhuber (2002).

Outro modelo econômico que está direcionado e mesclado com a economia circular é o Arranjo Produtivo Local (APL), que na prática traz melhorias para um território, um aglomerado de agentes que buscam economicamente viabilidade em seus negócios, e atuam na mesma cadeia produtiva, o APL pode interagir com a economia circular sendo considerado um indutor.

Ao descrevermos a união do modelo APL com EC, Petrini, Scherer e Back (2014), relatam como o APL é um processo em construção em uma região e age de dentro deste território para fora dele, abrangendo neste território a cultura local, o passado e a sua história, a tradição, fatores que vão além das relações organizacionais. Por estes aspectos, a Economia Circular é uma oportunidade de aprofundar essas relações entre os agentes, pois exige ações

conjuntas no desenvolvimento de um projeto e de decisões em novos produtos a serem inseridos no mercado.

Quando descrevemos a economia circular, falamos de um modelo que se baseia em negócios onde o intuito é a substituição do conceito de 'fim de vida' de produtos consumidos, através da redução, do uso de alguma forma de reutilizar tais produtos, englobando o máximo dos níveis da cadeia de produção. Todavia, para que isso ocorra, há a necessidade do envolvimento de desenvolvimento de produtos adequados, de empresas responsáveis e de consumidores conscientes, além do englobamento macroeconômico. Sendo o intuito fomentar a prosperidade econômica e igualdade social para a nossa geração e as próximas (KIRCHHER *et al.*, 2107).

Diante deste cenário, que tem o intuito de relacionar ambas as economias Oliveira, Rangel e França (2019) citado por European Commission (2015) elencaram alguns aspectos que demonstram a ligação próxima dos dois modelos econômicos sendo: a simbiose industrial (onde um subproduto pode beneficiar outra cadeia de suprimentos, como exemplo, podemos citar a utilização da cama aviária de frango de corte, que depois de descartada poderá ser utilizada como adubo orgânico na produção vegetal, ao invés de ser simplesmente descartada em um aterro e poluindo o solo e as nascentes).

Tanto no APL quanto na economia circular (EC), a utilização adequada de recursos, insumos de produção são consideradas no processo, normas de qualidade para subprodutos, fomento da reutilização da água, mitigação do uso de processos químicos no fluxo de produção.

Ao abordarmos as benfeitorias que a economia circular pode agregar no sistema APL, está à diminuição dos níveis de poluentes na região abordada pelo APL e a utilização dos recursos pós-processos produtivos que serão restituídos ao ciclo produtivo na economia circular e um uso racional de matérias-primas extraídas (OLIVEIRA; RANGEL; FRANÇA, 2019).

Segundo Oliveira, Rangel e França (2019) citado por Hu Lin e Chang (2005), Azevedo e Nolasco (2009), relatam sobre os atores abordados em um Arranjo Produtivo local, tais como: comunidade, instituições de ensino e pesquisa, sindicatos, governos, clientes, associações e cooperativas, concorrentes, agências de crédito. Agentes similares fazem parte da economia circular, pois ela aborda o desenvolvimento local, o ciclo de vida de um produto, a inovação e o mercado, as condições econômicas, normativas do setor, cultura e tradição, vocação para o turismo, políticas públicas. Podendo ver que todos esses agentes interagem e são integrados em ambos os modelos econômicos.

Ao mostrar a relação entre APL e EC, os autores elencaram em fases, no projeto onde se planeja um produto a serem inseridos no mercado, na EC os requisitos ambientais

consideram o processo (ele precisa ser sustentável) e alternativas para o pós-uso deste produto, ou vai para outro fluxo de produção (simbiose) ou volta para o seu próprio ciclo, como por exemplo, as embalagens projetadas para serem recicladas. Na fase de desenvolvimento, foi listada a necessidade de se ter uma estratégia e uma comunicação eficaz com os demais agentes da cadeia produtiva, dominar a técnica, descreverem como o produto deverá ser reutilizado, a economia em viabilidade a ser gerada com o modelo circular e a margem de lucro, planos sobre mitigar impactos ambientais, a utilização da inovação em ecoeficiência. E chegando a fase de comercialização, a atenção está voltada para canais de distribuição, a vida útil do produto, as orientações aos seus clientes sobre o produto adquirido, monitorar o impacto gerado e a aceitação do produto, e por fim, a reciclagem, o reuso a logística reserva e a logística verde.

Santos *et al.* (2015, citado por Leite, 2003) descreve o conceito de logística reversa, sendo essa uma área da logística empresarial responsável pelo planejamento, operação e controle do retorno desses produtos consumidos ou com vícios na produção e nas informações.

Na logística reversa a preocupação é com o retorno dos produtos, retornos comerciais e materiais secundários, prioriza a reciclagem, a o fato das embalagens serem reutilizáveis, mesclando esses aspectos com a logística verde que fomenta um processo mais elaborado que a logística reversa. Pois, tem seu foco na redução de embalagem (na economia circular o projeto de desenvolvimento do bem é feito no projeto inicial), a redução das emissões de poluentes, os impactos ambientais devido às operações logísticas.

Dados da Confederação Nacional das Indústrias (CNI, 2019) revelam que, “no Brasil, 76% das empresas já desenvolvem alguma iniciativa de economia circular. Práticas como reuso de água, reciclagem de materiais e logística reversa são as principais implementações no país. A mesma pesquisa revela que mais de 88% dos empresários avaliam a economia circular como muito importante para a indústria brasileira”.

Corroborando com os estudos de Petrini, Scherer e Back (2014) que elencaram em percentual as atividades e regiões que fazem o uso de alguma forma de negócios com impacto social, sendo 4% artesanato, 10% bens de consumo, 33% na área de educação, 4% habitação, 4% meio ambiente, 21% setor da saúde, 12% em serviços, 12% tecnologias inclusivas. E por regiões os autores relatam que a grande maioria das ações neste setor se encontra na região Sudeste com 78%, 10% referem-se ao Centro-Oeste, 4% no Sul e 8% na região Nordeste.

Essa mesma relação foi feita sob os princípios do Arranjo Produtivo local em conjunto com a EC, destacando as parcerias entre os agentes, a viabilidade do uso de subprodutos oriundos do APL, como podemos incorporar esses subprodutos no processo e conhecer aspectos ambientais do produto.

Pois dentro do processo de economia circular, a logística verde está inserida como uma das vertentes de suma importância engloba atividades como: o empacotamento do produto, carga e descarga, armazenamento, transporte e a distribuição e claro, o retorno deste produto agora consumido para o seu descarte assertivo (SANTOS *et al.*, 2015).

Ao reduzir o uso de embalagens, optar por materiais biodegradáveis, reduzir a manipulação e os danos, os equipamentos obsoletos serem trocados por máquinas que consumam menos energia, ofertar uma boa infraestrutura, no transporte à busca por declinar no consumo de combustíveis e na emissão de gases poluentes. Automaticamente, tais ações já estão inseridas no que promove a economia circular e seus benefícios ao meio ambiente e a população o tornando atrativo também para fomentar economias sociais e aumento da qualidade de vida visando à sociedade (SANTOS *et al.*, 2015).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A administração é uma ciência que evolui com o passar do tempo, e com ela faz surgir novas formas de gestão. Se antigamente o homem não se importava com a origem dos insumos na produção de bens e serviços, e tampouco com o destino dos seus resíduos, após o consumo pelo seu cliente, já que nos primórdios da Revolução industrial, tudo era novo, e a preocupação era apenas sob a ótica de se suprir o mercado produzindo em grande escala sendo todos os esforços de produção concentrados neste viés, atualmente não é mais assim.

Há uma relação direta entre o que o consumidor busca com a tríade da sustentabilidade, e o que as organizações fazem sobre o assunto em ações, ao trazer as eras de marketing, podemos observar esse contexto. Ao longo das décadas, está intimamente ligado cultura organizacional da empresa e o que satisfaz as necessidades e desejos de quem consome, além de como a organização elabora questões relacionadas com o meio ambiente e a preocupação com a sociedade como um todo.

Ainda sobre as eras do marketing, elas foram moldando a cultura organizacional ao longo dos tempos, o mundo saiu da primeira era, onde o foco era o produto, para atualmente a era quatro e cinco, eras mais preocupada com a comunidade, as pessoas que fazem parte da organização, seja como clientes, colaboradores ou moradores do local, onde a empresa está instalada. E através deste contexto, das eras, que chegamos às novas economias, economias com um viés mais social, que conquistam cada vez mais mercados em nível global e vão se aperfeiçoando e até mesclando-se uma com a outra, podemos citar como exemplo, o arranjo

produtivo local e a economia circular, ou as cooperativas que estão incluídas nos arranjos locais e no uso da economia circular.

Aspectos como o que fazer com o excesso de resíduos gerados pelos sistemas produtivos, e até onde o anseio de trocar produtos e descartá-los rapidamente é viável para esta nova geração, estamos nos deparando com escassez de insumos, a maioria matéria-prima denominada *commodities*. Já sabemos que tais insumos são limitados e não há para todos os países de forma igualitária neste mundo globalizado. Como alternativa para sanar este entrave, foi criada a economia circular, com objetivo de proporcionar um tempo maior de vida útil para produtos, promover a simbiose industrial e assim evitar o seu descarte precocemente e uma vertente da logística denominada “logística verde” com intuito de otimizar todo o processo logístico para causar o menor índice de poluição possível.

O artigo mostra que há um longo caminho para fomentar no uso das novas economias sustentáveis, este percurso passa por questões ligadas ao modo de cada um de nós como consumidoras agimos. Há a necessidade de as organizações repensarem à sua maneira de produzir buscando a viabilidade de novas formas de produção e o lucro, com a redução de custos.

REFERÊNCIAS

ALLAN, F., ROBERTO, S. S.; IGARI, A. T. Economia circular e resíduos sólidos: uma revisão sistemática sobre a eficiência ambiental e econômica. In: **ENGEMA. 2016**, São Paulo. Encontro Internacional sobre gestão empresarial e meio ambiente, Anais...São Paulo: ENGEMA, 2016. Disponível em: <<http://engemausp.submissao.com.br/18/anais/arquivos/115.pdf>>. Acesso em: 15 de set de 2022.

ABRELPE. **Panorama dos resíduos no Brasil**. 2021. Disponível em: <www.abrelpe.org.br>. Acesso em: 15 de set de 2022.

BARKI, E.; RODRIGUES, J.; COMINI, G. M. Negócios de Impacto: Um conceito em Construção. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, vol. 09, no.4, set-dez, 2020. Disponível em: <<https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/1980>>. Acesso em: 22 de dez de 2022.

BERARDI, P.; DIAS, J. M. O mercado da economia circular. Sustentabilidade. GVExecutivo. **Fundação Getúlio Vargas**, v.17, n.5, set-out, 2018. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/download/77340/74189>>. Acesso em: 15 de set de 2022.

CAVALCANTI, C. Concepções da economia ecológica: suas relações com a economia dominante e a economia ambiental. **Estudos Avançados**, v.24, n.68, 2010. Disponível em:

<https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142010000100007>.
Acesso em: 26 de out de 2022.

COSTA, O. M. E. **Arranjos Produtivos Locais. APL's como Estratégia de Desenvolvimento: Uma Abordagem Teórica.** Governo do Estado do Ceará. IPECE, 2011. p.75. Disponível em: <<documentById.fortaleza.ce.gov.br>>. Acesso em 15 de ago de 2023.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. CNI. **Economia Circular**, 2019. Disponível em: <https://static.portaldaindustria.com.br/media/filer_public/0f/66/0f66d117-c156-4f22-a6fb-193f357b5340/pesquisaeconomiacircular_relatorio.pdf>. Acessado em: 24 de out de 2022

CORRÊA, E. **O modelo slow de produção.** 2020. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,EMI81067-17168,00-O+MODELO+SLOW+DE+PRODUÇÃO.html>>. Acesso em: 08 de outubro de 2022.

CHIAVENATO, I. **Administração: teoria, processo e prática**, 4ª Ed. Elsevier, Rio de Janeiro, 2011. p. 215

GONÇALVES, T. M; BARROSO, A. F. F. A economia circular como alternativa a economia linear. Simpósio de Engenharia de Produção Sergipe. A engenharia de produção como meio de transformação social. 18 a 22 de novembro IN: XI SIMPROD,2019. Sergipe. *Anais...*, Sergipe, SIMPROD, 2019. Disponível em: <www.simprod.ufs.br> Acesso em: 15 de set de 2022.

KOTLER, P. **Marketing 3.0: As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010 – 4ª impressão.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0**, 2017. Disponível em: <https://www.google.com.br/books/edition/Marketing_4_0/k6osDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=0>. Acesso em: 10 de out de 2022.

KOTLER, P.. **Kotler on Marketing**, 2012. Disponível em: <https://www.google.com.br/books/edition/Kotler_On_Marketing/iHWxeT7X5YYC?hl=pt-BR&gbpv=0>. Acesso em: 10 de out de 2022.

KOTLER P. **Marketing 5.0; Technology for Humanity.** 2021. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Marketing-5-0-Tecnologia-parahumanidade/dp/6555642408/ref=asc_df_6555642408/?tag=googleshopp00-20&linkCode=df0&hvadid=379726125520&hvpos=&hvnetw=g&hvrand=6450016108792630156&hvpone=&hvptwo=&hvqmt=&hvdev=c&hvdvcmddl=&hvlocint=&hvlocphy=9074182&hvtargid=pla-1434452257413&psc=1>. Acesso em: 10 de out de 2022.

NEVES, G. S. *et al.* Logística verde. Revista Perspectivas On-line: Exatas e Engenharias. IN: CONGRESSO INTERNACIONAL DO CONHECIMENTO CIENTÍFICO, ,2018, Goytacazes. *Anais...*, v.08, n.22, Suplemento, 2018. Disponível em: <<https://desafioonline.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/download/16982/11824/>>. Acesso em: 12 de dez de 2022.

OLIVEIRA, E. M. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios- notas introdutórias. **Revista da FAE**, v. 7, n. 2, p. 9-18, jul/dez 2004, Curitiba-PR. Disponível em: <<https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/416>>. Acesso em: 26 de out de 2022.

OLIVEIRA, F. R; FRANÇA, S. L. B; RANGEL, L. A. D. **Princípios de economia circular para o desenvolvimento de produtos em arranjos produtivos locais**. Interações, Campo Grande/ MS, v. 20, n. 4, p. 1179-1193, out-dez 2019. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/inter/a/nWBqSY5NCNtpj6r74WyfZVB/?lang=pt&format=pdf>>. Acesso em: 12 de dez de 2022.

PETRINI, M.; SCHERER, P.; BACK, L. Modelo de Negócios com Impacto Social. **ERA Revista de Administração de empresas**, FGV/EAE/SP, v. 56, n. 2, mar/abr 2016. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rae/a/Nq7d3Q6dpNqCMxnKSdxQY3S/abstract/?lang=pt>>. Acesso em: 26 de out de 2022.

SANTOS, J. S. *et al.* Logística verde. Conceituação e direcionamento para a aplicação. *Revista Eletrônica em Gestão Educação e Tecnologia Ambiental*. Santa Maria, v.19, n.02, maio-ago/ 2015, p. 314-331. **Revista do Centro de Ciência Natural e Exatas**, UFSM. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/reget/article/download/15912/pdf_1/87407>. Acesso em: 12 de dez de 2022.

VACCARO, G. L. R. *et al.* Novas economias: uma proposta de significação. **Produção**, v. 22, n.3, p. 490-501, maio/ago, 2012. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.abepro.org.br/biblioteca/TN_WIC_206_219_27184.pdf&ved=2ahUKEwjb3ranx9b6AhULOrkGHfgkCNYQFnoECAwQBg&usg=AOvVaw2vFVpg39--9PIKTtAVza6G>. Acesso em: 10 de out de 2022.