



PESQUISA

ENGAJAMENTO DOS PEQUENOS NEGÓCIOS BRASILEIROS ÀS PRÁTICAS DE ECONOMIA CIRCULAR



SEBRAE

Centro Sebrae de
Sustentabilidade





FICHA TÉCNICA

SEBRAE NACIONAL

Presidente do Conselho Deliberativo
José Zeferino Pedrozo

Diretor-Presidente
Décio Nery de Lima

Diretor Técnico
Bruno Quick Lourenço de Lima

Diretora Administrativa Financeira
Margarete de Castro Coelho

SEBRAE MATO GROSSO

Presidente do Conselho Deliberativo
Jonas Alves de Souza

Diretora-Superintendente
Lélia Rocha Abadio Brun

Diretor Técnico
André Luiz Spinelli Schelini

Diretor Administrativo Financeiro
Roberto Henrique Dahmer

PLANEJAMENTO E COORDENAÇÃO TÉCNICA

Gerência do Centro Sebrae de Sustentabilidade

Gerente
Patrícia Pedrotti Assumpção

Coordenação
Camila Souza de Andrade

Equipe CSS

**Elton Meneses Ribeiro; Laís Nunes de Campos; Nager Castilho Amui;
Thiago Sousa Tavares; Helen Camargo de Almeida.**

ELABORAÇÃO DA PESQUISA, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Conversa Sustentável
Vivian Blaso, Sydney Cincotto Júnior, Fábio Soares César, Rafael Morales

Revisão Ortográfica
Paulo César de Oliveira

APLICAÇÃO DAS ENTREVISTAS

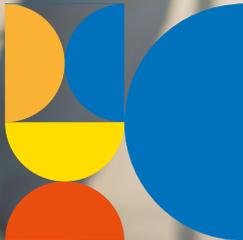
Núcleo de Inteligência de Mercado

Gerente
Ricardo Willian Santiago

Coordenação
Jaqueline Trentino Silva Lemos

SUMÁRIO

1. Palavra da Diretoria do Sebrae	5
2. Apresentação da Pesquisa	6
3. Metodologia	8
4. Síntese da Análise	10
5. Análise dos Blocos Temáticos	11
5.1. Bloco 1 – Grau de conhecimento sobre economia circular	11
5.2. Bloco 2 – Gestão estratégica e práticas de economia circular adotadas pela empresa	20
5.3. Bloco 3 – Relações da empresa com o público externo para impulsionar práticas de economia circular	32
5.4. Bloco 4 – Autoavaliação da empresa em relação à economia circular	39
6. Perfis das Micro e Pequenas Empresas e dos Respondentes	47
6.1. Perfil das Empresas	47
6.2. Perfil dos respondentes	49



1. PALAVRA DA DIRETORIA DO SEBRAE

A emergência climática provoca o setor produtivo a repensar seus modelos, saindo de uma lógica linear para um modelo mais circular, inclusivo e inovador. Envolver os pequenos negócios nessa agenda da economia circular é fundamental, pois afeta diretamente a sustentabilidade dos empreendimentos e contribui de forma eficaz para a gestão de resíduos, a descarbonização da economia e inclusão produtiva. A adoção da circularidade na cadeia de valor promove o surgimento de novas oportunidades de negócios, ampliando as possibilidades de geração de emprego e renda, e melhorando a qualidade de vida tanto do ponto de vista social quanto ambiental.

Precisamos conhecer como funciona a dinâmica da economia circular na realidade brasileira, principalmente nos pequenos negócios. Sem informações, não é possível pensar em estratégias assertivas e muito menos conhecer a fundo a complexidade de diversas ordens referente ao tema.

A pesquisa "Engajamento dos Pequenos Negócios Brasileiros às Práticas de Economia Circular" tem o objetivo de contribuir para elucidar esse contexto. Traz uma fotografia do nível de entendimento e quais práticas são realizadas pelos pequenos negócios. Dos mais de 4 mil empreendimentos entrevistados nas cinco regiões do Brasil, 83% afirmaram não compreender ou nunca ter ouvido falar da economia circular. Esse dado evidencia a urgência de promover a conscientização sobre esse tema entre os pequenos negócios, destacando as oportunidades disponíveis para o meio empresarial.

Embora enfrentemos grandes desafios tecnológicos, legais, educacionais e estruturais, as oportunidades são igualmente significativas. Os dados da pesquisa contribuem para entender melhor o cenário atual da economia circular, à luz das práticas dos pequenos negócios e incentivam o Sistema Sebrae e demais parceiros a repensar ações e iniciativas para facilitar o engajamento dos pequenos negócios nessa agenda.

André Luiz Spinelli Schelini

Diretor Técnico do Sebrae Mato Grosso



2. APRESENTAÇÃO DA PESQUISA

No modelo produtivo atual, baseado na economia linear, os recursos naturais limitados e esgotáveis são extraídos da natureza, transformados em produtos e, após serem utilizados, são descartados. Esse modelo é caracterizado por um ciclo de desperdício, considerado poluente e prejudicial aos sistemas naturais.

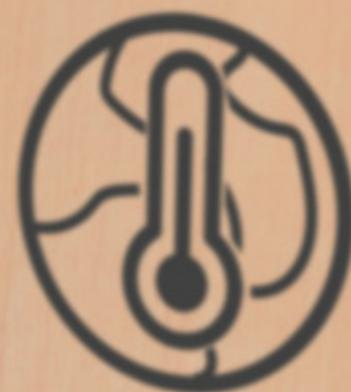
Em contrapartida, a economia circular visa à eliminação de resíduos, à prolongação do ciclo de vida de produtos e materiais, além da restauração da natureza. Esse sistema é benéfico tanto para as empresas quanto para a sociedade e o meio ambiente, impulsionando o desenvolvimento econômico de forma sustentável, com inclusão social e prosperidade.

Nos últimos anos, houve um aumento significativo das discussões e debates sobre a economia circular, refletindo uma crescente conscientização e interesse da sociedade pelos conceitos de circularidade. Esta abordagem é particularmente relevante diante do avanço da crise climática e de suas consequências negativas para a sociedade e o planeta.

No entanto, a transição da economia linear para a circular ainda necessita de avanços significativos. Segundo o *Circularity Gap Report*, a maioria dos materiais utilizados na produção econômica ainda é de origem natural, enquanto a proporção da utilização de materiais secundários, provenientes de processos circulares, está em declínio. O relatório, iniciado em 2018 para monitorar esse indicador, mostra que a participação de materiais circulares diminuiu de 9,1% para 7,2% em um período de apenas cinco anos, até 2023. Esses dados destacam a urgência de acelerar a transição para práticas circulares na economia, a fim de evitar a exaustão das fontes de recursos naturais.

Neste contexto, a pesquisa “**Engajamento dos Pequenos Negócios Brasileiros às Práticas da Economia Circular**” teve como objetivo analisar o envolvimento e o nível de conhecimento dos pequenos negócios em relação às ações e procedimentos adotados, bem como iniciativas com a comunidade local e as partes interessadas, relacionadas ao tema.

À vista disso, todas as informações obtidas com a presente pesquisa foram destinadas a oferecer elementos essenciais para subsidiar ajustes e melhorias nas estratégias e abordagens, permitindo assim a elaboração de um plano de ação que simplifique o entendimento e a aplicação de iniciativas em economia circular em todas as empresas atendidas pelo sistema Sebrae.



3. METODOLOGIA

A partir do contexto que abrange 8.723.725 Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) ativas em todo o país, foram conduzidas entrevistas telefônicas utilizando um questionário estruturado. Essas entrevistas foram realizadas em uma amostra estratificada aleatória composta por 4.172 empresas, sendo coletadas no período de 10 de janeiro a 28 de março de 2024.

Para a análise quantitativa, foi empregado o MS Excel, estabelecendo uma margem de erro de 2% e um intervalo de confiança de 95%. As análises de cada bloco consideraram os principais setores econômicos nos quais as empresas atuam, incluindo Agropecuária, Comércio, Construção Civil, Indústria e Serviços, assim como as regiões geográficas em que estão localizadas: Norte (N), Nordeste (NE), Centro-Oeste (CO), Sudeste (SE) e Sul (S).

PERFIL DA AMOSTRA

Tabela 1: Distribuição amostral por região do país, setor de atuação e porte das empresas

Composição da Amostra		
REGIÃO	QUANTIDADE	%
N	484	11,60%
NE	570	13,66%
CO	503	12,06%
SE	1637	39,24%
S	978	23,44%
TOTAL	4172	100,00%
SETOR DE ATUAÇÃO	QUANTIDADE	%
AGROPECUÁRIA	185	4,43%
COMÉRCIO	1712	41,04%
CONSTRUÇÃO CIVIL	326	7,81%
INDÚSTRIA	413	9,90%
SERVIÇOS	1274	30,54%
NÃO INFORMADO	262	6,28%
TOTAL	4172	100,00%
PORTE	QUANTIDADE	%
EPP	921	22,08%
ME	3099	74,28%
NÃO INFORMADO	152	3,64%
TOTAL	4172	100,00%

Legenda: N - Norte; NE - Nordeste; CO - Centro-Oeste; SE - Sudeste; S - Sul; ME- Microempresas; EPP- Empresas de Pequeno Porte.

Metodologia

Para as análises comparativas desta pesquisa, tanto por região quanto por setor de atuação, optou-se por excluir as respostas de entrevistados que não informaram o porte de suas empresas, seja como Empresa de Pequeno Porte (EPP) ou Microempresa (ME), bem como quaisquer respostas em branco ou não respondidas.

Esta escolha metodológica visa assegurar a precisão e relevância dos dados analisados, focando exclusivamente nas informações completas e específicas. Tal abordagem permite uma melhor compreensão das tendências e comportamentos das EPP e ME que participaram efetivamente do estudo, resultando em *insights* mais confiáveis e aplicáveis ao contexto empresarial relevante.



4. SÍNTESE DA ANÁLISE

A pesquisa procurou entender como as micro e pequenas empresas se engajam em aspectos relacionados à economia circular, a partir da adoção de práticas de gestão, inserção de processos circulares, assim como na difusão do tema ao público externo e na incorporação de seus princípios à cultura da empresa. A análise desses dados permitiu identificar que:

- Apenas **16,51%** das empresas entrevistadas possuem conhecimento sobre economia circular. Considerando que a maioria dos respondentes declarou que “já ouviu dizer, mas não compreende do assunto” (**45,21%**) ou que “não conhece, nunca ouviu falar do assunto” (**38,28%**), esses índices combinados totalizam **83,49%** dos participantes que não estão familiarizados ou não compreendem o tema.
- Em relação ao grau de conhecimento dos termos relacionados à economia circular, observou-se que as “Estratégias-R” são as mais conhecidas entre os pequenos negócios entrevistados.
- E a incorporação da economia circular na estratégia e cultura das empresas ainda demonstra ser um desafio.
- Ao analisar a adoção de práticas de economia circular por parte das empresas entrevistadas, observou-se, de maneira geral, uma implementação ainda incipiente.
- A pesquisa revelou um percentual reduzido de empresas que se engajam com o público externo, *stakeholders* e a comunidade para fomentar práticas de economia circular.

É importante entender que a adoção da economia circular não é apenas uma mudança nas práticas operacionais, mas também se trata de uma transformação significativa na mentalidade empresarial.

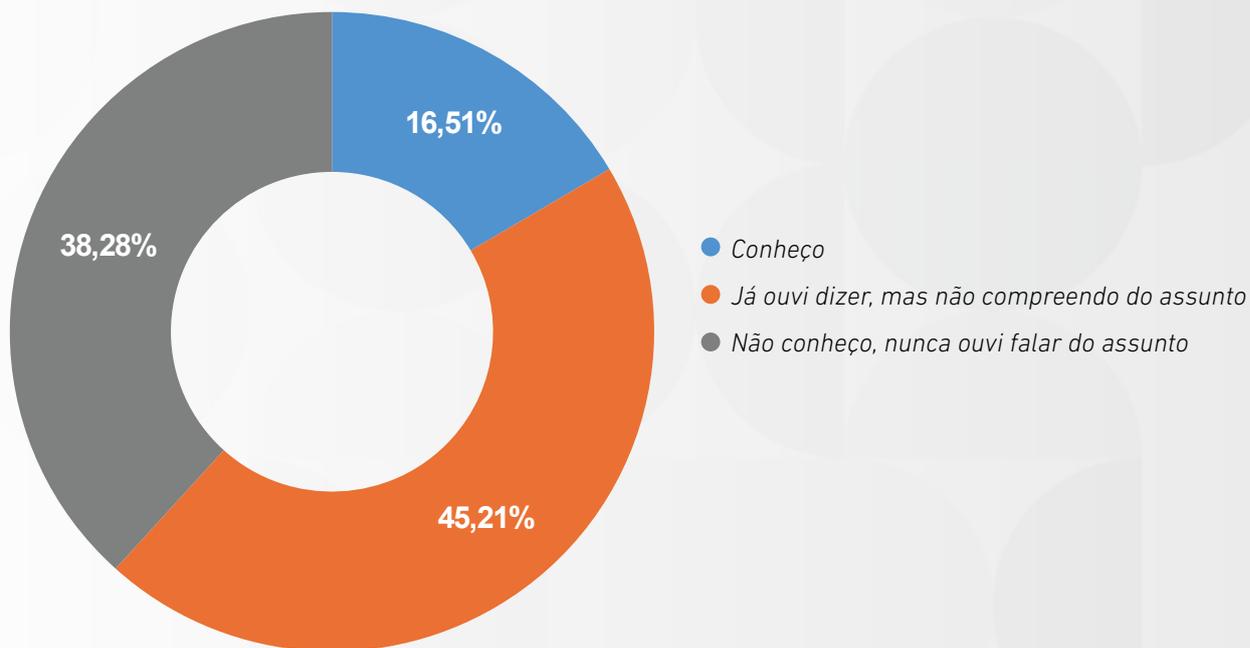
5. ANÁLISE DOS BLOCOS TEMÁTICOS

5.1. Bloco 1 – Grau de conhecimento sobre economia circular

Identificar o nível de compreensão sobre economia circular é crucial para fomentar a sustentabilidade e a conscientização ambiental. Ao entender e avaliar o grau de familiaridade sobre esse conceito, tanto indivíduos quanto organizações podem adotar práticas mais sustentáveis, contribuindo para a preservação do meio ambiente e para a construção de um futuro mais equilibrado e resiliente.

Assim, a partir de uma análise geral sobre o grau de conhecimento relacionado à economia circular, fica evidente que a maioria dos entrevistados possui um conhecimento limitado ou nulo, com 83,49% afirmando desconhecer o tema ou possuir apenas uma compreensão superficial.

Em relação à economia circular, qual é o seu grau de conhecimento sobre o assunto?

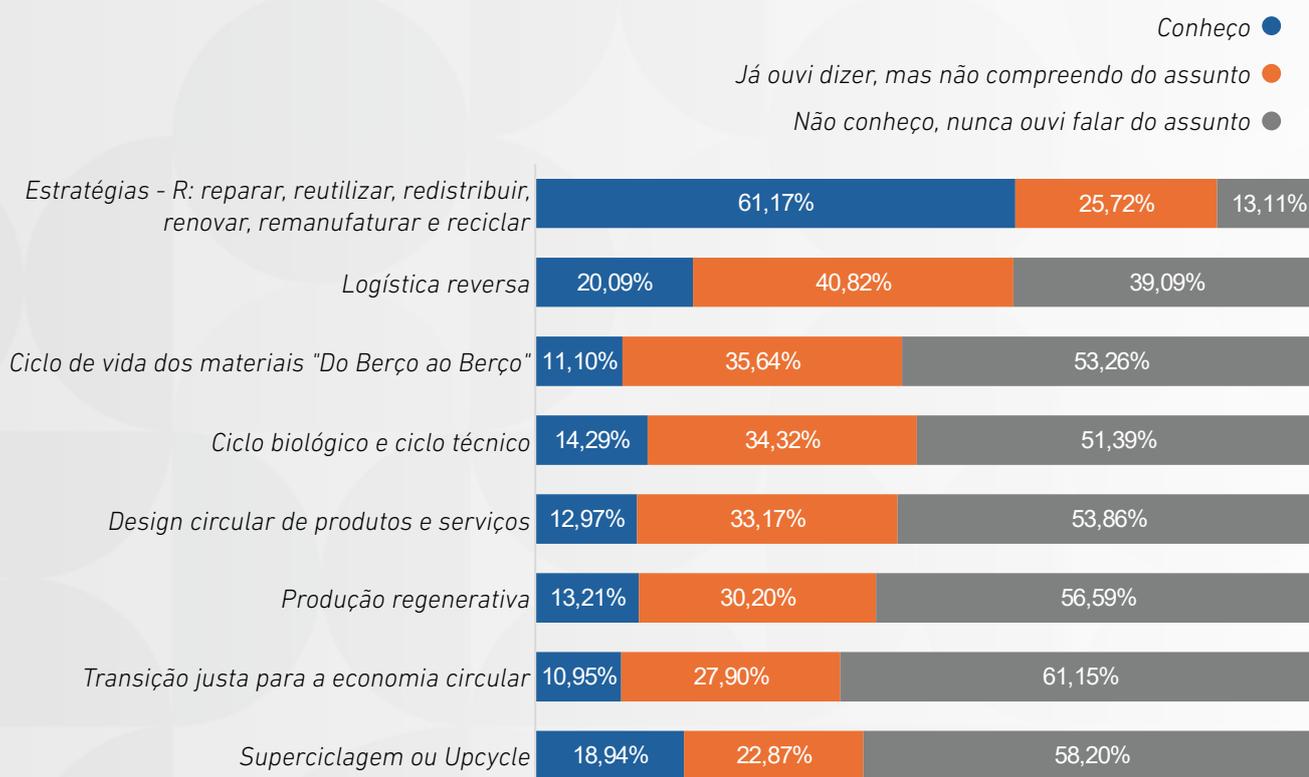


Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 1

Desse total, 45,21% indicaram que, apesar de já terem ouvido falar do conceito, não possuem conhecimento suficiente para compreendê-lo completamente. Dessa forma, apenas uma pequena parcela, representando 16,51% dos entrevistados, afirmaram possuir um verdadeiro entendimento sobre a economia circular.

Assim, os resultados sugerem que, apesar do crescente reconhecimento da economia circular no cenário nacional ao longo dos anos, a maioria dos empresários ainda tem um entendimento limitado ou pouco conhecimento sobre o assunto.

Ao analisar o conceito de “Estratégias-R”, observou-se que 61,17% dos entrevistados afirmaram ter familiaridade com o tema. No entanto, ainda existe uma parcela significativa de 25,72% que, embora tenha ouvido falar, não compreende completamente o assunto. Apenas uma minoria, correspondendo a 13,11% dos entrevistados, afirmou não conhecer sobre os temas apresentados.

Dos termos a seguir, qual é o seu grau de conhecimento sobre eles?

Este resultado destaca um nível mais aprofundado de compreensão entre os entrevistados sobre as ações específicas que constituem as "Estratégias-R", em comparação com o conceito mais amplo da economia circular. Já o termo "Logística Reversa"¹ é reconhecido por 20,09% dos empresários entrevistados. Somando-se aos 40,82% que já ouviram falar, mas não compreendem completamente o assunto, isso totaliza 60,91%, indicando que esse tema é familiar para a maioria dos entrevistados.

Entretanto, quando questionados sobre os termos "Do Berço ao Berço"², "Ciclo Biológico e Ciclo Técnico"³, "Design Circular"⁴, "Produção Regenerativa"⁵, "Transição Justa para a Economia Circular"⁶ e "Superciclagem (Upcycle)"⁷, os entrevistados demonstraram um grau de conhecimento semelhante, com a maioria indicando falta de familiaridade ou conhecimento prévio sobre esses conceitos, sugerindo um entendimento limitado dos termos em questão.

¹ Logística reversa é o processo de retornar produtos e materiais na cadeia de suprimentos para atividades como reparo, reutilização e reciclagem, visando à restauração ambiental. Fonte: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/temas/economia-circular-introducao/glossario>

² Do berço ao berço, conhecido pela sigla C2C, de Cradle to Cradle, é uma abordagem que visa a manter em uso materiais, produtos e insumos em uma cadeia cíclica de produção, evitando descarte, desperdício e poluição. Fonte: <https://ideiacircular.com/do-berco-ao-berco-e-a-logica-de-produzir-com-foco-na-reutilizacao/>

³ Ciclos biológico e técnico são processos que sustentam a regeneração do capital natural e a manutenção do valor dos materiais. Fonte: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/temas/economia-circular-introducao/glossario>

⁴ O design circular, voltado para o início do ciclo de vida do produto, foca no desenvolvimento e design de produtos e materiais que são adequados para reutilização, reparo, recondicionamento, remanufatura, reciclagem e regeneração. Fonte: Projeto de Lei Política Nacional de Economia Circular – PNEC (em tramitação)

⁵ A produção regenerativa proporciona alimentos e materiais produzidos de forma a beneficiar a natureza, o que inclui promover solos saudáveis e estáveis, aumentar a biodiversidade local e melhorar a qualidade do ar e da água. Fonte: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/temas/economia-circular-introducao/glossario>

⁶ Transição justa é um conjunto de princípios, processos e práticas orientados para a equidade e a justiça social, relacionados à força de trabalho. Fonte: Projeto de Lei Política Nacional de Economia Circular – PNEC (em tramitação).

⁷ Superciclagem (Upcycle) é o processo de reutilização de materiais de produtos, mantendo seu valor e qualidade. Esses materiais são empregados novamente no mesmo ciclo produtivo ou em uma cadeia de valor ainda superior. Fonte: <https://ideiacircular.com/o-que-e-upcycle-ou-superciclagem-e-por-que-seu-uso-e-defendido-pela-economia-circular/>

Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 1

Análise comparativa por região – grau de conhecimento sobre economia circular das Empresas de Pequeno Porte (EPP) e Microempresas (ME)

Tabela 2: Análise comparativa do grau de conhecimento sobre economia circular e seus termos por região do país.

	N	NE	CO	SE	S	BR
1 – Em relação à economia circular, qual é o seu grau de conhecimento sobre o assunto?						
Conheço	19,12%	18,33%	18,31%	16,60%	13,68%	16,64%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	57,56%	57,53%	41,15%	38,00%	42,38%	44,43%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	23,32%	24,14%	40,53%	45,40%	43,94%	38,93%
2 – Dos termos a seguir, qual é o seu grau de conhecimento sobre eles?						
2.1 – Estratégias - R: reparar, reutilizar, redistribuir, renovar, remanufaturar e reciclar						
Conheço	56,72%	42,83%	34,98%	71,21%	71,40%	61,27%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	34,45%	37,75%	30,66%	18,09%	24,77%	25,85%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	8,82%	19,42%	34,36%	10,70%	3,83%	12,89%
2.2 – Logística reversa						
Conheço	22,06%	22,87%	16,87%	22,83%	14,51%	20,02%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	50,00%	48,28%	33,54%	40,27%	39,27%	41,47%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	27,94%	28,86%	49,59%	36,90%	46,22%	38,51%
2.3 – Ciclo de vida dos materiais "Do Berço ao Berço"						
Conheço	17,02%	16,52%	12,35%	9,92%	5,39%	10,87%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	44,54%	51,36%	31,69%	35,54%	26,53%	36,14%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	38,45%	32,12%	55,97%	54,54%	68,08%	52,99%
2.4 – Ciclo biológico e ciclo técnico						
Conheço	20,80%	21,23%	15,02%	14,01%	7,05%	14,25%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	47,90%	49,55%	32,10%	28,79%	29,95%	34,58%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	31,30%	29,22%	52,88%	57,20%	63,01%	51,17%
2.5 – Design circular de produtos e serviços						
Conheço	20,38%	19,60%	16,67%	12,00%	4,46%	12,79%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	46,01%	49,73%	27,57%	25,10%	29,33%	32,26%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	33,61%	30,67%	55,76%	62,91%	66,22%	54,95%
2.6 – Produção regenerativa						
Conheço	17,02%	20,15%	12,76%	13,62%	5,60%	12,89%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	47,06%	50,82%	31,28%	20,23%	26,32%	30,40%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	35,92%	29,04%	55,97%	66,15%	68,08%	56,72%
2.7 – Transição justa para a economia circular						
Conheço	16,60%	17,24%	13,79%	10,12%	3,42%	10,70%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	42,65%	50,64%	30,25%	17,64%	23,32%	28,01%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	40,76%	32,12%	55,97%	72,24%	73,26%	61,29%
2.8 – Superciclagem ou Upcycle						
Conheço	14,50%	15,61%	11,73%	14,53%	33,26%	18,83%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	39,29%	49,73%	29,42%	14,33%	9,53%	22,81%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	46,22%	34,66%	58,85%	71,14%	57,20%	58,36%

Legenda: N - Norte; NE - Nordeste; CO - Centro-Oeste; SE - Sudeste; S - Sul; BR - Brasil.

Ao avaliar o grau de entendimento dos pequenos negócios a respeito de economia circular nas diferentes regiões brasileiras, percebeu-se que empresas localizadas nas regiões Norte (19,12%), Nordeste (18,33%) e Centro-Oeste (18,31%) têm uma maior familiaridade com o tema. Em contraste, as regiões Sudeste e Sul apresentaram índices inferiores de conhecimento sobre o assunto, com 16,60% e 13,68%, respectivamente.

Por outro lado, os maiores índices dos que declararam não conhecer ou nunca terem ouvido falar sobre economia circular estão situados nos territórios Sudeste (45,4%) e Sul (43,94%), seguidos pelo Centro-Oeste, com 40,53%, enquanto as empresas do Nordeste e Norte possuem os menores resultados, 24,14% e 23,32% respectivamente.

Ao nível nacional, constatou-se que 38,93% dos entrevistados não possuem conhecimento ou nunca ouviram falar sobre economia circular, enquanto quase metade dos entrevistados (44,43%) afirmaram já ter ouvido falar do conceito, porém não o compreendem completamente. Esses números destacam o alto índice da falta de conhecimento adequado sobre o que é e como adotar a economia circular nas micro e pequenas empresas, apresentando assim um desafio significativo para sua disseminação e conscientização.

Apesar disso, o conhecimento sobre as Estratégias-R (reparar, reutilizar, redistribuir, renovar, remanufaturar e reciclar) é significativamente maior quando comparado ao grau de conhecimento em relação à economia circular, uma vez que 61,27% das empresas declararam conhecer o assunto, sendo as regiões Sudeste e Sul obtiveram os maiores percentuais, com 71,21% e 71,40%, respectivamente.

Quando questionados em relação à Logística Reversa, 20,02% dos pequenos negócios afirmaram conhecer este conceito, com destaque para as regiões Nordeste (22,87%), Sudeste (22,83%) e Norte (22,06%). Por outro lado, o conceito de Superciclagem ou Upcycle é notavelmente mais conhecido entre as empresas localizadas na região Sul, onde 33,26% afirmaram conhecê-lo, um percentual significativamente mais alto em comparação com outras regiões do país, que apresentam índices em torno de 15%. Em relação aos demais termos pesquisados, são destaques entre as regiões do país:

- **Norte:** 20,80% possuem conhecimento sobre os termos “Ciclo biológico e ciclo técnico”, enquanto 40,76% não conhecem (conhecem menos) o termo “Transição justa para a economia circular”.
- **Nordeste:** 21,23% possuem conhecimento sobre os termos “Ciclo biológico e ciclo técnico”, enquanto 32,12% não conhecem (conhecem menos) o termo “Do Berço ao Berço”.

Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 1

- **Centro-Oeste:** 16,67% possuem conhecimento sobre o termo “Design circular de produtos e serviços”, enquanto 55,97% não conhecem (conhecem menos) o termo “Do Berço ao Berço”.
- **Sudeste:** 14,01% possuem conhecimento sobre o termo “Ciclo biológico e ciclo técnico”, enquanto 72,24% não conhecem (conhecem menos) o termo “Transição justa para a economia circular”.
- **Sul:** 7,05% possuem conhecimento sobre o termo “Ciclo biológico e ciclo técnico”, enquanto 73,26% não conhecem (conhecem menos) o termo “Transição justa para a economia circular”, repetindo o mesmo cenário do Sudeste.



Análise comparativa por setor de atuação – grau de conhecimento sobre economia circular das Empresas de Pequeno Porte (EPP) e Microempresas (ME)

Tabela 3: Análise comparativa do grau de conhecimento sobre economia circular e seus termos por setor econômico de atuação

	Agropecuária	Comércio	Construção Civil	Indústria	Serviços	BR
1 – Em relação à economia circular, qual é o seu grau de conhecimento sobre o assunto?						
Conheço	26,16%	12,04%	20,06%	36,34%	16,55%	17,36%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	45,35%	38,92%	57,61%	42,61%	42,05%	42,14%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	28,49%	49,05%	22,33%	21,05%	41,40%	40,51%
2 – Dos termos a seguir, qual é o seu grau de conhecimento sobre eles?						
2.1 – Estratégias - R: reparar, reutilizar, redistribuir, renovar, remanufaturar e reciclar						
Conheço	60,47%	63,17%	60,52%	64,41%	65,54%	63,73%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	23,84%	23,66%	28,48%	26,82%	22,28%	23,94%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	15,70%	13,17%	11,00%	8,77%	12,19%	12,33%
2.2 – Logística reversa						
Conheço	28,49%	15,85%	23,62%	35,59%	19,69%	20,38%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	35,47%	41,78%	43,37%	41,35%	38,10%	40,37%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	36,05%	42,37%	33,01%	23,06%	42,21%	39,24%
2.3 – Ciclo de vida dos materiais "Berço ao Berço"						
Conheço	15,70%	7,75%	15,86%	23,31%	9,60%	11,01%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	32,56%	31,11%	44,98%	45,36%	33,66%	34,63%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	51,74%	61,14%	39,16%	31,33%	56,74%	54,36%
2.4 – Ciclo biológico e ciclo técnico						
Conheço	19,77%	11,08%	16,83%	22,81%	14,85%	14,41%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	34,88%	29,26%	42,72%	42,61%	31,23%	32,66%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	45,35%	59,65%	40,45%	34,59%	53,91%	52,94%
2.5 – Design circular de produtos e serviços						
Conheço	18,60%	10,07%	16,83%	23,56%	11,38%	12,85%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	34,88%	27,35%	37,86%	38,85%	28,41%	30,10%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	46,51%	62,57%	45,31%	37,59%	60,21%	57,05%
2.6 – Produção regenerativa						
Conheço	26,16%	7,57%	18,77%	27,32%	12,19%	12,90%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	25,00%	26,82%	38,19%	34,59%	26,15%	28,26%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	48,84%	65,61%	43,04%	38,10%	61,66%	58,84%
2.7 – Transição justa para a economia circular						
Conheço	20,35%	6,50%	17,15%	21,80%	9,36%	10,53%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	26,16%	22,53%	36,89%	33,08%	25,10%	25,81%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	53,49%	70,98%	45,95%	45,11%	65,54%	63,66%
2.8 – Superciclagem ou Upcycle						
Conheço	27,33%	13,59%	28,48%	18,80%	23,24%	19,12%
Já ouvi dizer, mas não compreendo do assunto	27,91%	16,87%	33,98%	31,83%	17,35%	20,49%
Não conheço, nunca ouvi falar do assunto	44,77%	69,55%	37,54%	49,37%	59,40%	60,39%

Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 1

Ao analisar os diferentes setores econômicos em relação ao seu nível de compreensão sobre economia circular, destacam-se alguns que superaram a média nacional de 17,36%. Notavelmente, os segmentos mais proeminentes são: indústria, com 36,34%; agropecuária, com 26,16%; e construção civil, com 20,06%. É importante ressaltar que o setor de comércio apresenta o menor grau de conhecimento sobre economia circular entre todos os analisados, com apenas 12,04% dos entrevistados declarando estar familiarizados com o tema.

Quando se trata daqueles que afirmaram desconhecer ou nunca terem ouvido falar sobre o tópico em questão, os setores de comércio e serviços ocupam as primeiras posições, com taxas de 49,05% e 41,40%, respectivamente, ultrapassando a média nacional de 40,51%. Em contrapartida, a indústria é o setor econômico com o menor percentual neste aspecto, com apenas 21,05% dos respondentes que afirmaram não conhecer ou nunca terem ouvido falar de economia circular.

Já o termo Estratégias-R (reparar, reutilizar, redistribuir, renovar, remanufaturar e reciclar) se destacou entre todos os setores da economia analisados, que afirmaram ter conhecimento sobre o assunto. Os índices alcançaram seu maior patamar no setor de serviços (65,54%) e os menores nos setores da agropecuária (60,47%) e construção civil (60,52%). Em relação aos demais termos pesquisados, destacam-se os seguintes setores da economia:

- **Agropecuária:** 28,49% possuem conhecimento sobre os termos “Logística reversa” e “Superciclagem (Upcycle)”, enquanto 53,49% não conhecem (conhecem menos) o termo “Transição justa para a economia circular”.
- **Comércio:** 15,85% possuem conhecimento sobre o termo “Logística reversa”, enquanto 70,98% não conhecem (conhecem menos) o termo “Transição justa para a economia circular”.
- **Construção Civil:** 28,48% possuem conhecimento sobre o termo “Superciclagem (Upcycle)”, enquanto 45,95% não conhecem (conhecem menos) o termo “Transição justa para a economia circular”.
- **Indústria:** 35,59% possuem conhecimento sobre o termo “Logística reversa”, enquanto 49,37% não conhecem (conhecem menos) o termo “Superciclagem (Upcycle)”.
- **Serviços:** 23,24% possuem conhecimento sobre o termo “Superciclagem (UpCycle)”, enquanto 65,54% não conhecem (conhecem menos) o termo “Transição justa para a economia circular”.

Assim, com exceção do termo Estratégias-R, os demais conceitos abordados na pesquisa ainda são pouco conhecidos nos diversos setores econômicos em que atuam as micro e pequenas empresas brasileiras. Isso ocorre tanto pelo fato de muitos não conhecerem ou nunca terem ouvido falar do assunto, quanto por já ouvirem falar, mas não compreenderem completamente o tema.



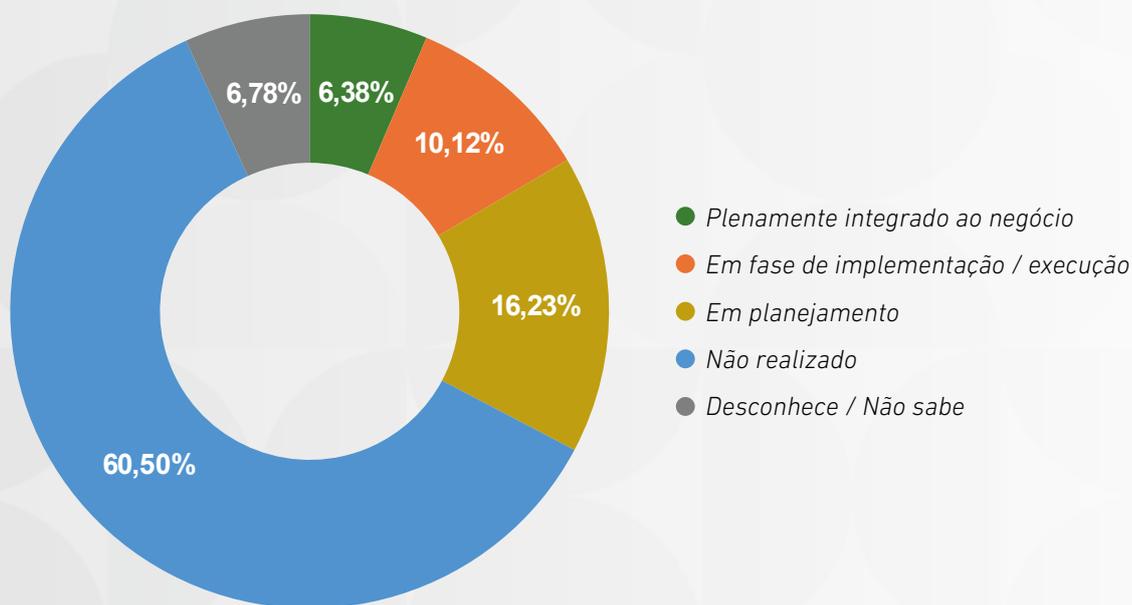
Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 2

5.2. Bloco 2 – Gestão estratégica e práticas de economia circular adotadas pela empresa

A incorporação da economia circular na estratégia e no planejamento do negócio torna-se um fator essencial para a promoção da sustentabilidade e o impulsionamento da competitividade. Dessa forma, ao analisar a adoção da economia circular em seu planejamento estratégico, 60,50% das micro e pequenas empresas entrevistadas declararam não ter incorporado em seu processo, iniciativas circulares de curto, médio e longo prazo, enquanto 6,78% desconhecem a existência de plano com esse tema.

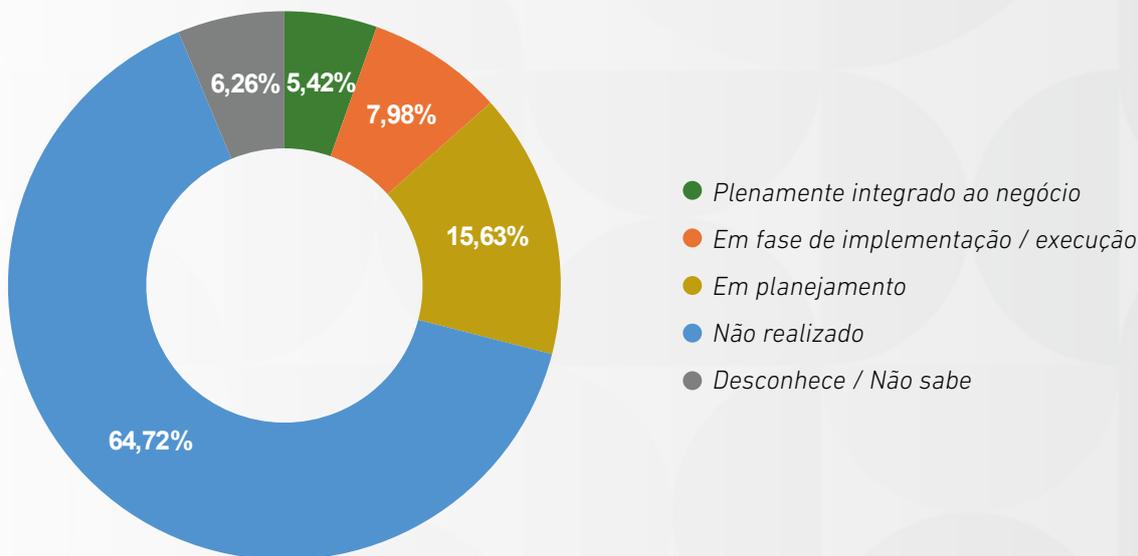
Contudo, 32,73% dos pequenos empresários já começaram a trabalhar o tema estrategicamente, sendo que 6,38% já o incorporaram plenamente ao negócio, 10,12% estão em fase de implementação e outros 16,23% em fase de planejamento.

A empresa possui plano de ação estratégico com objetivos de curto, médio e longo prazo referentes à adoção de iniciativas circulares?



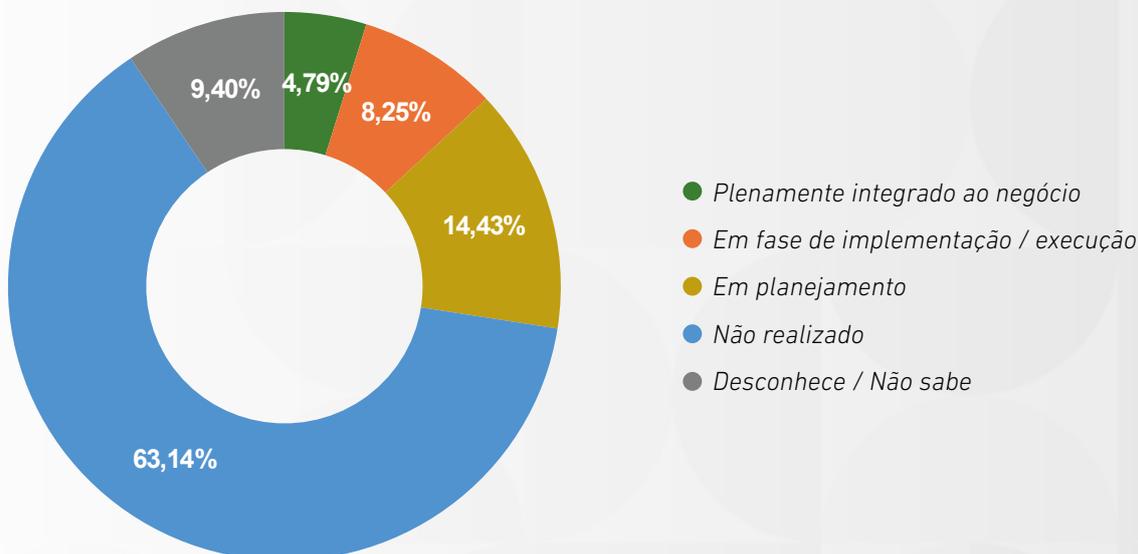
Quanto à incorporação da economia circular na missão, visão e valores, 64,72% declararam não ter realizado e 6,26% desconhecem a existência. Por outro lado, 29,03% dos respondentes da pesquisa disseram já trabalhar o tema na cultura da empresa, sendo que 5,42% já o incorporaram plenamente, 7,98% estão em fase de implantação e 15,63% em planejamento.

A empresa incorpora conceitos de Economia Circular em sua missão, visão e valores a fim de promover a cultura circular na organização?



Em relação à incorporação da economia circular nos processos de compras sustentáveis, verifica-se que 63,14% declararam não ter realizado e 9,40% desconhecem a existência. Já 27,47% dos respondentes da pesquisa afirmaram trabalharem o tema na cultura da empresa, sendo que 4,79% já o incorporaram plenamente, 8,25% estão em fase de implantação e 14,43% em planejamento.

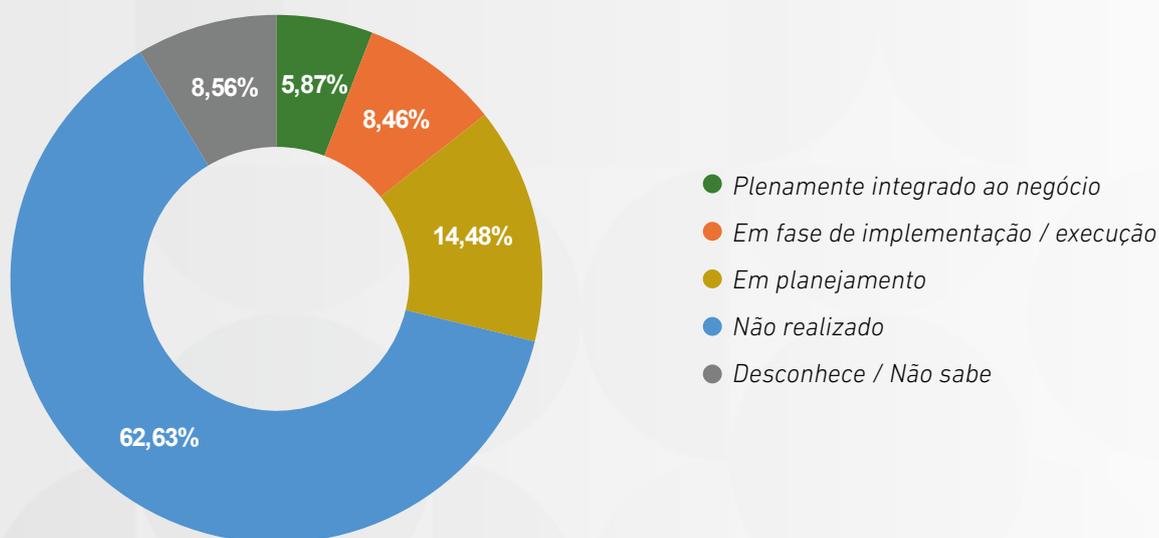
A empresa adota requisitos alinhados aos princípios da Economia Circular para realizar compras sustentáveis?



Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 2

Quanto à conscientização dos funcionários, verificou-se que 62,63% declararam não terem realizado e 8,56% desconhecem a existência. Dos respondentes, 5,87% afirmaram que o tema encontra-se plenamente incorporado ao negócio, 8,46% estão em fase de implantação e 14,48% em planejamento.

A empresa realiza a conscientização de funcionários, por meio de treinamentos sobre Economia Circular?



Ao analisar a adoção de práticas de economia circular realizadas no dia a dia da empresa, destacam-se os seguintes índices:

- Digitalização de produtos e serviços: 39,38%.
- Programas de reciclagem e conscientização de funcionários para separação e destinação correta de materiais: 35,26%.
- Extensão da vida útil de produtos e serviços: 30,68%.

Os índices mais baixos apresentados estão relacionados à implementação de estratégias de economia circular por meio da utilização de tecnologias de baixo carbono para reduzir ou eliminar as emissões de CO₂, representando 11,94%, e à adoção de um modelo de negócio baseado na abordagem de produto como serviço (PSS), com 12,68%.

No entanto, 28,36% das empresas planejam adotar tecnologias de baixo carbono para reduzir ou eliminar as emissões de CO₂. Esta prática de economia circular registra o maior índice de intenção de realização em comparação com as demais apresentadas.

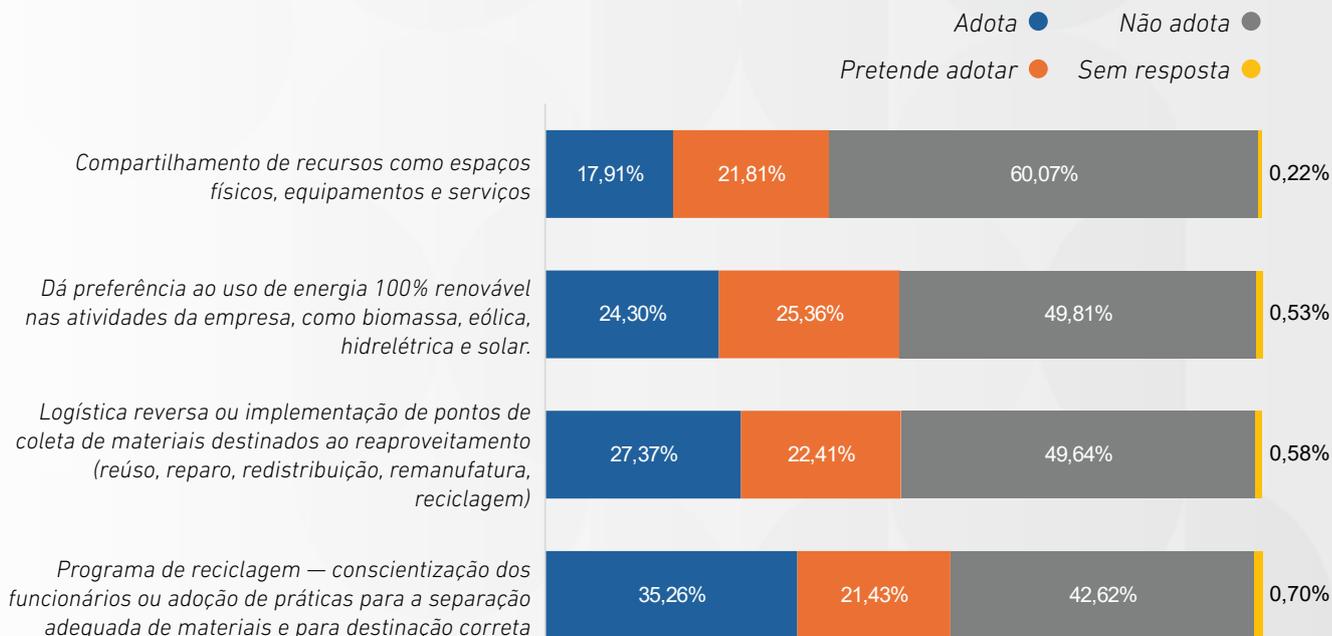
Quando comparada à implementação de programas de reciclagem, que envolvem práticas de separação apropriada de materiais e destinação adequada, a porcentagem de empresas que não adotam essa prática é de 42,62%. Isso pode indicar uma dificuldade na adoção de uma cultura alinhada à Política Nacional de Resíduos Sólidos, estabelecida no Brasil desde 2010.

Além disso, 55,87% das empresas não implementam o conceito de desenho circular para seus produtos e serviços, e 53,19% não promovem e nem possuem preferência por produtos reutilizáveis, biodegradáveis, compostáveis e regenerativos.

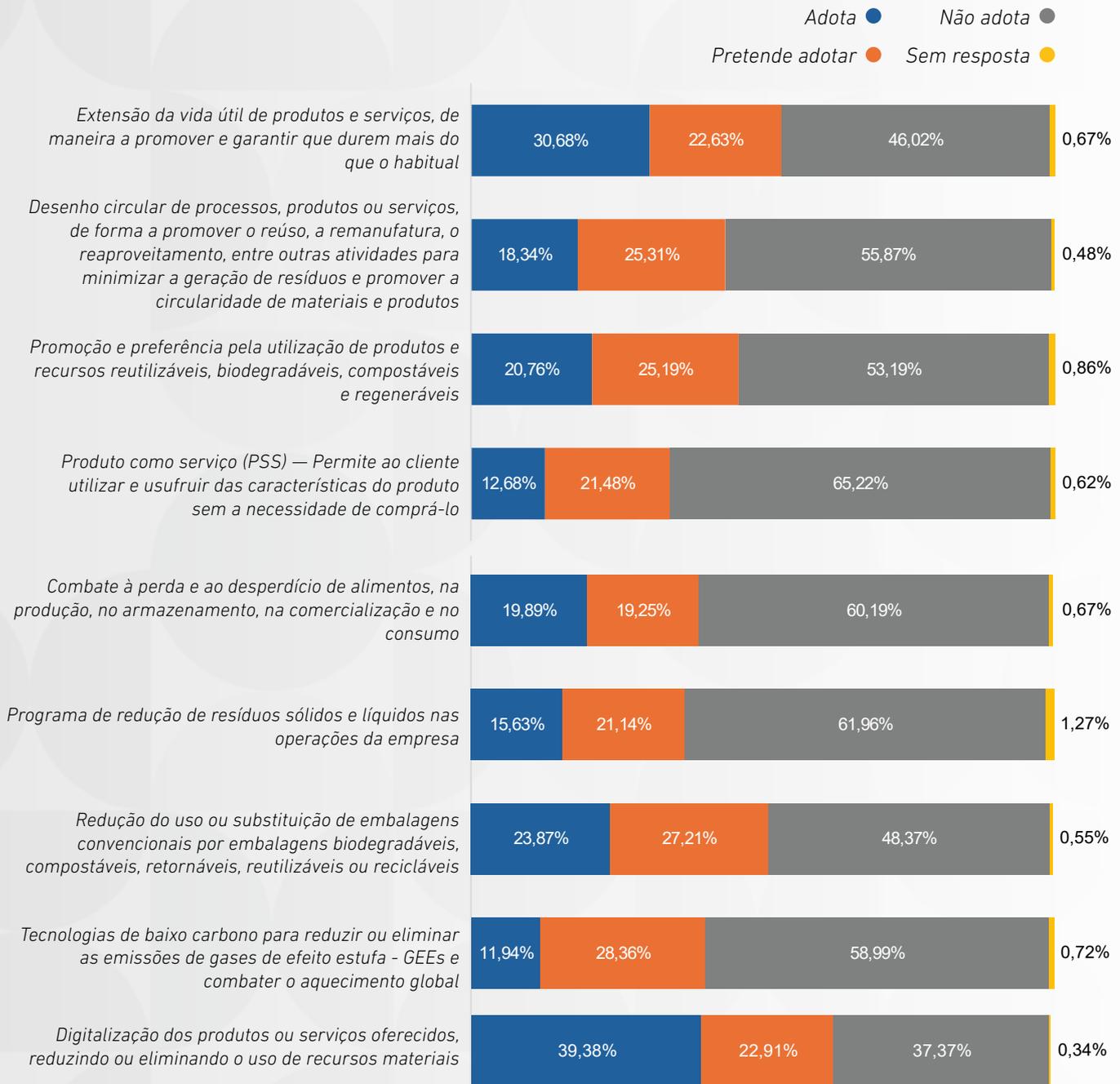
Práticas menos adotadas por micro e pequenas empresas:

- PSS – Produto como serviço, 65,22% não adotam;
- Programa de redução de resíduos sólidos e líquidos, 61,96% não adotam;
- Combate à perda e ao desperdício de alimentos, 60,19% não adotam;
- Compartilhamento de recursos como espaços físicos, equipamentos e serviços, 60,07% não adotam.

A empresa adota práticas e procedimentos de Economia Circular, tais como:



Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 2

A empresa adota práticas e procedimentos de Economia Circular, tais como:

Análise comparativa por região – gestão estratégica circular nas Empresas de Pequeno Porte (EPP) e Microempresas (ME)

Tabela 4: Análise comparativa de incorporação da circularidade na gestão estratégica da empresa por região do país.

	N	NE	CO	SE	S	BR
3 – A empresa possui plano de ação estratégico com objetivos de curto, médio e longo prazo referentes à adoção de iniciativas circulares?						
Desconhece / Não sabe	6,09%	8,89%	7,00%	7,00%	3,94%	6,42%
Em fase de implementação / execução	16,81%	20,51%	11,93%	5,45%	4,97%	9,53%
Em planejamento	25,63%	27,22%	14,40%	12,00%	10,78%	15,70%
Não realizado	41,60%	31,40%	59,05%	69,97%	79,17%	62,21%
Plenamente integrado ao negócio	9,87%	11,98%	7,61%	5,58%	1,14%	6,14%
4 – A empresa incorpora conceitos de Economia Circular em sua missão, visão e valores a fim de promover a cultura circular na organização?						
Desconhece / Não sabe	5,88%	7,44%	5,76%	7,13%	3,11%	5,90%
Em fase de implementação / execução	14,71%	18,15%	8,02%	4,67%	3,42%	7,81%
Em planejamento	27,31%	29,58%	17,70%	9,66%	9,12%	15,32%
Não realizado	41,81%	35,39%	61,93%	74,51%	83,21%	65,85%
Plenamente integrado ao negócio	10,29%	9,44%	6,58%	4,02%	1,14%	5,12%
5 – A empresa adota requisitos alinhados aos princípios da Economia Circular para realizar compras sustentáveis?						
Desconhece / Não sabe	6,72%	12,16%	9,88%	9,79%	5,28%	8,68%
Em fase de implementação / execução	16,81%	16,88%	10,70%	4,54%	3,63%	8,21%
Em planejamento	26,05%	25,95%	16,26%	9,01%	8,91%	14,20%
Não realizado	40,97%	35,21%	59,47%	73,09%	80,93%	64,33%
Plenamente integrado ao negócio	9,45%	9,80%	3,70%	3,57%	1,24%	4,58%
6 – A empresa realiza a conscientização de funcionários, por meio de treinamentos sobre Economia Circular?						
Desconhece / Não sabe	6,93%	11,08%	8,64%	8,83%	3,94%	7,71%
Em fase de implementação / execução	14,08%	16,33%	8,64%	5,77%	4,56%	8,26%
Em planejamento	27,31%	27,22%	17,28%	8,56%	9,74%	14,68%
Não realizado	40,13%	35,39%	61,74%	72,89%	78,24%	63,81%
Plenamente integrado ao negócio	11,55%	9,98%	3,70%	3,96%	3,52%	5,55%

Legenda: N - Norte; NE - Nordeste; CO - Centro-Oeste; SE - Sudeste; S - Sul; BR - Brasil.

Ao analisar as diferentes regiões brasileiras, foi observada uma uniformidade entre as empresas que não integraram práticas de economia circular em seu planejamento estratégico, especialmente no que diz respeito à ausência de um plano de ação com prazos pré-definidos. Segue abaixo os índices de não implementação:

- Região Norte: 41,60%
- Região Nordeste: 31,40%
- Região Centro-Oeste: 59,05%
- Região Sudeste: 69,97%
- Região Sul: 79,17%

Um cenário semelhante é verificado em relação às demais estratégias adotadas pelas empresas.



Análise comparativa por região – adoção de práticas circulares nas Empresas de Pequeno Porte (EPP) e Microempresas (ME)

Tabela 5: Análise comparativa das práticas e processos circulares adotados pelas empresas por região do país.

	N	NE	CO	SE	S	BR
7 – A empresa adota práticas e procedimentos de Economia Circular, tais como:						
7.1 – Compartilhamento de recursos como espaços físicos, equipamentos e serviços						
Adota	28,36%	25,64%	19,55%	13,87%	8,30%	16,55%
Não adota	33,61%	22,73%	53,70%	74,02%	82,26%	61,71%
Pretende adotar	38,03%	51,64%	26,75%	12,11%	9,44%	21,73%
7.2 – Dá preferência ao uso de energia 100% renovável nas atividades da empresa, como biomassa, eólica, hidrelétrica e solar						
Adota	32,42%	17,64%	13,28%	29,05%	21,79%	24,24%
Não adota	28,63%	26,36%	60,17%	58,03%	60,06%	50,93%
Pretende adotar	38,95%	56,00%	26,56%	12,92%	18,14%	24,84%
7.3 – Logística reversa ou implementação de pontos de coleta de materiais destinados ao reaproveitamento (reúso, reparo, redistribuição, remanufatura, reciclagem)						
Adota	30,17%	18,61%	14,43%	31,07%	31,56%	27,35%
Não adota	34,18%	29,20%	58,14%	57,29%	55,52%	50,38%
Pretende adotar	35,65%	52,19%	27,42%	11,64%	12,92%	22,27%
7.4 – Programa de reciclagem — conscientização dos funcionários ou adoção de práticas para a separação adequada de materiais e para destinação correta						
Adota	37,26%	20,99%	16,77%	43,17%	40,81%	35,69%
Não adota	30,32%	26,70%	54,45%	46,11%	47,98%	43,05%
Pretende adotar	32,42%	52,30%	28,78%	10,73%	11,21%	21,26%
7.5 – Extensão da vida útil de produtos e serviços, de maneira a promover e garantir que durem mais do que o habitual						
Adota	34,11%	21,49%	14,79%	40,83%	26,62%	30,84%
Não adota	28,00%	28,23%	57,92%	46,38%	61,17%	46,63%
Pretende adotar	37,89%	50,27%	27,29%	12,79%	12,21%	22,53%
7.6 – Desenho circular de processos, produtos ou serviços, de forma a promover o reúso, a remanufatura, o reaproveitamento, entre outras atividades para minimizar a geração de resíduos e promover a circularidade de materiais e produtos						
Adota	24,68%	17,88%	10,77%	22,23%	11,32%	17,92%
Não adota	35,65%	27,01%	59,42%	63,49%	72,90%	56,97%
Pretende adotar	39,66%	55,11%	29,81%	14,28%	15,78%	25,11%
7.7 – Promoção e preferência pela utilização de produtos e recursos reutilizáveis, biodegradáveis, compostáveis e regeneráveis						
Adota	22,77%	16,30%	9,94%	24,52%	21,23%	20,63%
Não adota	35,32%	30,22%	63,56%	60,26%	62,85%	54,23%
Pretende adotar	41,91%	53,48%	26,50%	15,21%	15,92%	25,14%
7.8 – Produto como serviço (PSS) — Permite ao cliente utilizar e usufruir das características do produto sem a necessidade de comprá-lo. Exemplos incluem aluguel de veículos, serviços de música e filme por streaming e sistemas de lavanderia						
Adota	17,89%	14,13%	10,02%	14,56%	5,71%	12,22%
Não adota	41,68%	33,39%	65,55%	73,37%	86,40%	66,35%
Pretende adotar	40,42%	52,48%	24,43%	12,08%	7,89%	21,43%

Legenda: N - Norte; NE - Nordeste; CO - Centro-Oeste; SE - Sudeste; S - Sul; BR - Brasil.

Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 2

	N	NE	CO	SE	S	BR
7.9 – Combate à perda e ao desperdício de alimentos, na produção, no armazenamento, na comercialização e no consumo						
Adota	33,97%	17,98%	7,64%	20,93%	16,25%	19,29%
Não adota	35,86%	31,19%	68,39%	70,05%	75,10%	61,54%
Pretende adotar	30,17%	50,83%	23,97%	9,03%	8,65%	18,92%
7.10 – Programa de redução de resíduos sólidos e líquidos nas operações da empresa						
Adota	24,89%	12,45%	9,75%	15,05%	15,46%	15,19%
Não adota	37,45%	31,23%	67,01%	73,17%	76,87%	62,87%
Pretende adotar	37,66%	56,32%	23,24%	11,78%	7,68%	21,11%
7.11 – Redução do uso ou substituição de embalagens convencionais por embalagens biodegradáveis, compostáveis, retornáveis, reutilizáveis ou recicláveis						
Adota	26,26%	16,24%	13,64%	23,48%	31,22%	23,46%
Não adota	30,25%	29,74%	60,12%	58,47%	49,53%	49,18%
Pretende adotar	43,49%	54,01%	26,24%	18,05%	19,25%	27,26%
7.12 – Tecnologias de baixo carbono para reduzir ou eliminar as emissões de gases de efeito estufa - GEEs e combater o aquecimento global						
Adota	20,51%	14,94%	9,73%	8,98%	10,01%	11,47%
Não adota	30,23%	32,24%	66,67%	71,43%	69,24%	59,87%
Pretende adotar	49,26%	52,82%	23,60%	19,59%	20,75%	28,36%
7.13 – Digitalização dos produtos ou serviços oferecidos, reduzindo ou eliminando o uso de recursos materiais						
Adota	36,42%	16,58%	13,20%	54,60%	44,04%	39,73%
Não adota	22,53%	27,69%	61,65%	36,40%	39,07%	37,31%
Pretende adotar	41,05%	55,74%	25,15%	9,00%	16,89%	23,09%

No que diz respeito à implementação de práticas e procedimentos relacionados à economia circular, destacaram-se o programa de reciclagem para conscientização dos funcionários ou práticas para a separação adequada de materiais e sua destinação correta, aplicados por 35,69% dos respondentes.

Na região Sudeste, essa ação é adotada por 43,17% dos respondentes, enquanto na região Sul é empregada por 40,81%. Já a digitalização de produtos e serviços para eliminação de recursos naturais é assumida por 39,73% do valor total da amostra, destacando-se as regiões Sul (44,04%) e Sudeste (54,60%). A extensão da vida útil de produtos e serviços, visando a promover sua durabilidade além do habitual, é realizada por 30,84% dos entrevistados, com os maiores índices observados nas regiões Sudeste (40,83%) e Norte (34,11%).

Análise comparativa por setores de atuação – gestão estratégica circular nas Empresas de Pequeno Porte (EPP) e Microempresas (ME)

Tabela 6: Análise comparativa de incorporação da circularidade na gestão estratégica da empresa por setor econômico de atuação.

	Agropecuária	Comércio	Construção Civil	Indústria	Serviços	BR
3 – A empresa possui plano de ação estratégico com objetivos de curto, médio e longo prazo referentes à adoção de iniciativas circulares?						
Desconhece / Não sabe	6,98%	5,36%	9,71%	8,77%	5,65%	6,24%
Em fase de implementação / execução	16,28%	4,59%	15,53%	18,80%	6,70%	8,19%
Em planejamento	13,95%	11,26%	20,39%	28,82%	11,38%	14,01%
Não realizado	43,60%	75,86%	44,34%	26,32%	71,83%	65,31%
Plenamente integrado ao negócio	19,19%	2,92%	10,03%	17,29%	4,44%	6,24%
4 – A empresa incorpora conceitos de Economia Circular em sua missão, visão e valores a fim de promover a cultura circular na organização?						
Desconhece / Não sabe	6,98%	4,95%	9,39%	7,02%	5,89%	5,93%
Em fase de implementação / execução	11,63%	4,41%	11,33%	17,29%	4,84%	6,79%
Em planejamento	15,12%	10,43%	22,65%	22,81%	12,03%	13,46%
Não realizado	48,26%	77,95%	46,93%	39,60%	73,28%	68,53%
Plenamente integrado ao negócio	18,02%	2,26%	9,71%	13,28%	3,95%	5,29%
5 – A empresa adota requisitos alinhados aos princípios da Economia Circular para realizar compras sustentáveis?						
Desconhece / Não sabe	12,21%	6,73%	12,30%	10,28%	8,31%	8,32%
Em fase de implementação / execução	10,47%	4,77%	11,00%	20,30%	5,41%	7,37%
Em planejamento	16,28%	9,83%	19,42%	21,30%	10,98%	12,48%
Não realizado	43,02%	76,64%	49,51%	36,34%	71,99%	67,16%
Plenamente integrado ao negócio	18,02%	2,03%	7,77%	11,78%	3,31%	4,66%
6 – A empresa realiza a conscientização de funcionários, por meio de treinamentos sobre Economia Circular?						
Desconhece / Não sabe	10,47%	5,90%	12,94%	8,52%	7,34%	7,43%
Em fase de implementação / execução	9,30%	4,65%	13,59%	18,55%	5,73%	7,40%
Em planejamento	19,77%	9,65%	20,39%	22,56%	11,46%	12,93%
Não realizado	45,93%	76,10%	45,31%	36,34%	71,27%	66,47%
Plenamente integrado ao negócio	14,53%	3,69%	7,77%	14,04%	4,20%	5,77%

Os setores da economia que registraram os maiores índices e afirmaram integrar os conceitos da economia circular em seus planos de ação estratégicos são a agropecuária (19,19%), indústria (17,29%) e a construção civil (10,03%). As empresas que afirmaram estar em fase de planejamento e em implementação/execução deste processo, equivalem a um total de (47,62%) na indústria, construção civil (35,92%), e agropecuária (30,23%). Os setores de serviços e comércio são os que têm menor adesão, com 18,08% e 15,85%, respectivamente.

Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 2

Análise comparativa por setores de atuação – adoção de práticas circulares nas Empresas de Pequeno Porte (EPP) e Microempresas (ME)

Tabela 7: Análise comparativa das práticas e processos circulares adotados pelas empresas por setor econômico de atuação

	Agropecuária	Comércio	Construção Civil	Indústria	Serviços	BR
7 – A empresa adota práticas e procedimentos de Economia Circular, tais como:						
7.1 – Compartilhamento de recursos como espaços físicos, equipamentos e serviços						
Adota	29,07%	9,26%	24,60%	28,64%	18,61%	16,50%
Não adota	43,60%	76,88%	42,39%	38,19%	64,97%	64,61%
Pretende adotar	27,33%	13,86%	33,01%	33,17%	16,42%	18,90%
7.2 – Dá preferência ao uso de energia 100% renovável nas atividades da empresa, como biomassa, eólica, hidrelétrica e solar						
Adota	33,14%	18,98%	30,74%	51,01%	21,53%	24,79%
Não adota	36,05%	63,78%	33,98%	18,09%	57,43%	53,19%
Pretende adotar	30,81%	17,24%	35,28%	30,90%	21,04%	22,01%
7.3 – Logística reversa ou implementação de pontos de coleta de materiais destinados ao reaproveitamento (reúso, reparo, redistribuição, remanufatura, reciclagem)						
Adota	36,63%	24,44%	26,30%	47,24%	25,69%	27,96%
Não adota	40,12%	60,30%	38,64%	23,87%	56,83%	52,64%
Pretende adotar	23,26%	15,26%	35,06%	28,89%	17,48%	19,40%
7.4 – Programa de reciclagem — conscientização dos funcionários ou adoção de práticas para a separação adequada de materiais e para destinação correta						
Adota	41,52%	37,22%	28,57%	51,26%	33,33%	36,93%
Não adota	34,50%	49,94%	35,39%	21,86%	48,98%	44,78%
Pretende adotar	23,98%	12,84%	36,04%	26,88%	17,69%	18,29%
7.5 – Extensão da vida útil de produtos e serviços, de maneira a promover e garantir que durem mais do que o habitual						
Adota	36,05%	27,58%	25,41%	42,71%	35,09%	31,84%
Não adota	30,81%	58,93%	37,29%	24,12%	47,20%	48,41%
Pretende adotar	33,14%	13,49%	37,29%	33,17%	17,71%	19,75%
7.6 – Desenho circular de processos, produtos ou serviços, de forma a promover o reúso, a remanufatura, o reaproveitamento, entre outras atividades para minimizar a geração de resíduos e promover a circularidade de materiais e produtos						
Adota	28,65%	12,87%	22,73%	30,40%	27,63%	18,05%
Não adota	45,03%	70,32%	42,86%	27,64%	46,30%	59,38%
Pretende adotar	26,32%	16,82%	34,42%	41,96%	26,07%	22,57%
7.7 – Promoção e preferência pela utilização de produtos e recursos reutilizáveis, biodegradáveis, compostáveis e regeneráveis						
Adota	36,05%	17,74%	14,89%	30,40%	21,99%	21,07%
Não adota	36,05%	63,85%	43,04%	34,17%	59,20%	56,22%
Pretende adotar	27,91%	18,41%	42,07%	35,43%	18,81%	22,72%

	Agropecuária	Comércio	Construção Civil	Indústria	Serviços	BR
7.8 – Produto como serviço (PSS) — Permite ao cliente utilizar e usufruir das características do produto sem a necessidade de comprá-lo. Exemplos incluem aluguel de veículos, serviços de música e filme por streaming e sistemas de lavanderia						
Adota	18,02%	7,50%	11,65%	18,84%	15,40%	12,09%
Não adota	52,91%	79,77%	52,10%	48,74%	68,30%	69,27%
Pretende adotar	29,07%	12,73%	36,25%	32,41%	16,30%	18,64%
7.9 – Combate à perda e ao desperdício de alimentos, na produção, no armazenamento, na comercialização e no consumo						
Adota	31,40%	19,45%	20,78%	38,79%	11,53%	19,55%
Não adota	45,35%	69,66%	47,73%	36,27%	73,30%	64,43%
Pretende adotar	23,26%	10,90%	31,49%	24,94%	15,18%	16,02%
7.10 – Programa de redução de resíduos sólidos e líquidos nas operações da empresa						
Adota	22,67%	14,66%	13,27%	23,81%	13,34%	15,46%
Não adota	48,84%	72,93%	49,84%	44,11%	71,03%	66,23%
Pretende adotar	28,49%	12,41%	36,89%	32,08%	15,63%	18,31%
7.11 – Redução do uso ou substituição de embalagens convencionais por embalagens biodegradáveis, compostáveis, retornáveis, reutilizáveis ou recicláveis						
Adota	34,88%	23,70%	20,78%	35,01%	20,62%	24,15%
Não adota	36,05%	54,11%	40,91%	27,71%	59,01%	51,03%
Pretende adotar	29,07%	22,20%	38,31%	37,28%	20,37%	24,81%
7.12 – Tecnologias de baixo carbono para reduzir ou eliminar as emissões de gases de efeito estufa - GEEs e combater o aquecimento global						
Adota	20,93%	6,33%	23,30%	23,62%	9,59%	11,28%
Não adota	47,67%	72,39%	39,81%	35,18%	66,18%	62,63%
Pretende adotar	31,40%	21,28%	36,89%	41,21%	24,23%	26,09%
7.13 – Digitalização dos produtos ou serviços oferecidos, reduzindo ou eliminando o uso de recursos materiais						
Adota	43,60%	39,95%	30,10%	56,03%	40,52%	41,19%
Não adota	27,91%	44,68%	34,95%	13,57%	41,09%	38,68%
Pretende adotar	28,49%	15,37%	34,95%	30,40%	18,40%	20,13%

É importante destacar a baixa adesão às iniciativas de combate à perda e ao desperdício de alimentos no setor de serviços (11,53%) e comércio (19,45%). Além de ações relacionadas a programas de redução de resíduos sólidos, que também registram baixos índices nos setores de comércio (14,66%), serviços (13,34%) e construção civil (13,27%).

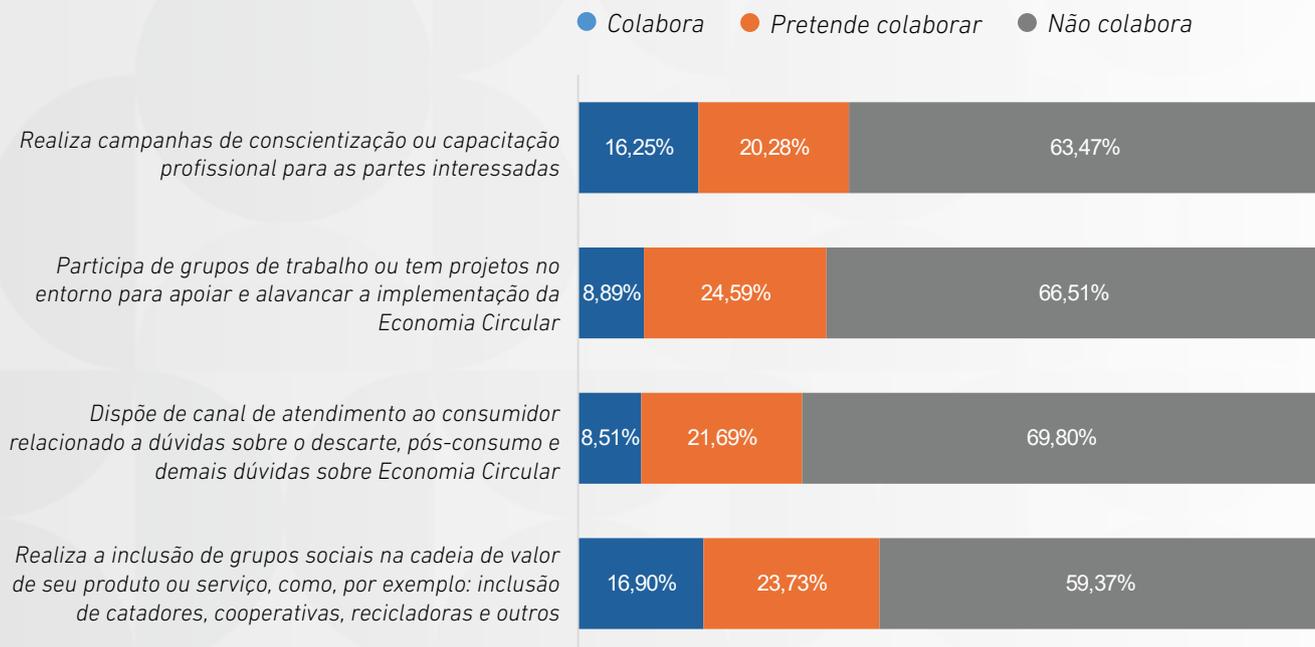
Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 3

5.3. Bloco 3 – Relações da empresa com o público externo para impulsionar práticas de economia circular

Interações entre a empresa e o público externo desempenham um papel crucial no avanço das práticas de economia circular. Ao estabelecer vínculos sólidos com a comunidade, clientes e outras partes interessadas, os pequenos negócios podem promover a conscientização, colaboração e a adoção de iniciativas sustentáveis, visando a reduzir o desperdício e aproveitar recursos de forma eficiente.

Entretanto, foi notada uma baixa proporção de empresas que colaboram com o público externo e outras partes interessadas para impulsionar práticas de economia circular. Entre as ações mais comuns, destaca-se a inclusão de grupos sociais na cadeia de valor (16,90%) e a realização de campanhas de conscientização ou capacitação profissional para as partes interessadas (16,25%).

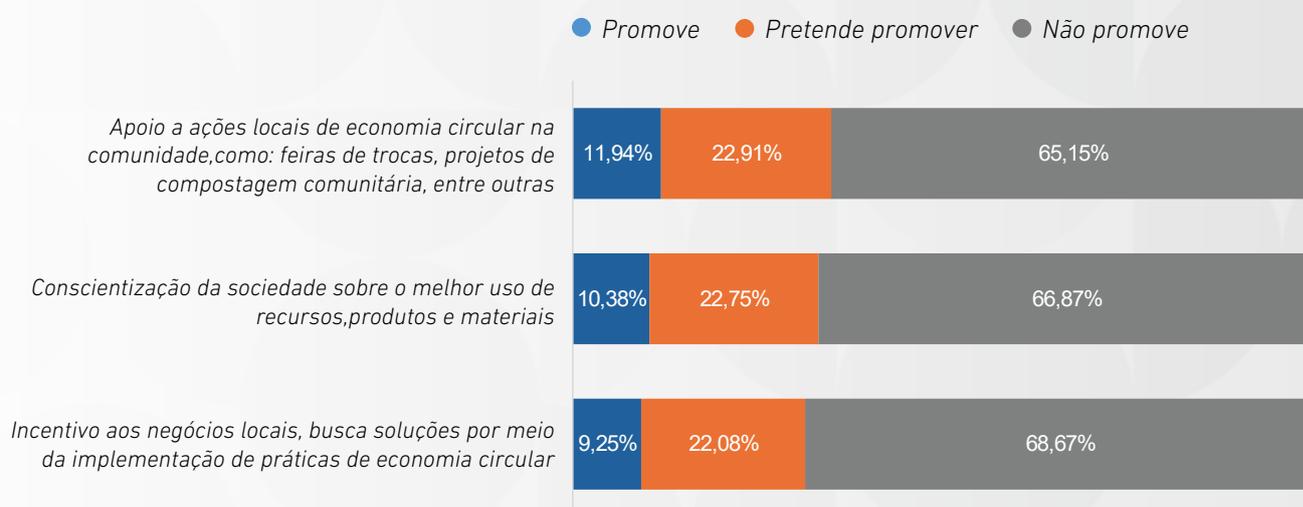
De que forma sua empresa colabora com o público externo e demais partes interessadas para impulsionar práticas de Economia Circular?



Quando levantado o envolvimento da empresa em grupos de trabalho e projetos focados na economia circular, ou da existência de um serviço de atendimento ao cliente dedicado a esse tema, os índices são ainda mais baixos, sendo 8,89% e 8,51%, respectivamente. Em geral, os dados indicam haver um número significativo de empresas que não incentivam práticas de economia circular para o público externo e outros *stakeholders*, variando de 59,37% a 69,80%, dependendo da iniciativa.

Apesar dos baixos índices de iniciativas para impulsionar a economia circular junto ao público externo e outras partes interessadas, observou-se que aproximadamente 22% das empresas manifestaram a intenção de colaborar com iniciativas voltadas a promover práticas circulares. Essas práticas visam beneficiar não apenas o público externo, mas também outras partes interessadas.

Em relação à comunidade local, a empresa promove ações que incentivam a cultura da circularidade, tais como:



Foi observado um baixo índice de empresas que promovem ações para fomentar a cultura da circularidade na comunidade local. A iniciativa mais comumente apoiada pelos empresários é a participação em projetos locais relacionados à economia circular, como feiras de trocas e iniciativas de compostagem comunitária, com 11,94% das empresas envolvidas.

Em seguida, 10,38% destas empresas se dedicam a conscientizar a comunidade sobre o uso eficiente de recursos, produtos e materiais, enquanto 9,25% incentivam os negócios locais a adotarem soluções circulares. Porém, é importante destacar o percentual de empresas, acima de 65%, que não promovem ações que incentivam a cultura da circularidade na comunidade local.

Assim como as empresas que colaboram com projetos para avançar a economia circular junto ao público externo e outras partes interessadas, cerca de 22,75% das empresas estão empenhadas em promover a cultura da circularidade na comunidade local, focando na melhor utilização de recursos, produtos e materiais.

Existe uma grande quantidade tanto de empresas que **não colaboram** com o público externo e outras partes interessadas no sentido de impulsionar práticas de economia circular quanto de empresas que *não promovem* ações que incentivam a cultura da circularidade na comunidade local.

Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 3

Análise comparativa por região – atuação das Empresas de Pequeno Porte (EPP) e Microempresas (ME) com o público externo e a comunidade local

Tabela 8: Análise comparativa das ações da empresa com o público externo e a comunidade local para impulsionar práticas de economia circular por região do país.

	N	NE	CO	SE	S	BR
8 – De que forma sua empresa colabora com o público externo e demais partes interessadas para impulsionar práticas de Economia Circular?						
8.1 – Realiza campanhas de conscientização ou capacitação profissional para as partes interessadas						
Colabora	29,83%	30,13%	19,96%	10,18%	6,01%	15,42%
Não colabora	38,03%	22,87%	57,41%	77,24%	85,91%	64,83%
Pretende colaborar	32,14%	47,01%	22,63%	12,58%	8,08%	19,75%
8.2 – Participa de grupos de trabalho ou tem projetos no entorno para apoiar e alavancar a implementação da Economia Circular						
Colabora	15,13%	17,24%	10,49%	6,23%	2,38%	8,38%
Não colabora	41,18%	28,31%	62,55%	78,60%	88,08%	67,61%
Pretende colaborar	43,70%	54,45%	26,95%	15,18%	9,53%	24,00%
8.3 – Dispõe de canal de atendimento ao consumidor relacionado a dúvidas sobre o descarte, pós-consumo e demais dúvidas sobre Economia Circular						
Colabora	13,66%	12,34%	6,38%	5,64%	6,32%	7,76%
Não colabora	45,80%	37,02%	68,31%	81,97%	84,87%	70,57%
Pretende colaborar	40,55%	50,64%	25,31%	12,39%	8,81%	21,67%
8.4 – Realiza a inclusão de grupos sociais na cadeia de valor de seu produto ou serviço, como, por exemplo: inclusão de catadores, cooperativas, recicladoras e outros						
Colabora	17,86%	19,42%	11,32%	13,04%	21,35%	16,27%
Não colabora	38,24%	31,03%	62,35%	73,67%	64,97%	60,17%
Pretende colaborar	43,91%	49,55%	26,34%	13,29%	13,68%	23,56%
9 – Em relação à comunidade local, a empresa promove ações que incentivam a cultura da circularidade, tais como:						
9.1 – Apoio a ações locais de economia circular na comunidade, como: feiras de trocas, projetos de compostagem comunitária, entre outras						
Não promove	39,92%	26,86%	61,32%	79,77%	83,21%	66,39%
Pretende promover	41,81%	51,18%	22,63%	13,49%	10,78%	22,46%
Promove	18,28%	21,96%	16,05%	6,74%	6,01%	11,14%
9.2 – Conscientização da sociedade sobre o melhor uso de recursos, produtos e materiais						
Não promove	43,07%	31,03%	63,37%	79,25%	86,42%	68,16%
Pretende promover	38,24%	52,09%	27,16%	13,04%	9,95%	22,34%
Promove	18,70%	16,88%	9,47%	7,72%	3,63%	9,50%
9.3 – Incentivo aos negócios locais, busca soluções por meio da implementação de práticas de economia circular						
Não promove	44,75%	29,76%	64,61%	81,65%	88,08%	69,65%
Pretende promover	40,76%	51,54%	24,90%	12,58%	9,22%	21,94%
Promove	14,50%	18,69%	10,49%	5,77%	2,69%	8,41%

Legenda: N - Norte; NE - Nordeste; CO - Centro-Oeste; SE - Sudeste; S - Sul; BR - Brasil.

Nacionalmente, 16,27% das micro e pequenas empresas afirmaram colaborar para incluir grupos sociais em sua cadeia de valor, como catadores, cooperativas, recicladoras e outros. Destacam-se as empresas localizadas na região Sul, que lideram nessa ação com 21,35%, enquanto aquelas localizadas na região Centro-Oeste apresentaram o menor índice, com 11,32%.

Além disso, 15,42% das empresas entrevistadas também afirmaram colaborar com as partes interessadas, realizando campanhas de conscientização e capacitação profissional, com destaque para as regiões Norte e Nordeste (29,83% e 30,13%, respectivamente), seguidas pelo Centro-Oeste (19,96%). Nas três regiões, os valores superam a média nacional.

O menor índice de colaboração com o público externo para impulsionar práticas de economia circular ao nível nacional refere-se à disponibilização de canal de atendimento ao consumidor para tirar dúvidas sobre os temas de economia circular, com apenas 7,76% dos pequenos negócios entrevistados colaboravam com essa ação. Somente as regiões Norte e Nordeste apresentaram índices superiores à média nacional: 13,66% e 12,34%, respectivamente.

Nas regiões Sudeste e Sul, houve baixa disposição entre as empresas que pretendem colaborar com alguma das ações para o público externo e as partes interessadas para impulsionar práticas relacionadas ao tema (grupo de questões 8). Os índices variam entre 15,18%, no melhor cenário, e 8,08%, no pior cenário. Quando comparados aos índices nacionais, encontram-se abaixo da média, que variam de 19,75% a 24,00%, a depender da ação.

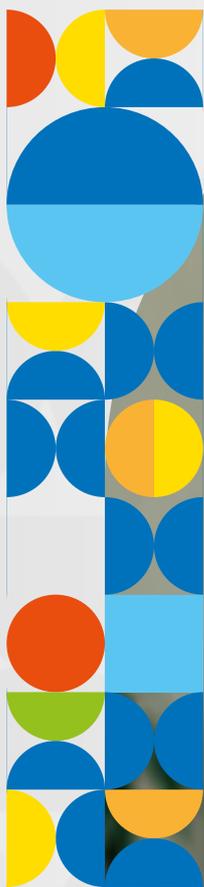
As micro e pequenas empresas do Nordeste são as que mais promovem ações que incentivam a cultura da circularidade na comunidade local, destacando-se o apoio a ações locais em economia circular (21,96%) e o incentivo aos negócios locais na busca de soluções por meio da implementação de práticas de economia circular (18,69%).

Já a região Norte é a que mais promove ações que visam a conscientizar a sociedade sobre o melhor uso de recursos, produtos e materiais (18,70%), e a região Centro-Oeste promove apoio às ações locais de economia circular na comunidade, como feiras de trocas, projetos de compostagem comunitária, entre outras (16,05%).

Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 3

Por outro lado, nas regiões Sudeste e Sul os pequenos negócios lideram em todos os cenários, com índices superiores a 75%, respectivamente, quando o assunto se refere às empresas que não promovem ações que incentivem a cultura da circularidade na comunidade local (grupo de questões 9).

De maneira geral, há pouco engajamento das empresas em relação ao conjunto de ações voltado tanto para o “público externo e as partes interessadas para impulsionar práticas de economia circular” quanto para as “ações que incentivam a cultura da circularidade na comunidade local”. Em nível nacional, mais da metade das micro e pequenas empresas **não colaboram** ou **não promovem** nenhuma das ações apresentadas.



Análise comparativa por setores da economia – atuação das Empresas de Pequeno Porte (EPP) e Microempresas (ME) com o público externo e a comunidade local

Tabela 9: Análise comparativa das ações da empresa com o público externo e a comunidade local para impulsionar práticas de economia circular por setor econômico de atuação

	Agropecuária	Comércio	Construção Civil	Indústria	Serviços	BR
8 – De que forma sua empresa colabora com o público externo e demais partes interessadas para impulsionar práticas de Economia Circular?						
8.1 – Realiza campanhas de conscientização ou capacitação profissional para as partes interessadas						
Colabora	34,30%	9,30%	27,51%	28,32%	12,27%	14,88%
Não colabora	44,77%	80,15%	41,10%	34,84%	72,72%	68,19%
Pretende colaborar	20,93%	10,55%	31,39%	36,84%	15,01%	16,93%
8.2 – Participa de grupos de trabalho ou tem projetos no entorno para apoiar e alavancar a implementação da Economia Circular						
Colabora	16,86%	5,13%	15,21%	19,05%	5,25%	7,98%
Não colabora	48,84%	81,17%	44,01%	38,60%	76,51%	70,69%
Pretende colaborar	34,30%	13,71%	40,78%	42,36%	18,24%	21,33%
8.3 – Dispõe de canal de atendimento ao consumidor relacionado a dúvidas sobre o descarte, pós-consumo e demais dúvidas sobre Economia Circular						
Colabora	13,95%	4,95%	11,00%	19,30%	5,81%	7,64%
Não colabora	56,98%	81,94%	52,43%	42,11%	79,50%	73,43%
Pretende colaborar	29,07%	13,11%	36,57%	38,60%	14,69%	18,94%
8.4 – Realiza a inclusão de grupos sociais na cadeia de valor de seu produto ou serviço, como, por exemplo: inclusão de catadores, cooperativas, recicladoras e outros						
Colabora	21,51%	15,32%	15,86%	29,82%	12,59%	16,28%
Não colabora	45,93%	69,13%	43,69%	32,33%	70,86%	62,71%
Pretende colaborar	32,56%	15,55%	40,45%	37,84%	16,55%	21,02%
9 – Em relação à comunidade local, a empresa promove ações que incentivam a cultura da circularidade, tais como:						
9.1 – Apoio a ações locais de economia circular na comunidade, como: feiras de trocas, projetos de compostagem comunitária, entre outras						
Não promove	47,67%	79,14%	43,04%	39,85%	74,98%	69,29%
Pretende promover	30,23%	13,95%	39,16%	39,35%	15,90%	20,04%
Promove	22,09%	6,91%	17,80%	20,80%	9,12%	10,67%
9.2 – Conscientização da sociedade sobre o melhor uso de recursos, produtos e materiais						
Não promove	48,26%	81,29%	50,16%	36,59%	77,08%	71,19%
Pretende promover	31,40%	13,05%	36,89%	40,60%	15,98%	19,67%
Promove	20,35%	5,66%	12,94%	22,81%	6,94%	9,14%
9.3 – Incentivo aos negócios locais, busca soluções por meio da implementação de práticas de economia circular						
Não promove	51,16%	83,19%	52,43%	42,61%	76,19%	72,69%
Pretende promover	31,98%	11,56%	36,57%	40,85%	16,55%	19,23%
Promove	16,86%	5,24%	11,00%	16,54%	7,26%	8,09%

Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 3

No cenário dos pequenos negócios, o setor agropecuário é o mais engajado na realização de campanhas de conscientização e capacitação profissional para partes interessadas sobre economia circular, com uma taxa de 34,30%. Em compensação, o setor do comércio é o menos envolvido nessa ação, com apenas 9,30%.

Ademais, no setor da indústria, 29,82% das empresas contribuem para a inclusão de grupos sociais em sua cadeia de valor, como catadores, cooperativas e recicladoras. Por outro lado, o setor de serviços é o menos engajado nesse tipo de ação, com apenas 12,59% das empresas colaborando nesse sentido.

Quanto à participação em grupos de trabalho ou projetos locais para promover a economia circular, os setores da indústria (42,36%), construção civil (40,78%) e agropecuária (34,30%) apresentaram maior envolvimento, indicando que pretendem colaborar com estas iniciativas. Em contrapartida, os setores de comércio (13,71%) e serviços (18,24%) mostraram menor participação, ficando abaixo da média nacional de 21,33%.

Mais uma vez, os setores do comércio e de serviços se destacam como os que menos oferecem canais de atendimento ao consumidor para esclarecer dúvidas sobre temas relacionados à economia circular. Apenas 4,95% e 5,81%, respectivamente, colaboram com essa iniciativa. É significativamente alto o percentual de empresas nos setores do comércio e de serviços que não colaboram com quaisquer ações voltadas para o público externo e outras partes interessadas para impulsionar práticas de economia circular.

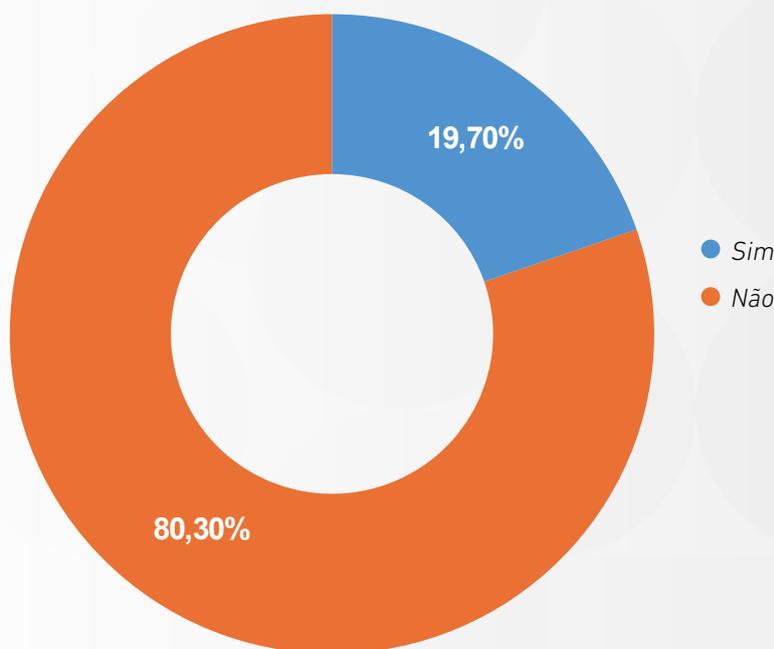
Já os setores do comércio e serviços apresentaram índices superiores a 70%, em todas as situações referentes a empresas que não promovem ações para incentivar a cultura da circularidade na comunidade local.



5.4. Bloco 4 – Autoavaliação da empresa em relação à economia circular

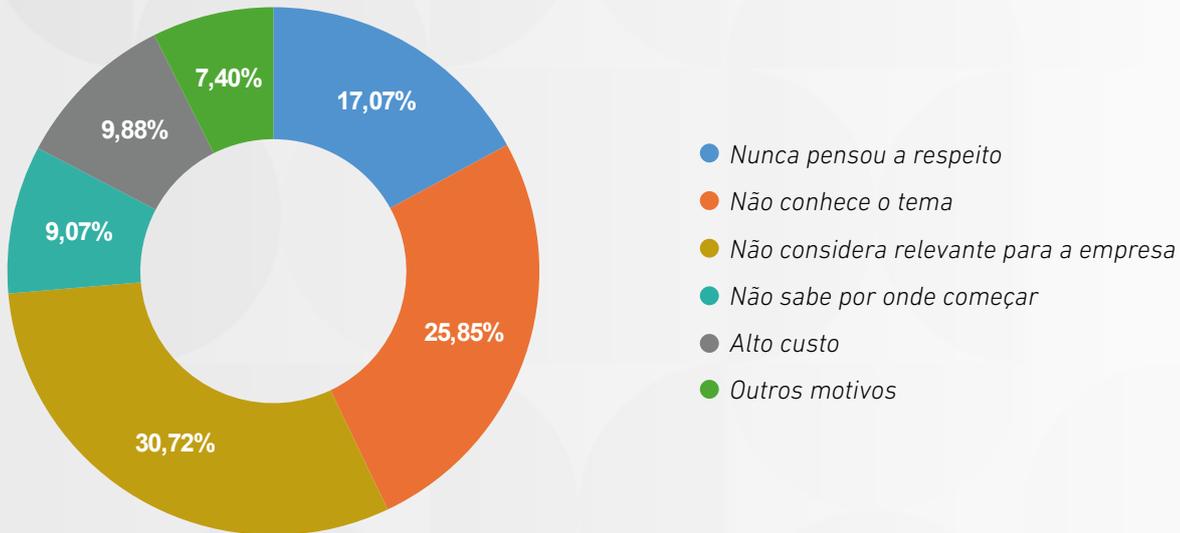
A autoavaliação das empresas em relação a esse conceito é fundamental para identificar oportunidades de melhoria, redução de impactos ambientais e aumento da eficiência. Sendo assim, a maioria das micro e pequenas empresas entrevistadas (80,30%) afirmaram que não realizam ou nunca realizaram projetos de economia circular, e em relação à realização de algum projeto voltado à economia circular, 19,70% afirmaram ter realizado ou que estão realizando algo sobre o tema.

A sua empresa realiza ou já realizou algum projeto de Economia Circular?



Dentre as razões apontadas, 30,72% não veem o tema como relevante para a empresa, enquanto 9,88% citaram o alto custo como uma barreira para a implementação de projetos de economia circular. Além disso, 25,85% dos pequenos negócios afirmaram não ter conhecimento sobre o assunto, 17,07% nunca haviam pensado a respeito e outros 9,07% disseram não saber por onde começar.

Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 4

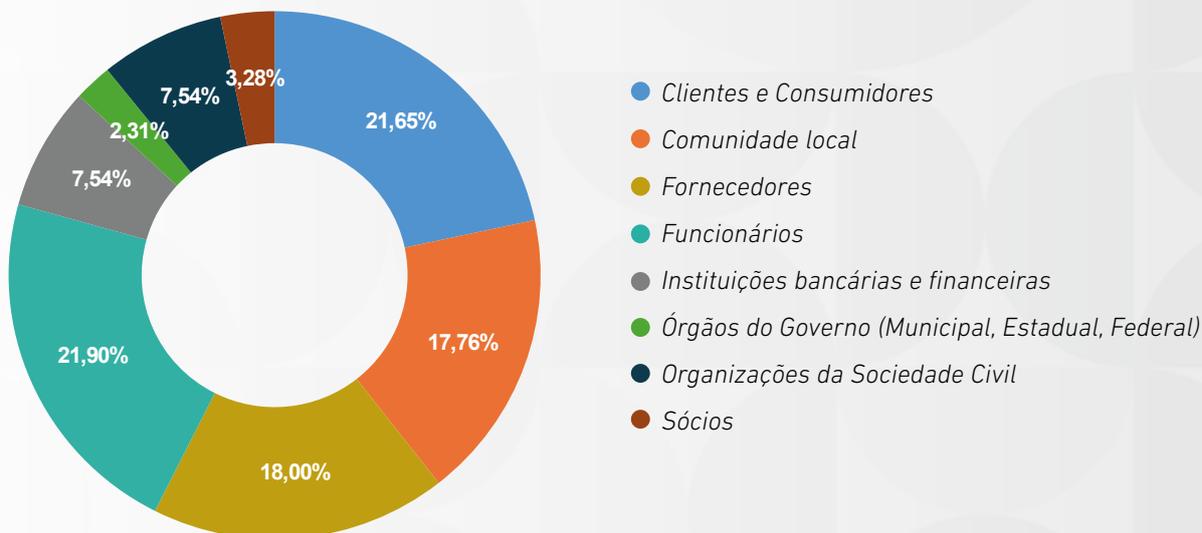
Qual a razão para a empresa nunca ter realizado algum projeto de Economia Circular?

A partir dos resultados apresentados, ressalta-se a necessidade de proporcionar às micro e pequenas empresas acesso a programas de capacitação e consultoria especializada em economia circular, permitindo assim a transição do modelo linear para o modelo circular.

O público-alvo para a implementação desses programas inclui principalmente os clientes e consumidores (21,65%), fornecedores (18,00%) e membros da comunidade local (17,76%), que juntos constituem a maioria do público externo. Em relação ao público interno, os funcionários (21,90%) são os mais relevantes a serem considerados.

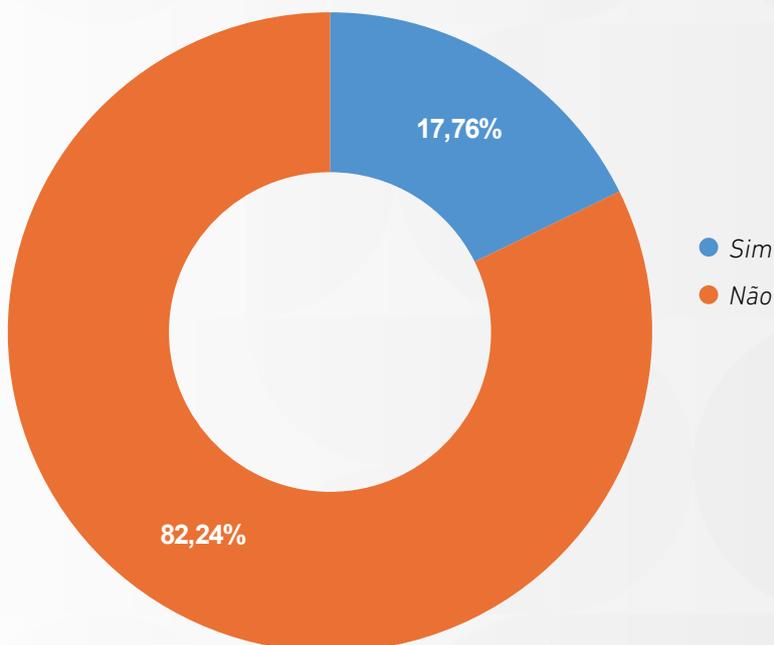


Qual foi o público ao qual endereçou essa procura?



Em relação à procura ou pressão pela realização de projetos relacionados à economia circular, 82,24% das empresas relataram nunca terem sido procuradas ou pressionadas para realizar algum projeto desse nível. Entretanto, 17,76% afirmaram terem sido abordadas ou pressionadas para iniciar tais projetos.

Sua empresa já foi procurada ou pressionada para realizar algum projeto sobre Economia Circular?



Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 4

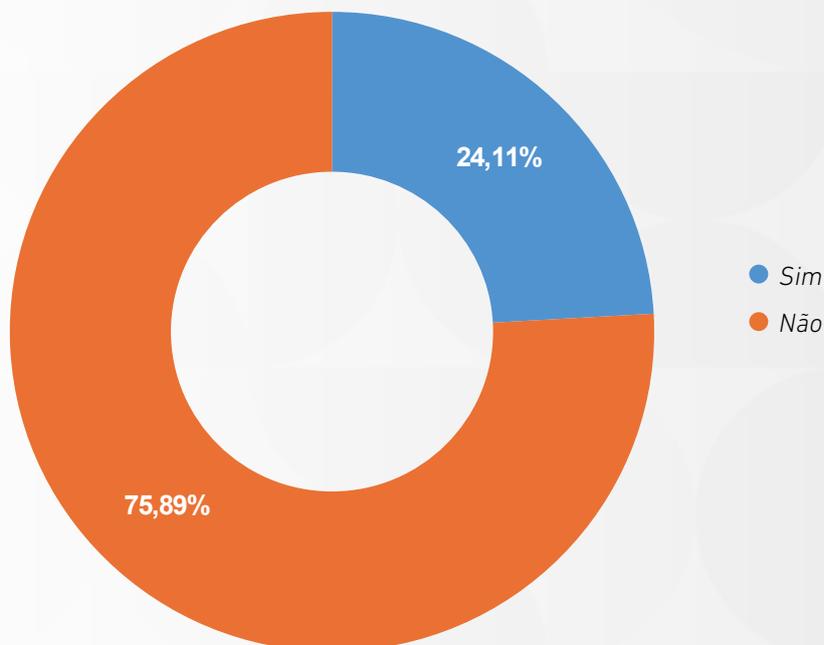
Destes, 23,21% foram fornecedores, 18,22% membros da comunidade local, 17,68% clientes e consumidores, 9,72% Organizações da Sociedade Civil (OSC) e 9,45% instituições do mercado financeiro. Esses dados destacam a importância da relação das empresas com o público externo, que demanda que elas se adaptem às novas tendências e mudanças na sociedade.

Além disso, quando questionadas sobre “para qual público a empresa direcionou algum projeto de economia circular” e “qual foi o público que procurou ou pressionou a empresa para realizar algum projeto sobre o tema”, ambos os cenários apresentam índices percentualmente significativos no que se refere às relações da empresa com o público externo. Esses dados enfatizam a importância da dimensão social para o sucesso da economia circular, e não somente os aspectos ambientais e econômicos.

Qual foi o público que endereçou essa procura?

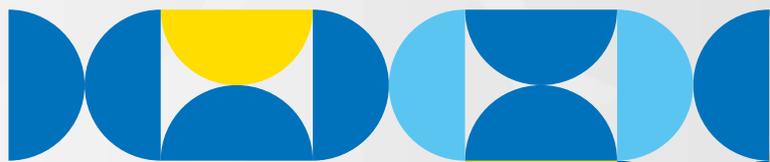
A porcentagem de 24,11% de empresas que se preocupam em adotar certificações e normas ambientais ou sociais pode estar associada ao baixo número de empresas que implementam projetos em economia circular. Isso pode ser resultado da falta de conhecimento sobre o assunto ou da percepção de que a economia circular é irrelevante.

A sua empresa adota certificações e normas ambientais ou sociais, tais como: AQUA, Cradle to Cradle, ISO 14001, ISO 26000, LEED, Produto Orgânico, etc.

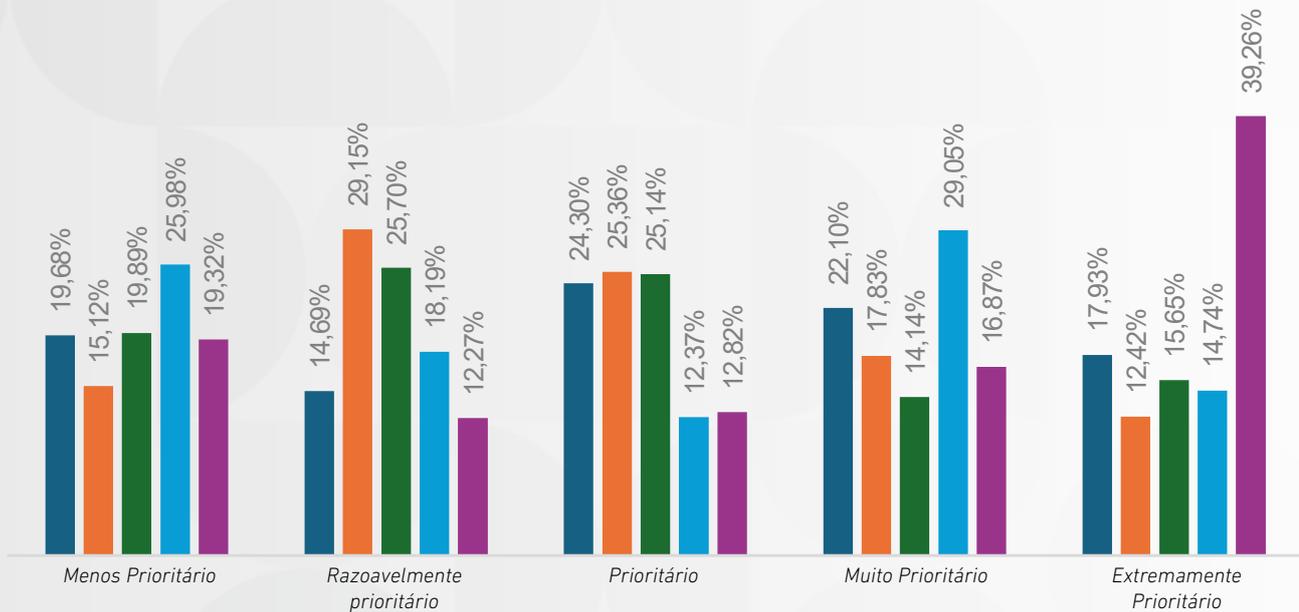


É significativo o percentual de micro e pequenas empresas que consideram a questão ambiental assunto extremamente prioritário quanto à adoção da economia circular. Entre as que julgam extremamente prioritário “Promover a regeneração dos sistemas naturais, preservando o meio ambiente”, temos 39,26%. Quando somados aos 17,93% que acreditam que é extremamente prioritário “Eliminar resíduos, o desperdício e a poluição”, temos um total de 57,19% de empresas que priorizam essa questão.

Entre as alternativas do campo muito prioritário, “Manter a circularidade dos produtos e materiais, garantindo seu uso pelo maior tempo possível” é considerado primordial para 29,05%, seguido por 22,10% que acreditam ser muito importante “Eliminar resíduos, o desperdício e a poluição”.



Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 4

O que é mais prioritário para a sua empresa com a adoção da Economia Circular:

- Eliminar os resíduos, o desperdício e a poluição.
- Garantir prosperidade social com a criação de novos negócios, a geração de empregos e a redução das desigualdades.
- Integrar uma rede colaborativa de compartilhamento de valor entre a empresa e as partes interessadas. (Exemplo de partes interessadas: fornecedores, clientes, outras empresas, governo),
- Manter a circularidade dos produtos e materiais, garantido seus usos pelo maior tempo possível.
- Promover a regeneração dos sistemas naturais, preservando o meio ambiente.

A partir dos cenários descritos, é importante destacar que os três princípios essenciais da economia circular, conforme definidos pela Fundação Ellen MacArthur, estão entre os temas considerados extremamente prioritários e muito prioritários pelas empresas na adoção de processos circulares. Esses princípios incluem: (I) Eliminar resíduos e poluição; (II) Circular produtos e materiais, mantendo seu valor máximo; e (III) Regenerar a natureza.

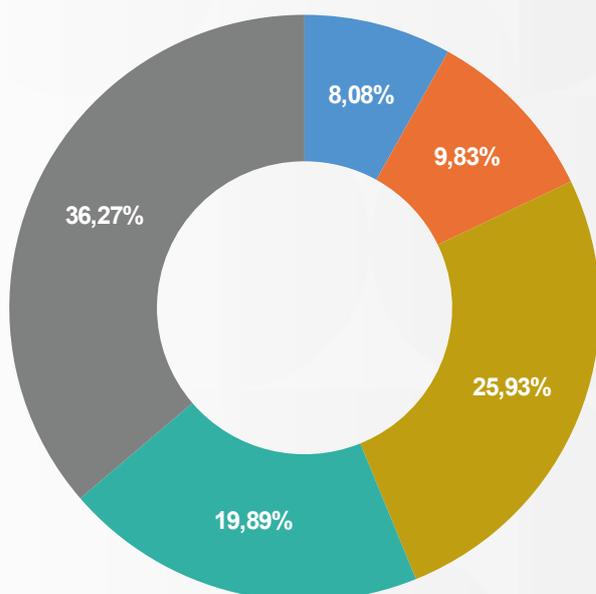
Entre os temas elencados como prioritários e considerados fundamentais para os negócios estão "Garantir prosperidade social com a criação de novos negócios, a geração de empregos e a redução das desigualdades", "Integrar uma rede colaborativa de compartilhamento de valor entre a empresa e as partes interessadas" e "Eliminar resíduos, o desperdício e a poluição", que representam 25,36%, 25,14% e 24,30%, respectivamente.

Em contrapartida, entre os assuntos considerados razoavelmente prioritários nesta perspectiva individual estão “Garantir prosperidade social com a criação de novos negócios, a geração de empregos e a redução das desigualdades” e “Integrar uma rede colaborativa de compartilhamento de valor entre a empresa e as partes interessadas”, com 29,15% e 25,70%, respectivamente. Esse resultado pode indicar um menor consenso entre as micro e pequenas empresas sobre a prioridade das questões socioeconômicas, de caráter redistributivo, ao adotarem a economia circular em seu negócio.

É importante ressaltar que 25,98% das empresas consideram menos prioritário “Manter a circularidade dos produtos e materiais, garantindo seus usos pelo maior tempo possível”, apesar de ser um dos princípios fundamentais da economia circular. Esse dado sugere a necessidade de maior atenção a esse tema, especialmente entre os pequenos negócios.

Além disso, 19,68% e 19,32% das empresas também julgaram menos prioritário “Eliminar resíduos, desperdício e poluição” e “Promover a regeneração dos sistemas naturais, preservando o meio ambiente”, respectivamente. Isso indica que aproximadamente 1/5 das empresas não colocam a questão ambiental como uma prioridade, o que contrasta com a maioria delas, apontando para a necessidade da conscientização e ações para promover a sustentabilidade ambiental em todos os setores.

Quais dos perfis abaixo melhor representam a sua empresa?



- Sua empresa adota os princípios da Economia Circular na sua plenitude, tais como: a eliminação de resíduos e poluentes; a circularidade de produtos e materiais; e a regeneração do ecossistema.
- Sua empresa adota a “missão zero”: concebe produtos, serviços e negócios que tenham por objetivo impacto ambiental zero.
- Sua empresa adota medidas de sustentabilidade exigidas pela legislação.
- Sua empresa adota medidas ecoeficientes, que reduzem os custos de operação ou promovem a imagem da marca como sustentável.
- Sua empresa não adota nenhuma das medidas acima, já que seu modelo de negócio vem garantindo forte retorno.

Análise dos Blocos Temáticos - Bloco 4

Em uma escala entre “não adotar nenhuma medida” e “adotar os princípios da economia circular na sua plenitude”, verificou-se que 36,27% operam sem adotar nenhuma medida considerada sustentável, 19,89% adotam medidas ecoeficientes, ou porque reduzem os custos de suas operações, ou porque promovem a marca como sustentável, enquanto 25,93% adotam medidas exigidas pela legislação. Nesse cenário, apenas 9,83% dos pequenos negócios entrevistados concebem produtos, serviços e negócios que visam a não impactar negativamente o meio ambiente, e somente 8,08% adotam os princípios da economia circular nas operações de sua empresa.

Assim, é relevante notar que os baixos índices entre aqueles que afirmaram adotar plenamente a economia circular e aqueles que adotam medidas de sustentabilidade visando a alcançar um impacto ambiental zero, ambos inferiores a 10%, apontam para um cenário desafiador, porém repleto de oportunidades na implementação de práticas de economia circular nos pequenos negócios.

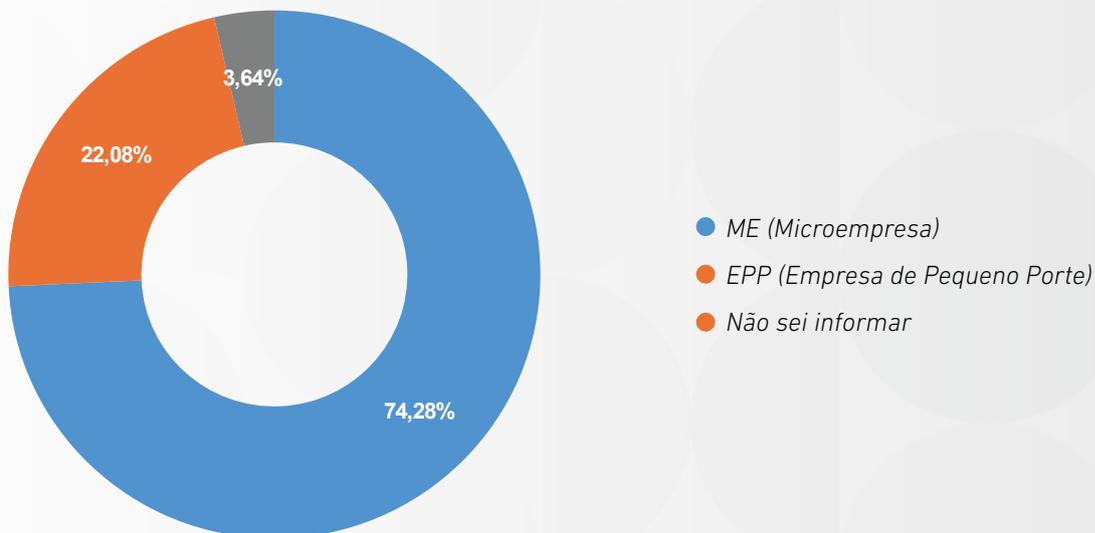


6. PERFIS DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E DOS RESPONDENTES

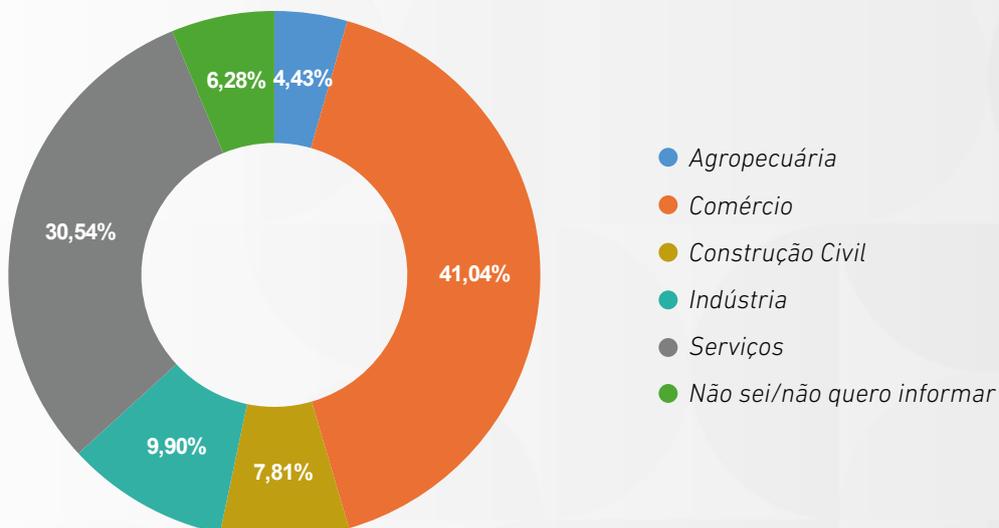
6.1. Perfil das Empresas

O perfil geral das microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP) que compõem a amostra da pesquisa, é composto por 74,28% de ME e 22,08% de EPP. A maioria das empresas analisadas (71,58%), representam os setores de comércio (41,04%), e de serviços (30,54%). Os demais setores representados incluem a indústria (9,90%), construção civil (7,81%) e agropecuária (4,43%).

Qual é o porte do seu empreendimento?



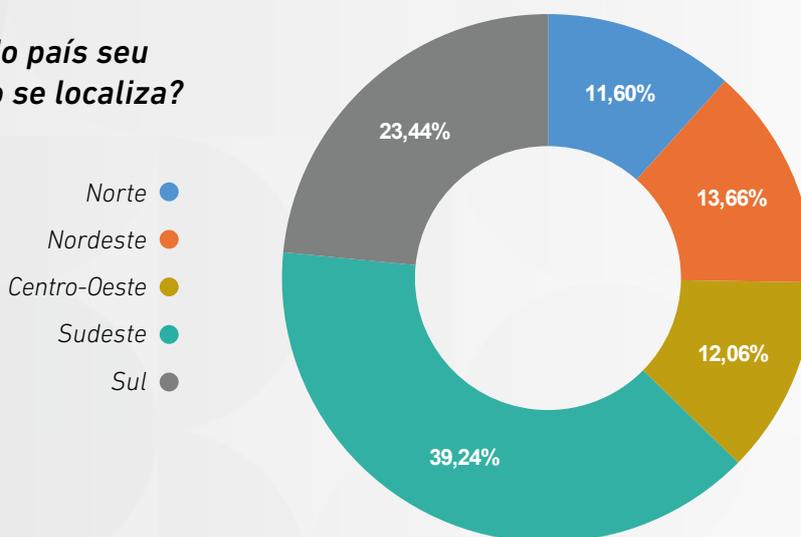
Qual o setor de atuação do seu empreendimento?



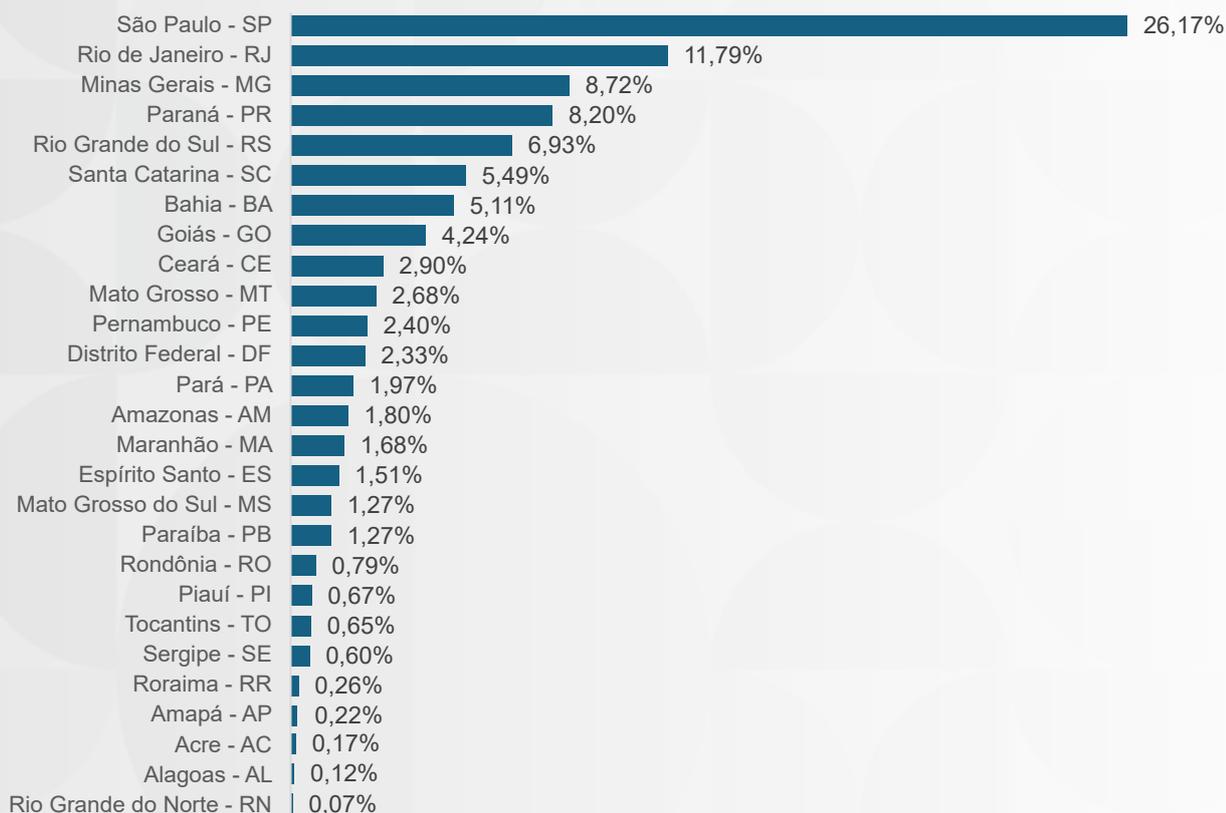
Perfis das Micro e Pequenas Empresas e dos Respondentes

Os pequenos negócios analisados neste estudo, estavam predominantemente localizados nas regiões Sudeste e Sul do Brasil, representando 39,24% e 23,44% respectivamente. Especificamente, os estados de São Paulo e Rio de Janeiro concentraram 37,96% das ME e EPP participantes. As regiões Nordeste, Centro-Oeste e Norte contribuíram com 13,66%, 12,06% e 11,60%, respectivamente. Nestas dessas regiões, as ME e EPP do Paraná (Sul) representaram 8,20% da amostra, enquanto as da Bahia (Nordeste) foram 5,11%, de Goiás (Centro-Oeste) 4,24%, e do Pará (Norte) 1,97%.

Em qual região do país seu empreendimento se localiza?



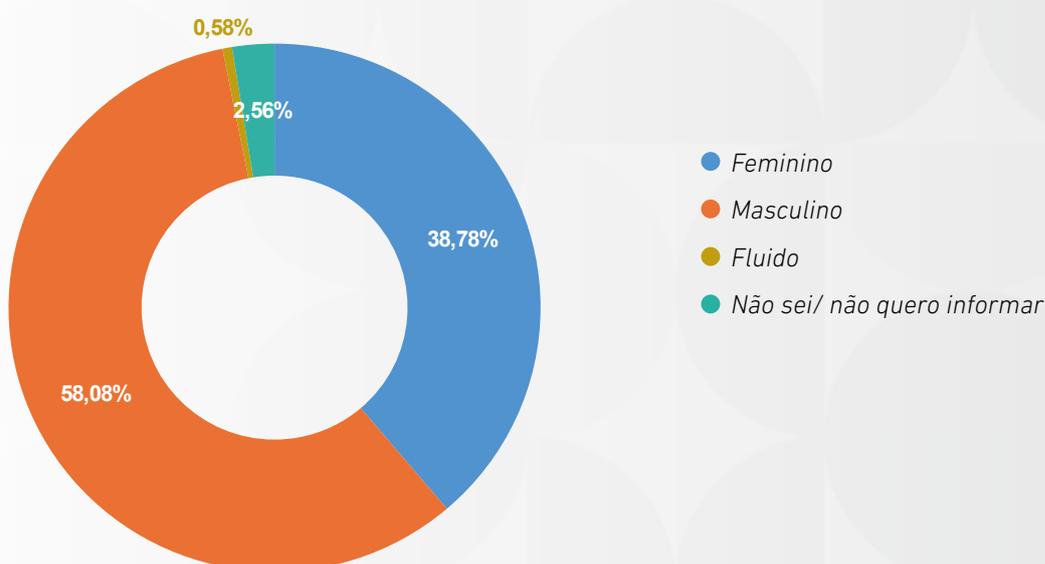
Qual o estado do país seu empreendimento se localiza?



6.2. Perfil dos respondentes

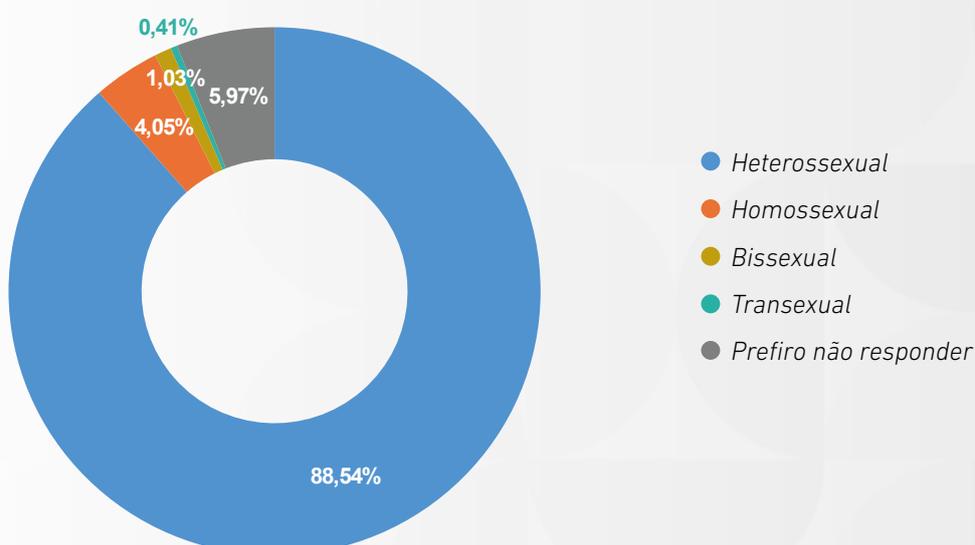
Os respondentes são majoritariamente compostos por 58,08% de homens, 38,54% de pessoas que se reconhecem heterossexuais e 74,71% com idade entre 31 e 60 anos, demonstrando um perfil maduro e com um bom grau de instrução, já que a maioria possui pós-graduação, graduação e ensino médio completo.

Gênero do respondente?



Cabe ressaltar que o gênero feminino corresponde apenas a 38,78%, e o fluido 0,58%, enquanto 2,56% preferiram não informar. Além disso, entrevistados que se consideram bissexuais e transexuais correspondem a 1,03% e 0,41%, respectivamente. Preferiram não responder 5,97% dos entrevistados.

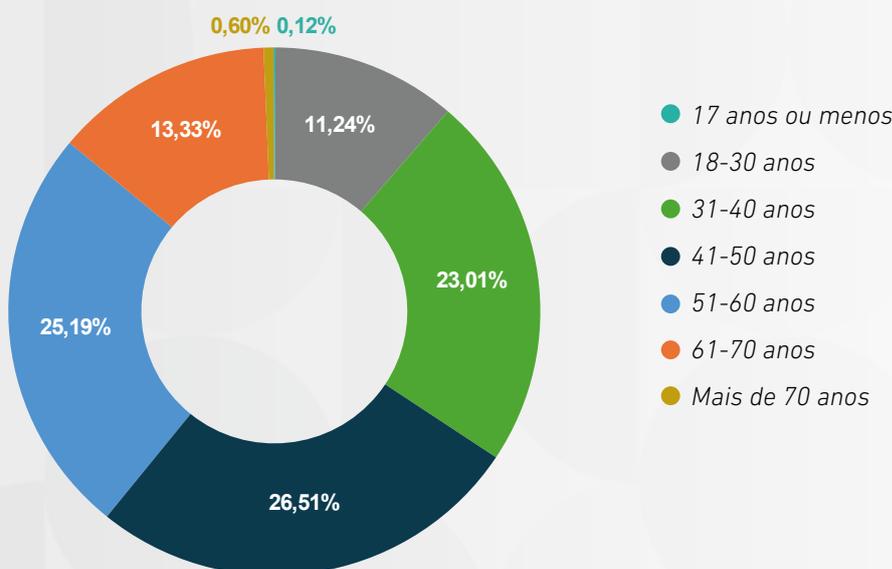
Você se considera?



Perfis das Micro e Pequenas Empresas e dos Respondentes

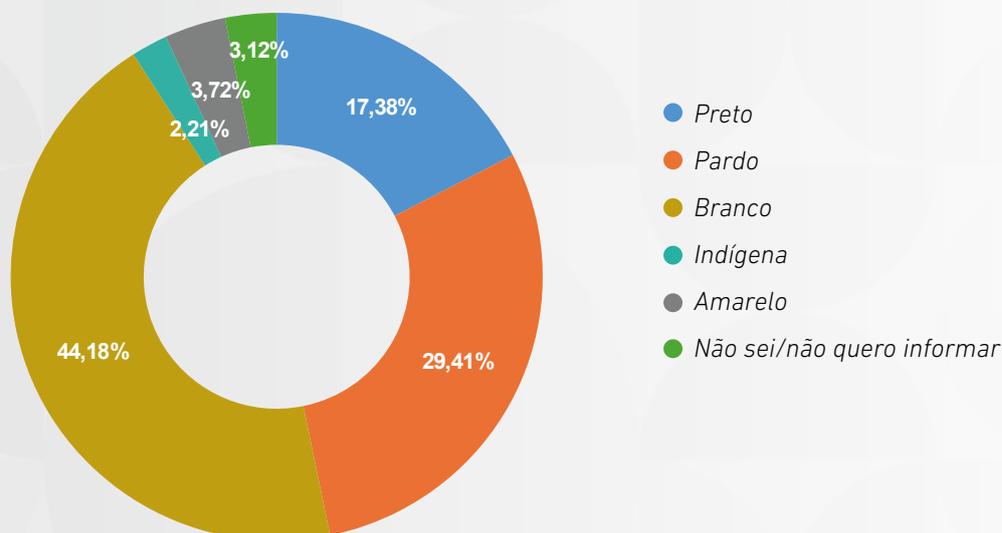
Em relação à faixa etária, a maioria dos participantes (74,71%) tem entre 31 e 60 anos e está distribuída da seguinte forma: 26,51% entre 41 e 50 anos; 25,19% entre 51 e 60 anos; 23,01% entre 31 e 40 anos. O restante (13,33%) está na faixa etária dos 61 aos 70 anos, 11,24% estão na faixa etária dos 18 aos 30 anos e 0,12% declarou ter 17 anos ou menos. Apenas 0,60% declararam ter mais de 70 anos.

Qual é a sua faixa etária?



Em relação à cor/raça/etnia, a maioria dos representantes das micro e pequenas empresas se divide entre 17,38% pretas e 29,41% pardas, e 44,18% de pessoas brancas. Outros 3,72% se identificam como amarelos, enquanto 2,21% se identificam como indígenas. Não souberam ou não quiseram informar, 3,12% no total.

Com qual cor/raça/etnia o responsável/respondente se identifica?

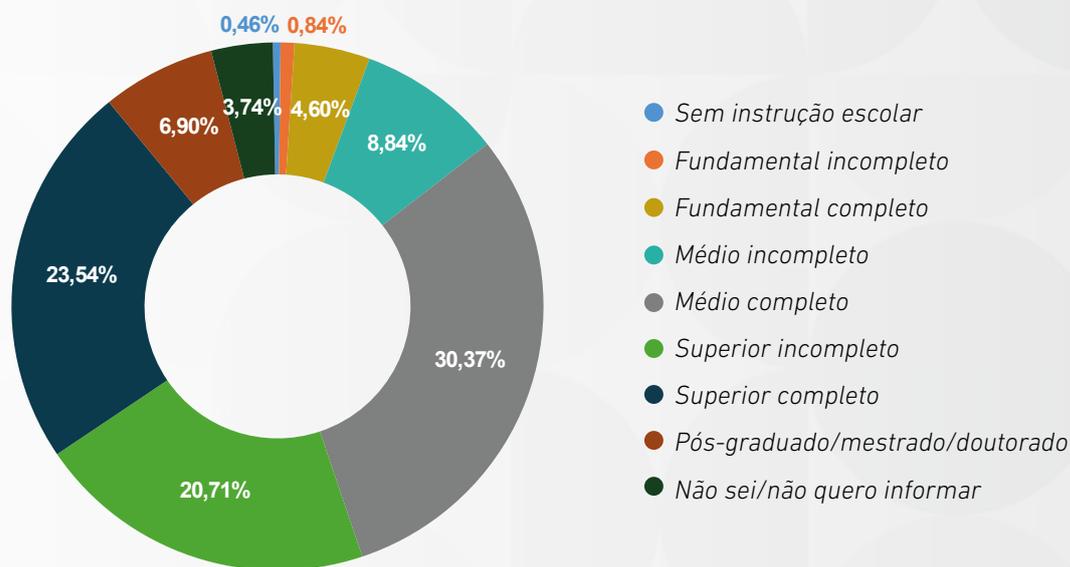


Perfis das Micro e Pequenas Empresas e dos Respondentes

Quanto ao grau de instrução, a amostra revela que 30,44% possuem nível superior, deste total, 23,54% são graduados e 6,90% são pós-graduados. Além disso, 30,37% têm ensino médio completo e 20,71% possuem ensino superior incompleto.

Os demais níveis de instrução são representados de forma minoritária: 8,84% têm ensino médio incompleto, 4,60% têm ensino fundamental completo, 0,84% têm ensino fundamental incompleto e 0,46% não possuem instrução. Aqueles que não quiseram informar seu grau de instrução representam 3,74% da amostra.

Grau de instrução





*Centro Sebrae de
Sustentabilidade*