

ECONOMIC TRENDS



Repensando a economia em um mundo pós pandemia

Economia Comportamental

Economia das Plataformas

Economia Circular

Economia Donut

JULHO 2021



INOVA

RESEARCH | CONSULTING | BUSINESS SCHOOL | ONLINE | CLUB

www.inovaww.com

INOVA WORLDWIDE

Uma empresa global especializada e focada em
FUTURO, TENDÊNCIAS E INOVAÇÃO
TRENDSINNOVATION | T&I



INOVA

RESEARCH | CONSULTING | BUSINESS SCHOOL | ONLINE | CLUB

Drivers de Mudança
Estudos Prospectivos
Mapping de Cenários
Estudos de Tendências
Foresight de Negócio
Trend Tracking
Coolhunting

Gestão da Inovação
· Trendsinnovation
· Cultura de inovação
· Inovação disruptiva
· Inovação aberta
Planejamento Estratégico
Transformação Digital
Full Agile
Management Transformation
· Business Pulse
Indústria & Supply 4.0 | IT4.0
AgroBiz & Digital Farming

Mba Executivo T&I
Pós-mba T&I
Programa de Ambidestria Corporativa
Programa de Conselheiros T&I
Masters & Nanodegrees
Inova Day & FTI Summit
Programas In Company
Palestras & Seminários
Advisor & Mentoring
Universidade Corporativa

Cursos Assíncronos Network
Lifelong Learning

TRENDSINNOVATION

Mapear e identificar as transformações que ocorrerão no futuro (futurismo), através do estudo e análise dos movimentos prospectivos (foresight) e das tendências que se manifestam a nível global. Gestão de inovação e planejamento de negócio como vantagens competitivas sustentáveis, através de propostas estratégicas que asseguram o resultado e a perenidade da empresa.

Usar o conhecimento gerado pelas tendências para a gestão e inovação estratégicas nas empresas.

www.inovawww.com

www.inovaconsulting.com.br | www.inovabs.com.br | www.inovaol.com

- 1 BURRUS RESEARCH
- 2 STRATEGIC HORIZONS
- 3 SUCCESS MATTERS
- 4 SCIENCE OF THE TIME
- 5 DESTINATION INNOVATION
- 6 FUTURE PROVED
- 7 CAPITAL ZONE
- HQ SÃO PAULO; CAMPINAS; CURITIBA



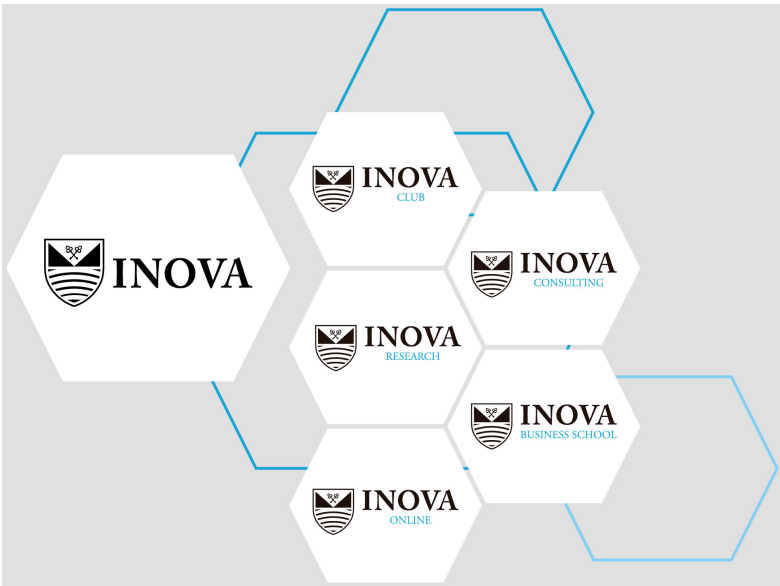
Inova TrendsInnovation Ecosystem
Avenida Paulista, 1765, 7. andar Conj. 72
CV: 9610, Bela Vista, São Paulo, SP, CEP: 01311-930, Brasil



INOVA

RESEARCH | CONSULTING | BUSINESS SCHOOL | ONLINE | CLUB

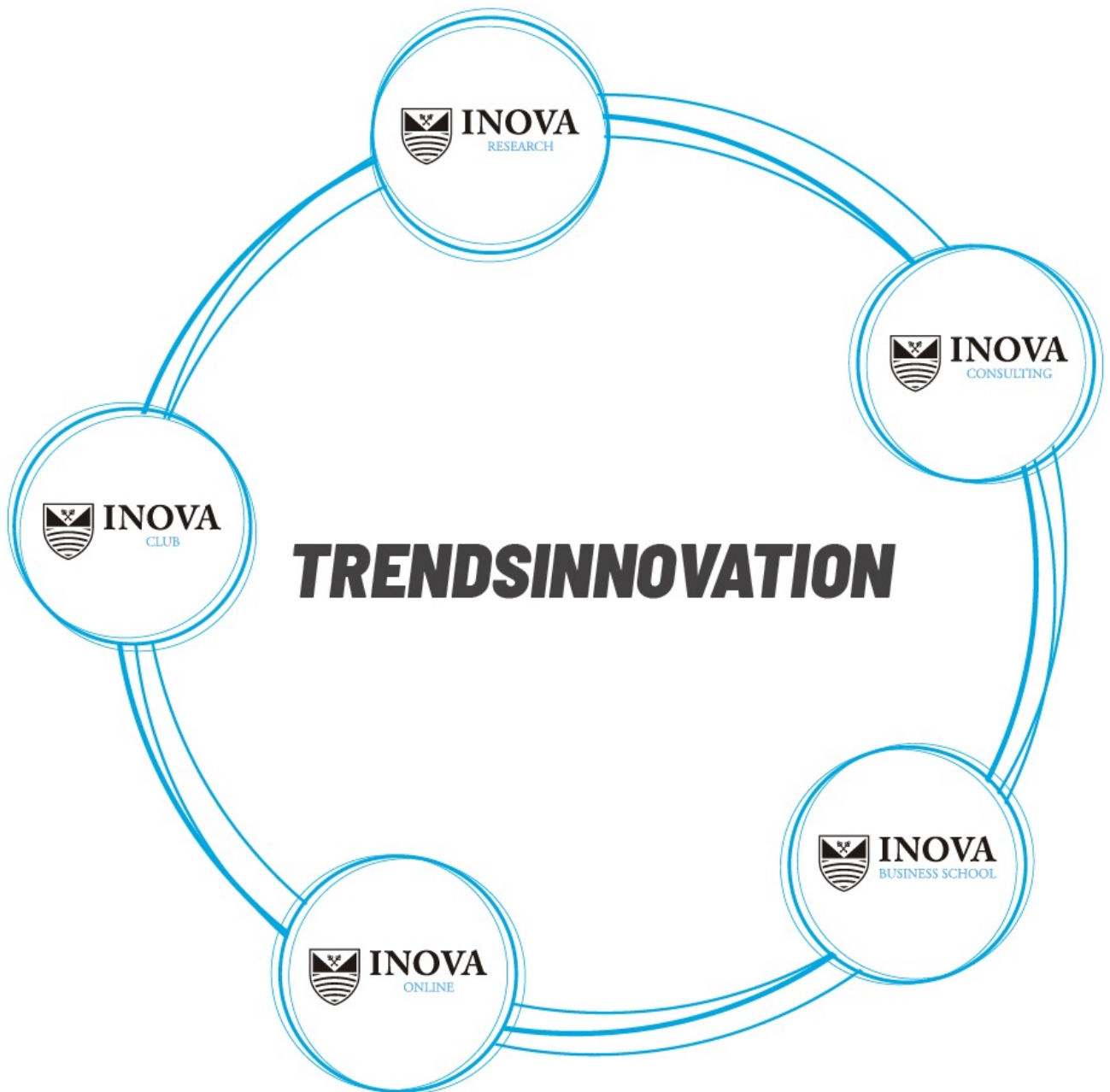
www.inovaww.com





INOVA

RESEARCH | CONSULTING | BUSINESS SCHOOL | ONLINE | CLUB



www.inovaww.com

ECONOMIC TRENDS



Repensando a economia em um mundo pós pandemia

Por:

ANDERSON C. G. T. PELLEGRINO



Economista, Mestre em História Econômica e Doutorando em Desenvolvimento Econômico pelo Instituto de Economia da UNICAMP. Professor convidado nos cursos de MBA da FGV/IDE e da Inova Business School. Consultor Sênior da Inova Consulting.

LEILA R. PELLEGRINO



Economista, Mestre em Desenvolvimento Econômico e Doutora em Administração pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Professora e Coordenadora do curso de Administração da Universidade Presbiteriana Mackenzie de Campinas. Professora convidada da Inova Business School.

INTRODUÇÃO

A grave crise sanitária global – pandemia do coronavírus – deflagrada no início de 2020 trouxe incontestes desafios à área da saúde. Face a milhões de pessoas doentes e a inúmeras e lamentáveis mortes, uma literal corrida em busca de vacinas, de medicamentos eficazes e de infraestrutura para atendimento aos doentes vêm mobilizando empresas farmacêuticas, centros de pesquisa, cientistas, hospitais, universidades, profissionais da área da saúde, laboratórios e governos em todo o planeta. Em decorrência, observa-se inédito estímulo a práticas colaborativas entre nações em diversos níveis: agentes econômicos (públicos e privados) ampliaram o fluxo de troca de informações sobre a crise, de investimentos transnacionais, e de compartilhamento de pesquisas e descobertas científicas em busca de respostas coletivas e eficazes ao grave momento. Ao redor do planeta, práticas humanitárias e de solidariedade ganham força e relevo como “pano de fundo” da tragédia global em curso.

A Inova elaborou uma reflexão sobre as principais tendências económicas num cenário pós pandemia, com o objetivo de apoiar a reflexão e decisão empresarial sobre o tema.

Esperamos que seja mais uma contribuição para o sucesso pessoal, profissional e empresarial de cada um que nos lê e segue.

Espero que goste.



Boa leitura,

Luis Rasquilha | CEO Inova TrendsInnovation Ecosystem
(Research | Consulting | Business School | Online | Club)

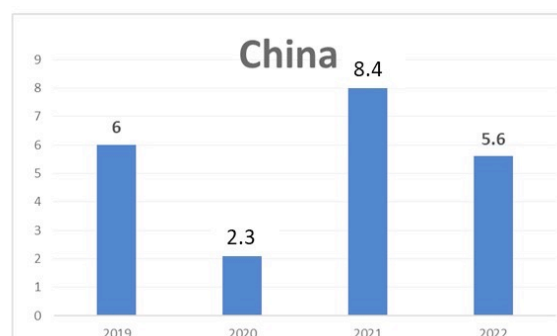
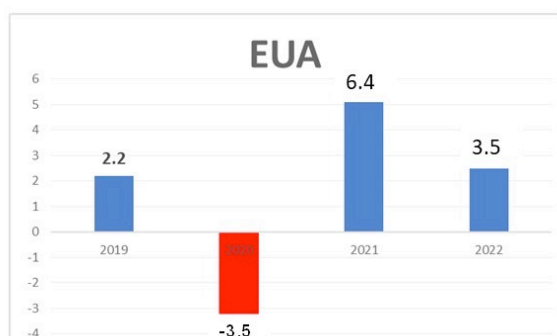
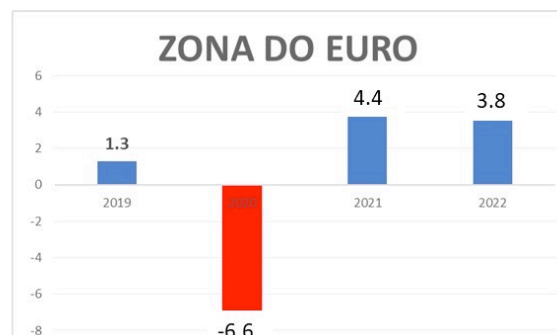
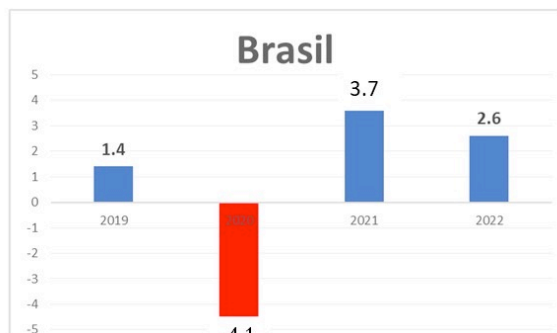
luis@inovawww.com

A grave crise sanitária global – pandemia do coronavírus – deflagrada no início de 2020 trouxe incontestes desafios à área da saúde. Face a milhões de pessoas doentes e a inúmeras e lamentáveis mortes, uma literal corrida em busca de vacinas, de medicamentos eficazes e de infraestrutura para atendimento aos doentes vêm mobilizando empresas farmacêuticas, centros de pesquisa, cientistas, hospitais, universidades, profissionais da área da saúde, laboratórios e governos em todo o planeta. Em decorrência, observa-se inédito estímulo a práticas colaborativas entre nações em diversos níveis: agentes econômicos (públicos e privados) ampliaram o fluxo de troca de informações sobre a crise, de investimentos transnacionais, e de compartilhamento de pesquisas e descobertas científicas em busca de respostas coletivas e eficazes ao grave momento. Ao redor do planeta, práticas humanitárias e de solidariedade ganham força e relevo como “pano de fundo” da tragédia global em curso.

Não foram menos pesadas as consequências na área socioeconômica: mudanças são enfrentadas no trabalho, na produção, no consumo e na própria forma de se conviver em sociedade. Desde que a crise emergiu, houve impactos no circuito global de produção e circulação de todo tipo de bem, afetando o fluxo do comércio internacional e a gestão da cadeia de suprimentos. No âmbito nacional, governos enfrentam o desafio de amenizar o aumento do desemprego e a queda na renda disponível, promovendo auxílios às famílias e às empresas atingidas pela crise, ante o quadro de crescente aumento do endividamento público. O Quadro I mostra o impacto da crise global sobre o PIB (e previsão de sua recuperação em 2021/22) de Brasil, China, EUA e Zona do Euro, com base no relatório *World Economic Outlook* do FMI de abril de 2021. Com exceção de China, em que houve forte desaceleração no ritmo de crescimento, nas demais regiões (Zona do Euro, EUA e Brasil) observa-se queda expressiva no PIB em 2020, configurando cenário de dura recessão. Já em 2021 e em 2022, em todas as regiões examinadas, observa-se projeção de sólida recuperação econômica.

Repensando a economia em um mundo pós pandemia

Quadro I – PIB de Brasil, China, EUA e Zona do Euro (% de crescimento em relação ao ano anterior)



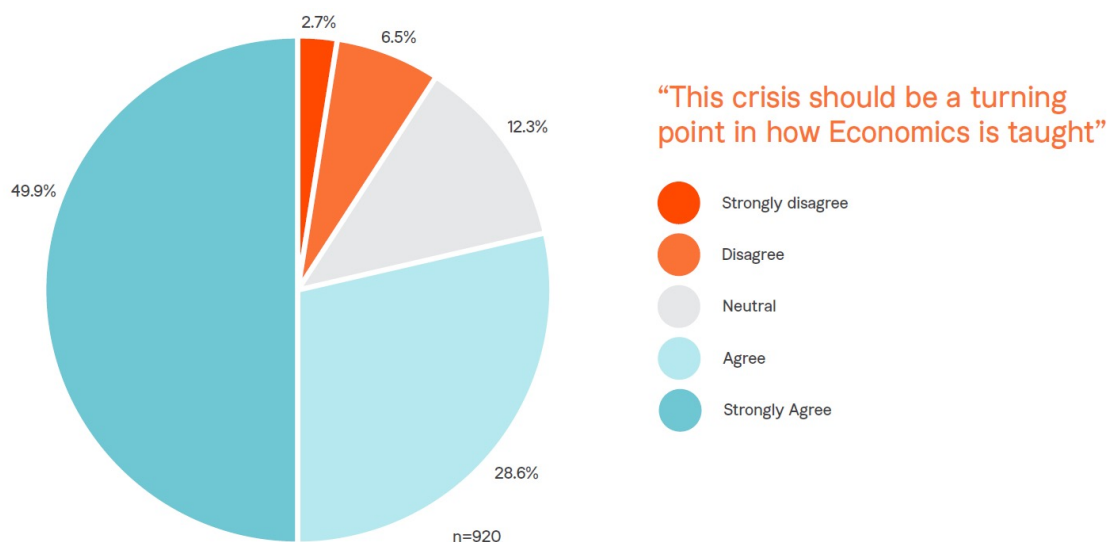
Fonte: IMF - World Economic Outlook, APR/2021.
2019 / 2020: Consolidado.
2021 / 2022: Projeção.
Elaboração própria.

Os efeitos da crise sanitária global também foram sentidos no campo da educação. A adoção de novas tecnologias e métodos no processo de ensino-aprendizagem foi acelerada pela pandemia, reconfigurando formas, ações, papel do professor, relacionamentos e a própria participação individual (estudante) e familiar nesse circuito, da formação básica ao nível superior. A possibilidade concreta de educação remota, em diferentes níveis, é apenas um exemplo do que ganhou força nesse período. As mudanças observáveis na educação vão além da forma, dos métodos e dos papéis desempenhados. Como exemplo pontual da transformação em curso, pesquisa apresentada (Quadro II) no recente relatório *Economists and Crises* do grupo *Rethinking Economics* (2020), mostra que para 78,5% dos entrevistados (estudantes de economia, mestres e doutores na área) a pandemia deveria ser um ponto de inflexão no modo como a Economia é ensinada e entendida (forma e conteúdo, portanto) nas universidades. Em particular, o estudo mostra que, na opinião dos entrevistados, atualmente os cursos de Economia não preparam profissionais para o entendimento das crises e suas consequências socioeconômicas (efeitos futuros),

Repensando a economia em um mundo pós pandemia

tratando pouco (ou nada) de temas de interesse imediato para a sociedade, como Economia Comportamental ou Economia Circular, por exemplo. O próprio modo de entendimento da Economia e de suas aplicações deve ser repensado, ou seja, do ensino superior e de sua prática.

Quadro II – Esta crise deve ser um ponto de virada na maneira como a Economia é ensinada?



Fonte: Imagem extraída do relatório Economists and Crises do grupo Rethinking Economics (2020).

No mundo dos negócios, muitas empresas foram obrigadas a se reinventar, ampliando sua atuação em plataformas digitais, no comércio eletrônico, no relacionamento online com seus colaboradores e clientes, no uso do Home Office, na melhor exploração de ferramentas de Tecnologias da Informação (TI), no aumento da conectividade, no uso de máquinas inteligentes, na intensificação do uso do IoT (Internet das Coisas), entre outros. Nesse sentido, como já foi explorado no relatório de “Transformação Digital – Mindset & Framework de atuação” da Inova Consulting de junho de 2020, várias empresas já vêm se preparando para operar cada vez mais em um crescente mundo digital e online, fenômeno aparentemente acelerado pela crise sanitária e econômica global dos últimos 12 meses. Soma-se a isso a crescente preocupação nas empresas com consumidores mais vívidos, reflexivos e conscientes na era pós-pandemia: da compreensão de sua jornada enquanto cliente até o entendimento mais profundo da experiência promovida pelo ato de consumir, a

Repensando a economia em um mundo pós pandemia

compreensão e a aplicação das chamadas ciências comportamentais na análise do consumidor ganham espaço nas agendas das empresas que nutrem um “olhar de futuro” sobre seu negócio. Nessa linha, também ganham crescente espaço no mundo corporativo as chamadas práticas de “capitalismo consciente”, em que se enfatizam aspectos construtivos do sistema (como o cooperativismo e a responsabilidade socioambiental). O intuito central é que essas ações consigam gerar valor para clientes, comunidade, colaboradores, fornecedores e investidores, na expectativa de tornar os negócios mais saudáveis e perenes, em um mundo mais justo, consciente e socialmente menos desigual. Ganha força a ideia de propósito nas empresas.

Em síntese: constata-se que a pandemia do coronavírus vem mostrando que mudanças profundas no ambiente produtivo são possíveis em curto espaço de tempo. Do mesmo modo, observa-se também que o atual contexto é estimulador de reflexões sobre estilo de vida (*way of life*) e padrões de consumo para muitas pessoas e sociedades. Assim, no quadro geral, podemos brevemente apresentar três *insights* econômicos para o desenho de um ambiente microeconômico de negócios pós-pandemia: (a) necessidade de plena assimilação da transformação digital no mundo corporativo; (b) necessidade de valorização pelas empresas dos processos decisórios e das experiências no ato de consumo (mais foco no cliente, menos no produto em si); e (c) necessidade de crescente absorção, no campo da gestão e do consumo, de práticas voltadas para o “capitalismo consciente”, enfatizadas pelo advento das ideias de “propósito” no lado as empresas e de “consumo do que é necessário” no lado das pessoas. Nesse caminho, o objetivo deste relatório é brevemente apresentar três abordagens - advindas do universo econômico - que devem se fortalecer como ferramentas de aplicação na era pós-pandemia: **(I) Economia Comportamental; (II) Economia Circular e Economia Donut; e (III) Economia das Plataformas.** Assumimos que essas abordagens econômicas, entendidas aqui como ferramentas para aplicação no mundo empresarial, podem ser enquadradas no campo das “Tendências de Negócios” (*Business Trends*), ou seja, já existem e podem acelerar mudanças no mercado no curto prazo, influenciando a forma como as empresas tomam decisões e a maneira como condicionam apostas estratégicas sobre seu futuro.

Há pelos menos duas décadas a abordagem da Economia Comportamental vem ganhando destaque no meio acadêmico e nas aplicações empíricas no mundo dos negócios. Rompendo com a ideia de “racionalidade plena” das decisões tomadas pelos agentes econômicos (defendida há mais de um século pelo mainstream do pensamento econômico), a Economia Comportamental tem se dedicado ao desafio de estudar e explicar os diversos fatores que atuam sobre as escolhas humanas. Tal abordagem trata de como diferentes contextos podem afetar o comportamento humano, em especial no universo econômico. Nessa ótica, processos de escolha são vistos como complexos (e de racionalidade limitada), uma vez que respondem a hábitos e gatilhos mentais de cada indivíduo e do momento experimentado. Decisões pessoais dependem de hábitos, de emoções, de regras sociais, de estímulos certos, de experiências, de contextos e da percepção do comportamento alheio. Pelos estudos nesse campo, em 2002 foram contemplados com o Prêmio Nobel de Economia o psicólogo Daniel Kahneman e o economista Vernon Smith. Em 2017 foi a vez do economista Richard Thaler receber o Prêmio Nobel de Economia, também pelas pesquisas sobre a “arquitetura” dos processos decisórios individuais. O Quadro III resume as principais premissas e bases analíticas que compõem o universo da Economia Comportamental.

Quadro III – Bases da Economia Comportamental



Racionalidade Limitada	Estuda as influências cognitivas, sociais e emocionais sobre o comportamento econômico das pessoas.
Multidisciplinar	- Incorpora descobertas empíricas e teorias vindas do campo da psicologia, da neurociência e de outras ciências sociais. - Crítica à economia tradicional.
Tomada de decisão	Considera que as pessoas decidem com base em hábitos, em fatores emocionais, em experiência pessoal, no comportamento alheio, no contexto social, entre outros fatores.

Fonte: Elaboração própria.

Os estudos e experimentações na área da Economia Comportamental são hoje nutridos pela Economia, pela Psicologia, pela Antropologia e pela Neurociência, entre outros campos do conhecimento humano. São inúmeras as possibilidades de uso (cases reais) das ferramentas propostas por essa abordagem: suas ações se aplicam aos desafios enfrentados pelo Marketing, pela Publicidade, pelas Finanças, pela Gestão de Pessoas, pela Sustentabilidade e pelas Políticas Públicas, entre outros. E são muitas as ferramentas possíveis. O uso do Nudge, por exemplo. Trata-se de um “empurrãozinho” no intuito de que pessoas possam tomar decisões melhores preservando, ao mesmo tempo, sua liberdade de escolha. A aplicação do Nudge apoia-se no uso de algum aspecto específico da “arquitetura da escolha” e é capaz de alterar (e mesmo de trazer mais previsibilidade) ao comportamento das pessoas no processo.

O caso do plano de pensão norte-americano 401(k) é emblemático nesse campo (aplicação de *Nudge*). Richard Thaler, utilizando-se da aplicação do conceito de *Nudge*, provocou alteração no entendimento do trabalhador norte-americano quanto a importância da poupança para aposentadoria, modificando a vida de milhões de pessoas. Partiu-se, na análise, da percepção de que muitos novos trabalhadores norte-americanos optavam por não aderir ao plano de pensão, beneficiando-se de maior renda (salário) no presente em detrimento da construção de certo padrão de conforto material para o futuro. Tutelado pelo Congresso norte-americano (período do presidente Barack Obama), o experimento foi operacionalmente simples, muito interessante e bem-sucedido: ao mudar, para os novos trabalhadores, o padrão contratual de “adesão voluntária” para “adesão automática” ao ato de poupar para a aposentadoria, Thaler provocou um expressivo aumento no número de novos participantes no plano de pensão. Após a mudança, trabalhadores que desejassem não aderir ao plano de pensão deveriam preencher um formulário para solicitação de desligamento dele. A opção automática (adesão ao plano) tornou-se mais simples e imediata (com menor esforço cognitivo). E a opção pelo desligamento (não adesão ao plano/preenchimento do formulário) passou a ocasionar a busca, por parte de muitos trabalhadores, por mais informações e experiências de pessoas sobre o ato de poupar para aposentadoria, algo que, por vezes, acabava por reverter tal intuito (de desligamento).

Em síntese, o exemplo da poupança para aposentadoria nos EUA constitui um exemplo pleno de aplicação do conceito de *Nudge*: a intervenção foi rápida, sem custo e extremamente eficaz. E com resultado expressivo: o impacto da ação alterou o padrão futuro de segurança material de parte da sociedade norte-americana a partir da simples reconstrução de um processo decisório individual no presente.

O recente estudo publicado pelo National Bureau Of Economic Research intitulado *RCTS to scale: comprehensive evidence from two Nudge Units*, de DellaVigna e Linos (2020), mostra que, desde a experimentação de Thaler no caso da poupança para aposentadoria nos EUA, houve expansão significativa do uso de *Nudge* nas políticas públicas norte-americanas por diferentes níveis do governo (nas chamadas *Nudge Units*, presentes em diferentes escalas do poder público nos EUA). No estudo, foram analisadas mais de 300 intervenções que atingiram aproximadamente 23 milhões de pessoas nos últimos anos, cobrindo assuntos como educação, saúde, tributação, e obtenção de benefícios sociais. Os projetos (experimentos introduzidos) produziram melhoria média de 8,1% sobre os resultados das políticas públicas em curso (benesses ao cidadão), resultado expressivo quando consideramos a simplicidade das ações tomadas, bem como a sua abrangência.

A pandemia de COVID-19 também trouxe novas e simples possibilidades de aplicação de *Nudge*, dessa vez como ponto de apoio nas ações estratégicas de combate à propagação do vírus. Nesse caso, os “empurrões” vem dos governos, de atores privados como empresas, lojas ou empregadores - ou de nós mesmos (indivíduos e famílias). Lojas e supermercados pintaram linhas ou campos no chão para marcar a distância necessária entre os consumidores, passamos a cantar músicas - como Feliz Aniversário - ou a contar no intuito de garantir pelo menos 20 segundos no processo de lavagem das mãos e colocamos recipientes de álcool em gel na entrada das casas e edifícios, entre outros exemplos. Do mesmo modo, o uso de uma comunicação fácil, clara e visual sobre melhores práticas de higiene durante a crise pandêmica, dotada de princípios da Economia Comportamental, vem representando um passo importante elemento do rol de esforços para o enfrentamento do grave problema.

No ambiente de negócios, o uso de ferramentas da Economia Comportamental também tem se mostrado amplo e promissor nos últimos anos. Como exemplo, podemos citar o caso da gigante varejista norte-americana IKEA, líder global (presente em 53 países) no comércio de móveis e acessórios para casa. O incontestado sucesso da empresa está ancorado, entre outros fatores, no uso de *insights* advindos da Economia Comportamental. O projeto “Bulla Bulla”, por exemplo. Neste, a empresa se utiliza de merchandising para criar a impressão ao consumidor de que um produto é barato. Produtos bastante diversos são ofertados (misturados) em grandes caixas, gerando-se a impressão de que há muitos itens disponíveis (desordenados) e, justamente por isso, devem ser mais baratos. Aqui, assume-se que o cérebro humano tende a equiparar a percepção de volume (quantidade) e de desordem com preços mais baixos, gerando imediata atratividade ao consumidor mais impulsivo. Outra técnica utilizada pela IKEA diz respeito a escolha da localização de suas lojas. Geralmente são grandes armazéns localizados nas periferias das cidades. Considerando-se que a base de seus clientes reside em regiões centrais de grandes cidades (particularmente os mais jovens), tempo de deslocamento e gastos extras com o transporte dos produtos (muitos clientes não têm carro) são dificuldades comuns para quem deseja ir às lojas. E é justamente o conjunto dessas “dificuldades” que faz com que muitos consumidores acabem gastando mais dinheiro quando na loja. É simples: o tempo e o dinheiro gastos para ida até a loja torna muitos consumidores mais propensos ao consumo, bem como mais dispostos a passar um tempo maior dentro do estabelecimento. Na base desse comportamento do consumidor encontramos a ação do efeito *Sunk Cost*, em que o consumidor percebe que o custo irrecuperável (de tempo e de dinheiro) da ida até a loja deve ser compensado pelo consumo ali realizado (o que aumenta sua predisposição às compras). Claramente o uso da Economia Comportamental está nos bastidores do sucesso da empresa.

Esses são apenas exemplos pontuais do uso da Economia Comportamental em diferentes contextos, transformando a maneira como as empresas enxergam seus clientes, seus colaboradores e suas ações de mercado.

Nos últimos dois séculos, a atividade econômica esteve organizada sob a forma de um sistema caracterizado por ciclos contínuos e lineares de extração, produção e descarte.

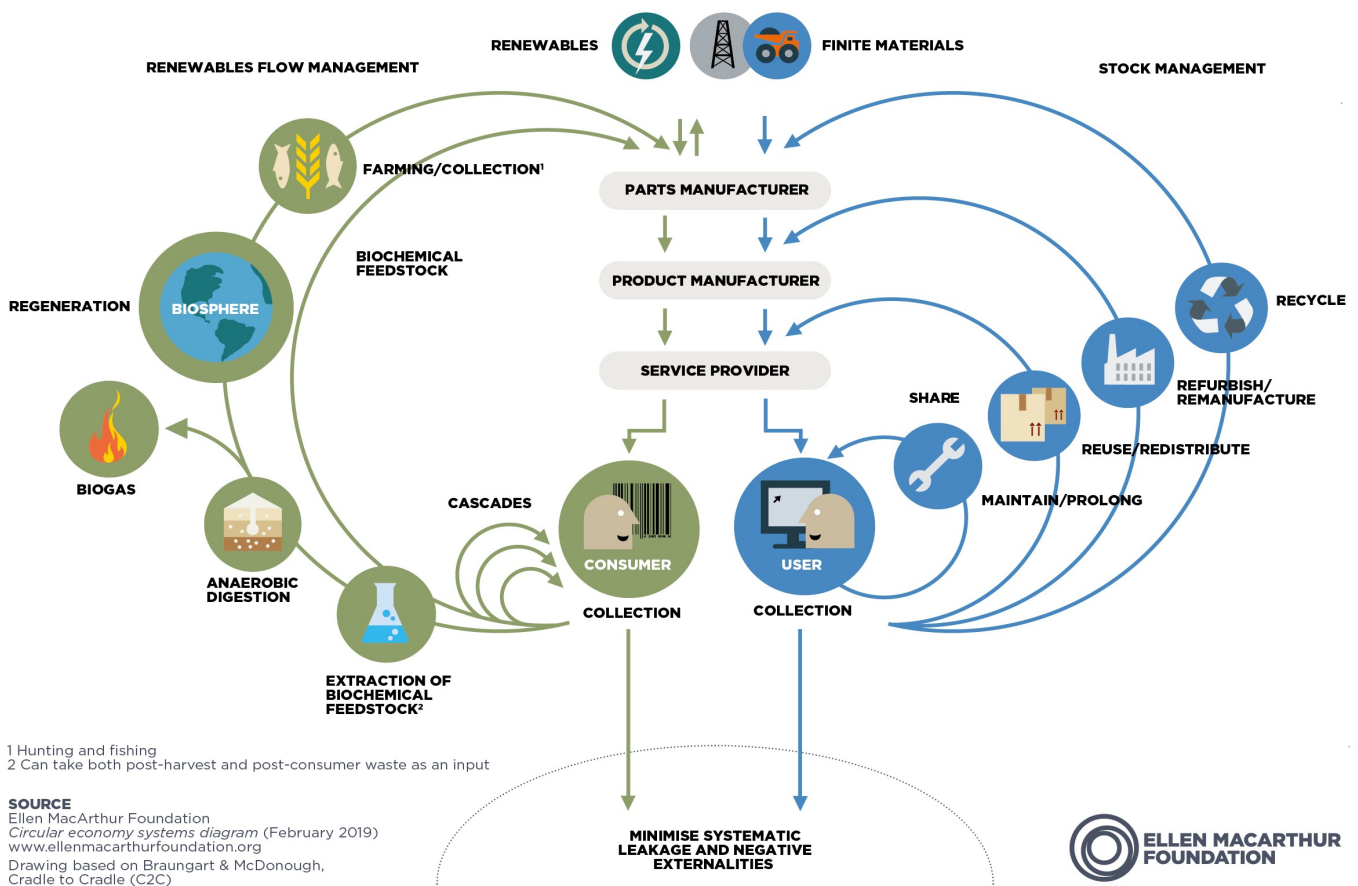
A manutenção desse modelo levou a sociedade global a um quadro presente de “sobrecarga ecológica” (WEETMAN, 2019). Na prática, vem se constatando que a demanda material humana sobre o planeta Terra supera sua biocapacidade (capacidade de reposição de recursos e de absorção de resíduos). Gera-se, com isso, uma situação conflituosa entre o avanço do crescimento econômico e a degradação do meio ambiente, com consequências desastrosas para a sociedade global e a vida no planeta.

A Economia Circular se debruça sobre esse conflito e propõe a busca por soluções que desvinculem crescimento das empresas e consumo excessivo de recursos naturais. Nessa abordagem, a economia linear (extrair-produzir-descartar) dá lugar a uma economia, por princípio, restaurativa, chamada de Economia Circular.

Sua essência regenerativa reside na busca de reconstrução do capital, seja ele financeiro, produtivo, humano, social ou natural, assegurando fluxos aprimorados de bens e serviços. O termo “Economia Circular” foi originalmente concebido e desenvolvido na Inglaterra pela *Ellen MacArthur Foundation* (EMF) e tem se tornado cada vez mais presente no meio acadêmico e no ambiente de negócios.

A principal razão para a crescente popularidade dessa abordagem é que ela alinha uma lógica atraente de negócios com a necessidade de dissociação entre geração de riqueza e consumo de recursos finitos. O diagrama sistêmico da Economia Circular (Quadro IV), também conhecido como “diagrama borboleta”, ilustra o fluxo contínuo de recursos técnicos e biológicos, por meio da geração de um ciclo de valor.

Quadro IV - Diagrama sistêmico da Economia Circular



Fonte: Imagem extraída da página da Ellen MacArthur Foundation (<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/>)

A natureza restaurativa presente na proposta da Economia Circular entende que o processo de geração de valor reside justamente na habilidade de preservar em produtos e componentes, o trabalho incorporado, a energia, os materiais, os recursos e os custos de capital originalmente utilizados em sua composição. Nesse sentido, consideram-se quatro níveis de geração de valor na Economia Circular:

1. Ampliação do uso de um produto;
2. Redistribuição do bem ou serviço a um novo usuário com pouco ou nenhum retrabalho;
3. Reforma ou recondicionamento para criação de novo produto ou ampliação de seu uso; e, por fim,
4. Reciclagem de materiais;

Assim, o fator decisivo para a geração de valor na perspectiva da Economia Circular é o desenvolvimento de competências para identificação de oportunidades e para extração de valor delas, seja na reutilização de ativos e recursos ou no reconhecimento de valor adicionado no processo de reciclagem. O crescente interesse pela Economia Circular está então relacionado diretamente à perspectiva de geração de valor e à expectativa de desempenho econômico superior nas organizações. Entre os principais argumentos que sustentam tal expectativa de melhoria no desempenho empresarial atrelado à Economia Circular, destaque para:

1. Possibilidade de aumento da capacidade inovativa dentro das organizações: a busca por métodos de produção e de consumo inovadores e eficientes pode impactar positivamente na capacidade inovativa das organizações;
2. Possibilidade de aumento de eficiência operacional: a premissa de aumento da eficiência no uso dos recursos e de redução do desperdício interessam às empresas, podendo gerar redução significativa em seus custos de produção (e operacionais);
3. Possibilidade de melhor fidelização do cliente: muitas pesquisas já sinalizam a predileção dos consumidores por empresas movidas por propósito, adeptas do capitalismo consciente, e que contribuem positivamente à vida em sociedade;
4. Possibilidade de melhor gestão de riscos: investidores e líderes corporativos estão cada vez mais atentos aos riscos relacionados à sustentabilidade e à imagem empresarial projetada, em assuntos como mercado, operações e relacionamento com os consumidores e o meio ambiente. E assumem que tais riscos podem ocasionar impactos financeiros significativos nas empresas;
5. Possibilidade de melhor relacionamento com stakeholders: as preocupações com a sustentabilidade e o meio ambiente intrínsecas à Economia Circular melhoram o relacionamento da empresa com as comunidades locais, com os demais atores econômicos e com a sociedade de forma mais geral.

O uso da abordagem da Economia Circular já vem se mostrando real, eficaz e promissor em diversos campos da atividade empresarial e produtiva. É o caso de uma recente iniciativa envolvendo a indústria automotiva. Há décadas o carro tem sido símbolo de liberdade, autonomia e emancipação, sendo considerado um marco da cultura e do estilo de vida modernos, bem como da sociedade de consumo de massa. Contudo, o setor automotivo é responsável por cerca de 20% das emissões globais de gases poluentes (geradores do efeito estufa, por exemplo) e consome parcela representativa da produção global de aço, alumínio, plástico, borracha e baterias, entre outros materiais. Dessa constatação nasceu uma parceria entre o *World Economic Forum* e o *World Business Council for Sustainable Development* no projeto *The Circular Cars Initiative*. Nele, cerca de 40 empresas da cadeia automotiva, institutos de pesquisa, organizações internacionais, organismos governamentais e *think tanks* trabalham com foco numa produção “padrão zero emissão” por meio do uso de novas tecnologias e materiais, do uso eficiente de recursos e do gerenciamento do ciclo de vida dos produtos (WORLD ECONOMIC FORUM, 2021). Surge o conceito de carro circular (*circular car*), veículo capaz de produzir “zero” resíduos de materiais e de poluição durante sua fabricação, utilização e descarte. Mesmo que ainda não existam carros totalmente “circulares”, a intenção aqui é aumentar significativamente o grau de circularidade dessa cadeia industrial, gerando dividendos econômicos, sociais e ecológicos. O Projeto *The Circular Cars Initiative* prevê, com isso, ganhos reais de circularidade em quatro frentes principais: descarbonização da matriz energética, circularidade de materiais, otimização do tempo de vida do veículo e de seus componentes e intensificação do uso do veículo (WORLD ECONOMIC FORUM, 2021). Cabe mencionar que, adicionalmente nesse projeto, há também o estímulo ao uso de tecnologias emergentes e com potencial inovativo, como a Internet das Coisas (*IoT*) ou o *Blockchain*, que permite que materiais e componentes automotivos sejam melhor rastreados durante seu ciclo de vida, e como a Impressão 3D, que permite que materiais (peças/componentes) sejam produzidos de modo mais eficiente e sejam salvos (armazenados) para reutilização.

Cabe ainda mencionar o projeto PACE (*Platform for Accelerating the Circular Economy*), criado em 2018 pelo *World Economic Forum* e agora sediado pelo *World Resources Institute* na Holanda. O PACE é uma comunidade global de líderes que trabalham conjuntamente para acelerar a transição das atividades produtivas para uma Economia Circular, em áreas que requerem a colaboração entre empresas, governo e sociedade civil, como alimentação, eletrônicos, têxteis, plásticos e bens de capital, por exemplo. Os projetos propostos são direcionados para a confecção de sistemas dinâmicos, entendidos como em constante transformação. Assim, utiliza-se no PACE, como base conceitual, o modelo **DISRUPT**, que descreve 7 elementos-chave direcionadores da transformação produtiva desejada para uma Economia Circular, ou seja, para um mundo focado na regeneração de recursos e no uso de energia limpa. São eles:

- (1) Design para o futuro (para uso correto de materiais pensando-se na vida útil e na reutilização de produtos);
- (2) Incorporação de Transformação Digital (para rastrear e otimizar o uso de recursos e para fortalecer conexões entre atores na cadeia de suprimento);
- (3) Sustentar e manter o que já existe;
- (4) Repensar modelos de negócios (para criação de valor conjunto na interação entre produtos e serviços);
- (5) Usar resíduos como recursos produtivos;
- (6) Priorizar o uso de recursos regenerativos;
- (7) Trabalhar em equipe para gerar valor compartilhado (alinhamento entre cadeia de suprimentos, nas empresas e no setor público para aumentar a transparência e gerar valor compartilhado).

A imagem abaixo (Quadro V), resume os elementos-chave que norteiam a transição das atividades produtivas para uma Economia Circular na visão do PACE.

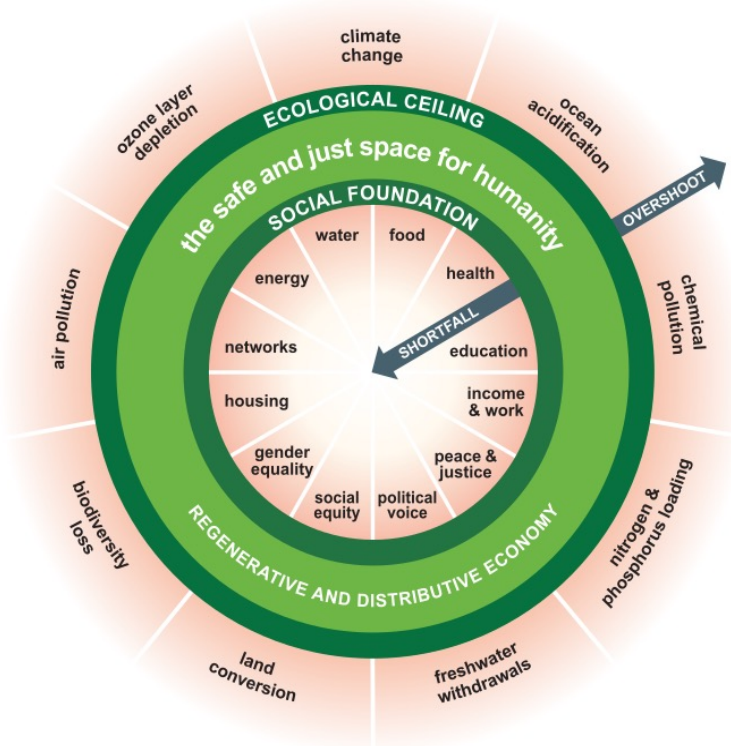
Quadro V – 7 Elementos-chave da Economia Circular (PACE - DISRUPT)

D		Design For the Future: Adopt a systemic perspective during the design process, to employ the right materials for appropriate lifetime and extended future use and optimal recovery.
I		Incorporate Digital Technology: Track and optimise resource use and strengthen connections between supply-chain actors through digital, online platforms and technologies.
S		Sustain & Preserve What's Already There: Maintain, repair and upgrade resources in use to maximise their lifetime and give them a second life through take-back strategies, where applicable.
R		Rethink the Business Model: Consider opportunities to create greater value and align incentives through business models that build on the interaction between products and services.
U		Use Waste as a Resource: Utilise waste streams as a source of secondary resources and recover waste for reuse and recycling.
P		Prioritise Regenerative Resources: Ensure renewable, reusable, non-toxic resources are utilised as materials and energy in an efficient way.
T		Team Up to Create Joint Value: Work together throughout the supply chain, internally within organisations and with the public sector to increase transparency and create shared value.

Fonte: Imagem extraída do The Circular Gap Report 2020 (PACE).

Nessa visão de mundo proposta pela Economia Circular, nasce também o modelo da Economia Donut. Criado pela economista Kate Raworth (pesquisadora associada do Environmental Change Institute da Universidade de Oxford e autora do livro Economia Donut), o modelo parte da percepção de que o grande desafio da humanidade no século XXI é atender às necessidades das sociedades modernas considerando-se as limitações dos recursos disponíveis no planeta Terra. Trata-se de tentar garantir que ninguém fique aquém do essencial para manutenção da vida humana (como água, alimento e moradia, por exemplo), garantindo, ao mesmo tempo, certo controle sobre os sistemas de suporte de vida e recursos planetários (dos quais dependemos diretamente, como clima estável, solos férteis e camada protetora de ozônio, por exemplo). A ideia de Economia Donut propõe um novo modelo de desenvolvimento sustentável que leva em conta tanto os limites planetários quanto uma base social mínima (e de bem-estar) a ser assegurada. O nome do modelo faz referência a uma representação gráfica em forma de rosquinha: o formato de um Donut revela dois círculos, um pequeno (no centro) e um grande (lado de fora). O círculo menor representa objetivos humanos mínimos para a vida em sociedade e o círculo maior representa a carga máxima suportada pelo planeta.

Quadro VI – Modelo de Economia Donut (Kate Raworth)



Fonte: Imagem extraída de www.kateraworth.com/doughnut/

No anel interno do Donut (círculo menor), o alicerce social de bem-estar humano estabelecido por Raworth (2019) guarda relação com os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (ODS) e consiste nas condições sociais mínimas das quais ninguém deveria ser privado. São elementos constitutivos do alicerce social: segurança alimentar; água potável e saneamento adequados; acesso à energia e instalações mínimas para cozinhar; acesso à educação e assistência médica; habitação digna; uma renda mínima e trabalho digno; acesso a redes de informação e redes de apoio social; igualdade de gênero; igualdade social; voz política; e paz e justiça. Na outra ponta (círculo maior), a dimensão mais externa do donut é constituída pelo teto ecológico da pressão planetária, ou um limite constituído de 9 dimensões que asseguram um desenvolvimento de fato sustentável. São elas: mudança climática; acidificação dos oceanos; poluição química; carga de nitrogênio e fósforo; retiradas de água doce; conversão de terras; perda de biodiversidade; poluição do ar; e destruição da camada de ozônio. E entre as duas extremidades do Donut encontra-se o espaço seguro e justo para a humanidade, o limite onde o desenvolvimento econômico deve ocorrer. A autora propõe então uma substituição do crescimento econômico - como objetivo último das sociedades - pela ideia de prosperidade, ou seja, pela possibilidade de promoção de uma economia regenerativa, distributiva e que contribua para a constituição de um espaço seguro e justo de vida para a humanidade. O ponto central é, portanto, a criação de um alicerce social de bem-estar que não ultrapasse os limites planetários.

Como experiência prática, pode-se citar o caso da cidade de Amsterdam, capital da Holanda. Em parceria com atores públicos e privados locais, Kate Raworth vem desenvolvendo uma aplicação do modelo Donut para a cidade, dentro de uma abordagem de busca por circularidade na economia local. Desse esforço resultou o lançamento do documento *Amsterdam Circular Strategy 2020-2025*, que propõe ações para reduzir pela metade o uso local de novas matérias-primas (entre outras ações) até 2030, atingindo-se uma economia totalmente circular até 2050.

Propõe-se também a redução em 50% do desperdício local de alimentos e a adoção de requisitos de sustentabilidade mais rígidos em novas edificações. Muitas empresas e organizações já estão envolvidas nessas ações, e a cidade já se autointitula a primeira cidade Donut do mundo. Nesse caminho, vale lembrar que atores econômicos das cidades da Filadélfia e de Portland nos EUA também já vem adotando ações de circularidade econômica pautadas no modelo de Donut.

Por fim, vale mencionar que Kate Raworth (2018) realizou uma pesquisa junto a uma ampla gama de líderes de negócios, executivos seniores e fundadores de grandes empresas. Nela, a autora registrou o que as empresas entrevistadas fazem diante da constatação de que operam com um design industrial degenerativo e gerador de pressão sobre os limites planetários (contato com o próprio Modelo Donut). As respostas foram diversificadas e agrupadas pela autora em 5 tipos:

- (I) Não faça nada. Por que mudar nosso modelo de negócios se consigo bons resultados hoje?;
- (II) Faça o que compensa, adotando medidas de ecoeficiência que representem redução de custos e impulsionem a marca;
- (III) Faça a sua parte na mudança para a sustentabilidade, com medidas como redução total de emissão de gases estufa e de retirada de água;
- (IV) Procure não causar danos, como em uma “missão zero”, projetando produtos, edifícios e negócios que visem impacto ambiental zero; e
- (V) Procure promover o bem, criando uma empresa regenerativa que reabastece o planeta ao invés de esgotar seus recursos.

A autora constatou que a manifestação de respostas do tipo (II) ainda é predominante nos últimos anos.

O termo “Economia das Plataformas” vem ganhando força e uso mais recente como derivação (ou mesmo sinônimo) de temas como “plataformas digitais” e “economia compartilhada”, entre outros. A ideia de “Plataforma” pode ser entendida como um conjunto de tecnologias e camadas de software usado para o desenvolvimento de processos, aplicações ou novas ferramentas digitais aplicáveis aos negócios. A ideia de “Plataforma” também envolve pessoas, que compartilham ideias, atitudes, valores e modos de vida em espaços de comunicação caracterizados pela interconexão mundial de computadores, comunidades virtuais e uso da inteligência coletiva (disponível a todos), no universo da Ciberultura. O marco de expansão da “Economia das Plataformas” é o próprio processo de “Transformação Digital” e de fortalecimento da “Ciberultura”, em curso no ambiente de negócios e na sociedade nos últimos anos. Nesse cenário, observa-se o uso de novas tecnologias (uso de dados e mídias sociais), bem como o advento de novas estruturas organizacionais (mais flexíveis e conectadas) e de novos modelos de negócios com novas formas de interação entre empresas e consumidores.

De modo geral, podemos definir “Economia das Plataformas” a partir de dois conjuntos de aspectos básicos: (I) Aspectos Técnicos – representado pelo conjunto de sistemas, aplicações, softwares e processos digitais que fundamentam o espaço onde produtos e serviços são desenvolvidos e comercializados; (II) Aspectos Sociais – representado por pessoas interagindo em ciberespaço como fornecedores, empresários, intermediários e clientes de produtos e serviços interdependentes. Nesse sentido, uma “plataforma digital” reúne dados e tecnologias que permitem a promoção de serviços digitais, com regras e formas definidas, envolvendo - em sua interação-chave - *participantes* (basicamente “produtores” e “consumidores” de valor), *unidades de valor* (aquilo que está sendo transacionado na plataforma) e *filtros* (uso de algoritmos que permitem trocas adequadas das unidades de valor pelos usuários).

Como principais vantagens de uma “Economia das Plataformas” observa-se a possibilidade de redução de “custos de transação”, comuns em muitas cadeias produtivas e comerciais. A velocidade e a facilidade nas transações e o menor nível de intermediação reduzem ruídos e riscos na relação empresa-cliente. Outro ponto interessante é a “escalabilidade” e o “efeito de rede” presentes, ou seja, modelos de negócio baseados em plataformas podem crescer com muito mais agilidade, gerando mais valor conforme mais usuários participam e mais transações ocorrem em seu ambiente. Trata-se de geração de “Economias de Escala”. Plataformas também permitem experiências mais customizadas em que o cliente é o foco do negócio. Nesse sentido, vale mencionar a possibilidade de “coprodução”, em que o cliente se torna agente ativo no processo produtivo, dando feedbacks e gerando informações que vão retroalimentar a empresa via plataforma. Isso facilita a atuação da empresa junto a seus consumidores, tornando a experiência do cliente melhor e mais satisfatória. Basta lembrar como melhoraram os serviços digitais de navegação por ruas e estradas em razão da coprodução (participação de usuários) quanto às informações do trânsito. Por fim, cabe mencionar que plataformas também estimulam o crescimento das “economias de compartilhamento” em razão de sua agilidade e segurança nas transações: o compartilhamento de casas, carros, e outros tipos de produtos e equipamentos vem se tornando algo cada vez mais comum, reforçado pelo uso da inteligência coletiva e das comunidades virtuais que dão suporte às interações entre clientes e fornecedores nas plataformas.

Assim, a Economia das Plataformas pode ser entendida como um novo arranjo econômico, ainda em construção, mas já rico em exemplos exitosos. Airbnb, por exemplo. Nessa plataforma temos “efeitos de rede” evidentes para o lado dos ofertantes e dos consumidores, já que à medida que mais estabelecimentos (quartos, casas, apartamentos, etc.) passam a compor o cardápio de opções aos consumidores, maior se torna o valor da plataforma em si. E quanto mais consumidores usam a plataforma, mais valor será gerado para os donos dos imóveis ali presentes, em “efeito de rede cruzado”.

Nesse contexto, observa-se, na última década, que plataformas digitais reorganizaram mercados e alteraram a própria dinâmica da geração de valor e da competição empresarial. Basta perceber que, na atualidade, algumas das empresas mais valiosas do mundo operam seus modelos de negócios essencialmente através de plataformas digitais, como Amazon, Google ou Facebook, entre outras.

No Brasil, cabe citar a MAGALU (Magazine Luiza), um exemplo bem-sucedido de empresa que vem se direcionando cada vez mais para atuação em uma Economia das Plataformas. Seu processo teve início em 2017 com a proposição de uma mudança na empresa para a adoção da cultura digital. Criou-se também o Luiza LABS, laboratório de tecnologia e inovação focado em soluções digitais para os clientes. Em seguida, além de ações para o aumento da inclusão digital dos clientes (criação de conteúdo online e serviços de internet), a empresa também digitalizou suas lojas físicas, visando maximizar a experiência de seus consumidores. Finalmente, criou-se uma plataforma digital de vendas e, em seguida, adotou-se uma estratégia multicanal, integrando empresas, logística, centros de distribuição e parceiros de entrega. Esse esforço organizado em várias frentes resultou em aumento expressivo do lucro da empresa, que se tornou referência no e-commerce e no universo das plataformas.

Vale, por fim, mencionar que, recentemente, CUTOLO, HARGADON, KENNEY (2021) apontaram alguns riscos para empresas que operam essencialmente através de grandes plataformas digitais. Entre eles, destaque para: (I) Dificuldade de desenvolvimento de uma proposta clara de valor. Empresas atuantes essencialmente através de grandes plataformas digitais ficam submetidas ao regramento de preços e mesmo de comunicação estabelecido rigidamente pela plataforma; (II) Dificuldade de relacionamento direto com o cliente. As plataformas controlam o relacionamento entre empresa e cliente, como intermediárias que evitam a conexão direta entre as partes. Como sugestão para redução de tais riscos, os autores recomendam que, no universo da Economia da Plataformas, empresas optem cada vez mais pela presença em múltiplos canais de vendas e pelo uso de estratégias de marketing que fortaleçam sua própria marca.

Consideramos neste breve White Paper o marco analítico de um mundo pós pandemia caracterizado por um ambiente de negócios em crescente transformação digital, com mais atenção ao consumo e à produção conscientes (convergentes com a ideia de uma economia regenerativa) e mais predisposto ao arranjo das Economias das Plataformas. Nele, experimentações envolvendo preceitos de Economia Comportamental deverão ganhar força, seja na condução da produção e dos negócios em plataformas digitais (envolvendo todo tipo de processo decisório em operações e na gestão), seja na “arquitetura das escolhas” presente no consumo de bens e de serviços na modalidade online, amplificado pelo uso de Big Data, de IoT, de Inteligência Artificial, e de Algoritmos (que cruzam disponibilidade e perfil de demanda, por exemplo). O uso do Nudge, por exemplo, no reforço de decisões mais conscientes de consumo deve ser ampliado nos próximos anos, em convergência com práticas empresariais dotadas de propósito e sustentabilidade (e não manipuladoras, portanto) no ambiente digital. Do mesmo modo, aumenta-se a aposta em investimentos numa economia regenerativa pós pandemia, com foco em energias renováveis, em fomento a empregos e empresas locais, e na ampliação do bem-estar para famílias com respeito às limitações do ecossistema planetário.

- BOSCH, Herman van den. Cities of the Future. 2020.
- CLINEHENS, J. *3 Ways IKEA Used Psychology to Become the World's Largest Furniture Retailer. BetterMarketing*, 2021.
- DELLAVIGNA, S. e LINOS, E. *RCTS to scale: comprehensive evidence from two Nudge Units*. National Bureau Of Economic Research, 2020.
- ELLEN MACARTHUR FOUNDATION - <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/>
- Entrevista de Richard Thaler para **Wall Street Journal**, nov/2015 – LINK: [HTTPS://WWW.WSJ.COM/ARTICLES/BEHAVIORAL-ECONOMIST-RICHARD-THALER-ON-THE-KEY-TO-RETIREMENT-SAVINGS-1448852602](https://www.wsj.com/articles/behavioral-economist-richard-thaler-on-the-key-to-retirement-savings-1448852602)
- CUTOLO, D.; HARGADON, A.; KENNEY, M. COMPETING ON PLATFORMS. MIT SLOAN MANAGEMENT REVIEW, SPRING 2021, P. 22.
- IMF. WORLD ECONOMIC OUTLOOK UPDATE. JANUARY 2021.
- INOVA CONSULTING. TRANSFORMAÇÃO DIGITAL – MINDSET & FRAMEWORK DE ATUAÇÃO. JUNHO 2020.
- LEONARD, T. C. R. H. THALER, C. R. SUNSTEIN, NUDGE: IMPROVING DECISIONS ABOUT HEALTH, WEALTH, AND HAPPINESS. 2008.
- RAWORTH. KATE. - WWW.KATERAWORTH.COM/DOUGHNUT/.
- RAWORTH, KATE. ECONOMIA DONUT: UMA ALTERNATIVA AO CRESCIMENTO A QUALQUER CUSTO. Rio de Janeiro: Zahar, 2019.
- *RETHINKING ECONOMICS. Economists and Crises*. 2020.
- SMART CITY HUB - <https://smartcityhub.com/>
- WEETMAN, C. Economia Circular: conceitos e estratégias para fazer negócios de forma mais inteligente, sustentável e lucrativa/ Catherine Weetman; tradução Afonso Celso da Cunha Serra. 1. ed. São Paulo: Autêntica Business, 2019.
- WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT. *The Circular Car Initiative: a multi-stakeholder effort to completely decarbonize the automotive manufacturing sector. Jan/2020*.
- WORLD ECONOMIC FORUM. The Circular Cars Initiative. 2021.
-
- WORLD RESOURCES INSTITUTE. PACE (Platform for Accelerating the Circular Economy).
- WORLD RESOURCES INSTITUTE / PACE. The Circular Gap Report 2020.
- [HTTPS://G1.GLOBO.COM/SP/VALE-DO-PARAIBA-REGIAO/ESPECIAL-PUBLICITARIO/SPS-CONSULTORIA/TECNOLOGIA-E-INOVACAO/NOTICIA/2021/01/29/MAGAZINE-LUIZA-A-TRANSFORMACAO-DIGITAL-MAIS-BEM-SUCEDIDA-DO-BRASIL.GHTML](https://G1.GLOBO.COM/SP/VALE-DO-PARAIBA-REGIAO/ESPECIAL-PUBLICITARIO/SPS-CONSULTORIA/TECNOLOGIA-E-INOVACAO/NOTICIA/2021/01/29/MAGAZINE-LUIZA-A-TRANSFORMACAO-DIGITAL-MAIS-BEM-SUCEDIDA-DO-BRASIL.GHTML)
- [HTTPS://WWW.STARTSE.COM/NOTICIA/NOVA-ECONOMIA/MAGAZINE-LUIZA-TRANSFORMACAO-DIGITAL](https://WWW.STARTSE.COM/NOTICIA/NOVA-ECONOMIA/MAGAZINE-LUIZA-TRANSFORMACAO-DIGITAL)

CONCLUSÃO

Seguindo o seu propósito de manter uma base permanente de atualização de conhecimento para ajudar empresas, profissionais e alunos, a Inova disponibiliza neste White Paper o resultado da sua visão, pesquisa e conhecimento aplicado sobre as tendências mais relevantes para a Economia no cenário pós pandemia.

Desejamos que seja uma contribuição para que empresas e seus profissionais se preparem melhor para o futuro e para os desafios que ele encerra.

Caso pretenda evoluir na aplicação destes conceitos ao seu negócio, com o objetivo de preparar o futuro com mais sucesso, fale com a gente:

contato@inovaconsulting.com.br



Um abraço e obrigado por ter chegado até aqui.

Luis Rasquilha | CEO Inova TrendsInnovation Ecosystem

(Research | Consulting | Business School | Online | Club)

luis@inovawww.com

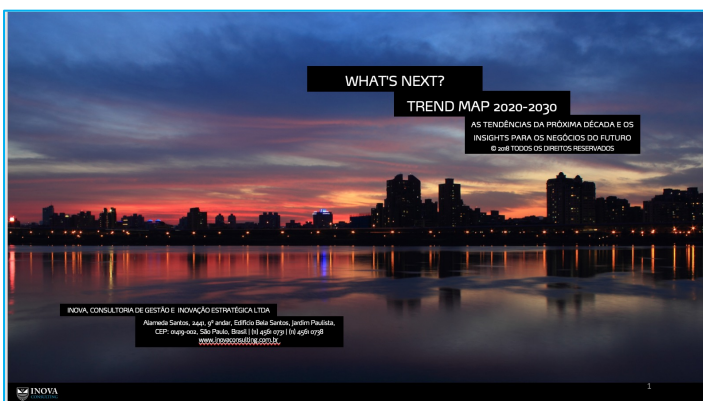
Este documento e todo o seu conteúdo são propriedade da:

INOVA, CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.

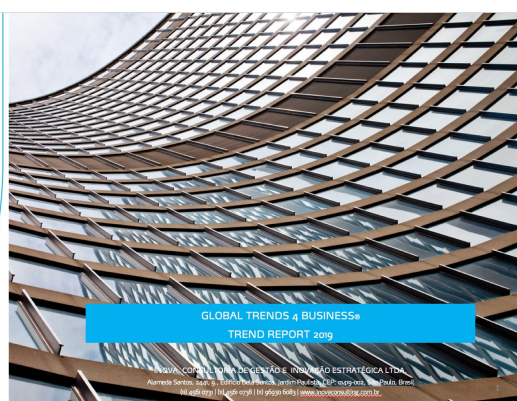
Pode ser duplicado, copiado, difundido e disseminado por todos quantos pretenderem utilizar o seu conteúdo para fins acadêmicos ou profissionais na forma que entenderem mais relevante. Solicitamos apenas a quem utilizar o todo ou partes deste documento que referenciem devidamente a fonte Inova e o site www.inovawww.com.

Acesse outros Relatórios e White Papers da Inova (i)

www.inovaconsulting.com.br/downloads



WHAT'S NEXT 2020-2030



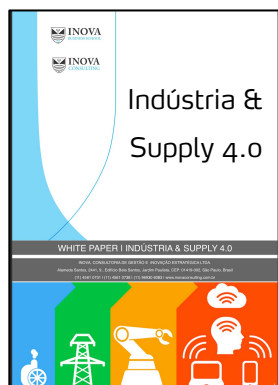
Global Trends 4 Business



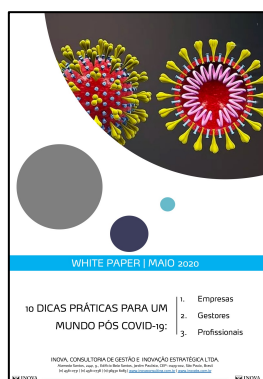
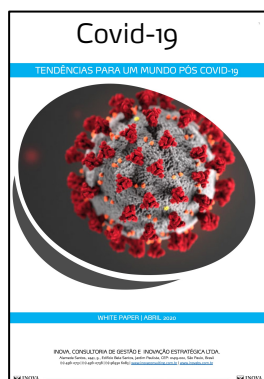
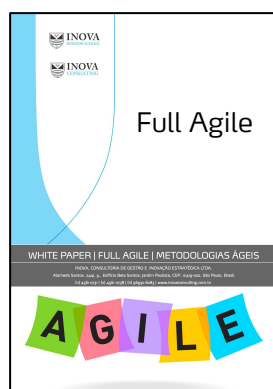
4ª Revolução Industrial & Os Shifts de Mudança



As 50 Ideias do Futuro



Tendências Pós



Dicas Práticas Pós
Covid-19



Transformação Digital
Mindset & Framework

2030 & Beyond

2030 & BEYOND

*O mundo, as pessoas e os negócios
no pós-2030*

INOVA CONSULTING | INOVA BUSINESS SCHOOL | INOVA ONLINE

INOVA, CONSULTORIA DE GESTÃO E INOVAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.

Alameda Santos, 2441, 9., Edifício Bela Santos, Jardim Paulista, CEP: 01419-002, São Paulo, Brasil
(11) 4561 0731 | (11) 4561 0738 | (11) 96930 6083 | www.inovaconsulting.com.br | www.inovaib.com.br | www.inovaol.com



O Trabalho do Futuro e o Futuro do Trabalho



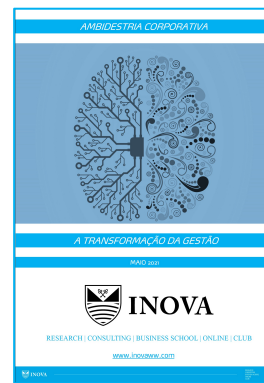
Business Pulse



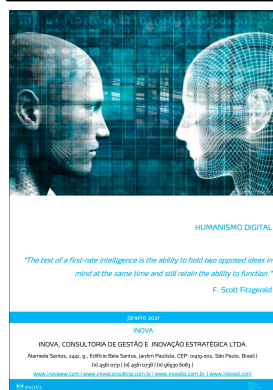
Maturidade Digital IT4.0



Ambidestria Corporativa



Humanismo Digital



Cultura de Inovação



ECONOMIC TRENDS



Repensando a economia em um mundo pós pandemia



JULHO 2021



INOVA

RESEARCH | CONSULTING | BUSINESS SCHOOL | ONLINE | CLUB

www.inovaww.com