

Parceria

**Porto
Business
School**

/ University of Porto



ESTUDO DE IMPACTO COVID-19 NA SUSTENTABILIDADE

NOTA INTRODUTÓRIA

SUMÁRIO EXECUTIVO

ANÁLISE DOS DADOS

CONCLUSÕES DO ESTUDO

CONTACTOS

Nos últimos 3 anos, os temas da sustentabilidade ambiental e da economia circular têm estado na ordem do dia. Por incentivo do Governo Português (através da atribuição de financiamentos via Fundo Ambiental) e da Comissão Europeia (com o lançamento do European Green Deal) e, também, por pressão dos consumidores, mais conscientes do seu impacto ambiental e mais exigentes com possíveis soluções sustentáveis, empresas e outras organizações públicas e privadas iniciaram a transição para um futuro mais sustentável.

Esta transição tem levado a iniciativas de redução, captura e incorporação do plástico usado, em novos produtos; redução e incorporação do desperdício alimentar; redução do consumo de águas; lançamento de novos modelos de negócio sustentáveis by design, entre muitas outras iniciativas.

Perante o cenário atual de pandemia global, a Aliados Consulting e a Porto Business School uniram-se para analisar o impacto da mesma na sustentabilidade, analisando a percepção sobre o tema de Pequenas, Médias e Grandes Empresas nacionais ou a atuar no mercado nacional.

No cenário atual, vemos a sustentabilidade com um forte fator competitivo e de diferenciação, alinhado com os princípios do crescimento inteligente.

É um facto que vivemos num mundo obcecado pelo crescimento. E, para o atingir, temos esgotado recursos naturais, destruído ecossistemas e não temos sido capazes de garantir uma distribuição equilibrada dos seus benefícios económicos.

Porém, é inegável que o trabalho, o rendimento e, consequentemente, a redução da pobreza e o crescente bem-estar das sociedades são fundamentalmente gerados pelo crescimento.

É basilar perceber como é possível ir para além da noção linear de “input-output-lucro” e perceber como podemos encontrar novos caminhos mais sustentáveis, mais inclusivos, mais duradouros e igualmente lucrativos. É esse o desafio da nossa geração: atreverso-nos a encontrar uma nova fórmula que nos garanta não apenas crescimento, mas crescimento inteligente.

Não há, seguramente, respostas milagrosas. Mas haverá, com certeza, soluções criativas e inovadoras; que lancem mão das possibilidades criadas pela tecnologia e que criem maior igualdade, melhores formas de produzirmos energia, novos modelos de negócio para nos movermos no mundo global, melhores alternativas para alimentarmos a crescente população mundial e, simultaneamente, permitam uma rápida descarbonização e uma eficaz contenção e proteção dos ecossistemas.

A forma como gerimos empresas e a forma como os acionistas medem o sucesso vão ter de ser profundamente alteradas. Isso pressupõe mudanças substanciais, não apenas ao nível da transformação digital, de gestão das cadeias de valor, da inovação produtiva ou dos canais de distribuição e comunicação. É toda uma mudança estrutural na própria linguagem dos negócios: a geração de valor sustentável para os acionistas tem de ser acompanhada da geração de valor sustentável para todos os outros stakeholders da organização – incluindo a sociedade e o planeta. E só a inovação, num esforço estruturado e integrado ao nível da organização, nos permitirá chegar aí.

O que nos falta, então, para vencermos essa batalha? Visão. Coragem. Velocidade.

Atrevemo-nos?

B. Sumário Executivo

Esta análise visa identificar o impacto do COVID-19 na Sustentabilidade das PME e Grandes Empresas a atuar no mercado nacional.

Resulta da participação direta de um grupo alargado de empresas, em cargos de gestão e especialistas, entre eles CEOs, COOs, Administradores, Diretores de Comunicação, Diretores de Sustentabilidade, Técnicos de Qualidade, entre outros. A auscultação foi realizada entre Outubro e Dezembro, através de distribuição de um inquérito por Pequenas e Médias Empresas e Grandes empresas nacionais ou a atuar no mercado nacional.

No decorrer da recolha de respostas, foi imediato e evidente que a amostra seria reduzida dado a especificidade da informação que procurávamos.

Se por um lado as empresas estão hoje em modo de emergência, dando resposta às constantes alterações de mercado, produção e a questões legais que resultam da pandemia, é também verdade, que dentro das organizações não é ainda claro, quem é o owner da área da Sustentabilidade. Ainda que algumas empresas tenham departamentos e equipas dedicadas ao tema, constata-se que, na maioria dos casos, a Sustentabilidade está “orfã” no organograma da empresa.

Esta análise tem, também como missão, a consciencialização das PMEs e Grandes Empresas, para a importância de incluir a sustentabilidade na sua definição estratégica, como fator competitivo, no presente e futuro. Assim sendo, destacamos os seguintes indicadores:

48,7%

Das empresas que responderam classificam a Sustentabilidade como muito importante na estratégia da empresa.

43,6%

Das empresas que responderam não possuem orçamento dedicado à Sustentabilidade.

74,4%

Das empresas que responderam atribuem a mesma relevância à Sustentabilidade da empresa desde o início da pandemia.

48,7%

Das empresas que responderam prevêm que a importância da Sustentabilidade no pós-COVID-19 auzente e 46,2% prevê que a sua relevância se mantenha.

66,7%

Das empresas que responderam prevêm que a Sustentabilidade seja um fator competitivo no rescaldo da COVID-19.

74,4%

Das empresas que responderam afirmam estar preparadas para o mundo pós-COVID-19.

Analizando os dados resultantes do inquérito verifica-se que as empresas que responderam ao questionário valorizam os temas da Sustentabilidade, reconhecem o seu valor competitivo no presente e no futuro, estando já a implementar variadíssimas iniciativas com impacto na sustentabilidade ambiental e social da organização.

Contudo, é também evidente a falta de compromisso com o tema. A maior parte das empresas não tem orçamento dedicado à Sustentabilidade, não apresenta estrutura formal de governança e não possui um departamento responsável pela área. Tudo isto revela que há ainda um longo caminho a percorrer nesta área de enormes oportunidades para o futuro, algo claramente demonstrado pela concretização do empenho da União Europeia com o “European Green Deal”.

C. Análise dos Dados

1. Perfil das empresas

CEO, COO, Administradores, Diretores de Comunicação, Diretores de Sustentabilidade, Técnicos de Qualidade, entre outros, responderam ao desafio de contribuir para este estudo através de um questionário de forma a compreender qual o impacto da pandemia da COVID-19 na Sustentabilidade das empresas em Portugal. Foram vários os tipos de perfis entre os que responderam, como apresentam os dados a seguir.

Responderam ao inquérito um total de 39 empresas de diversos setores, predominantemente dos concelhos do Porto, Lisboa e Aveiro, representando 82,1% dos inquiridos. As empresas participantes apresentam diferentes números de colaboradores, correspondendo a uma amostra diversificada.

Informática

Transporte/Logística

Beleza/Moda/Bem-estar



82,1%

das empresas inquiridas
estão localizadas nos
concelhos do Porto,
Lisboa e Aveiro.

38,5%

das empresas inquiridas
são provenientes do setor
da Indústria / Produção,
Banca/Seguros/Serviços
Financeiros e Comércio.

O principal modelo de negócio entre as empresas respondentes tem como foco o "B2B" (50% dos inquiridos). 13,2% dos inquiridos possui um foco em "B2C", sendo que 36,8% possui um modelo de negócio focado em ambos os segmentos.

C. Análise dos Dados

2. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são um motor de crescimento económico e de emprego, devendo o setor empresarial possuir um papel crucial na concretização das metas propostas, sendo encaradas como as principais fontes de tecnologia e inovação

do país. Os ODS são uma das principais formas das empresas melhorarem as suas ações e projetos através da implementação de novas ações e estratégias, contribuindo para as metas nacionais e mundiais a que a Agenda 2030 se propõe.

A empresa usa os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável como framework de trabalho?

76,9% das empresas que responderam ao questionário, afirmam utilizar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável como framework de trabalho. No entanto, **15,4%** do total afirmam não utilizar os ODS na sua abordagem.



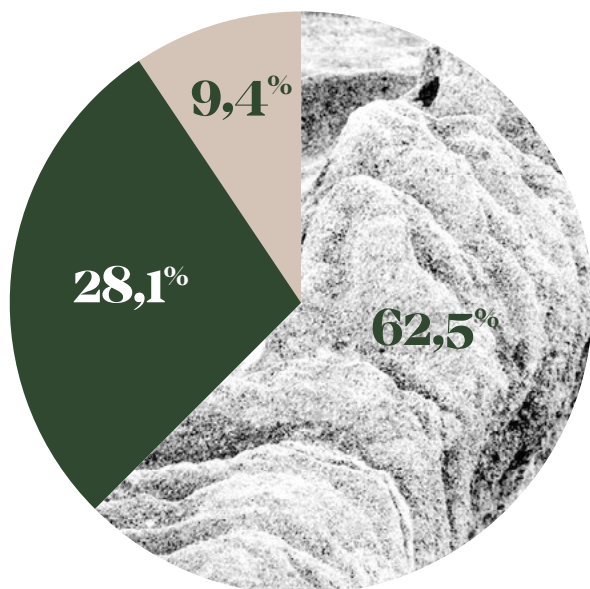
Se sim, prioriza os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável?

Das empresas que utilizam os ODS como framework de trabalho, **87,5%** dos respondentes afirmam que os priorizam.



C. Análise dos Dados

2. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

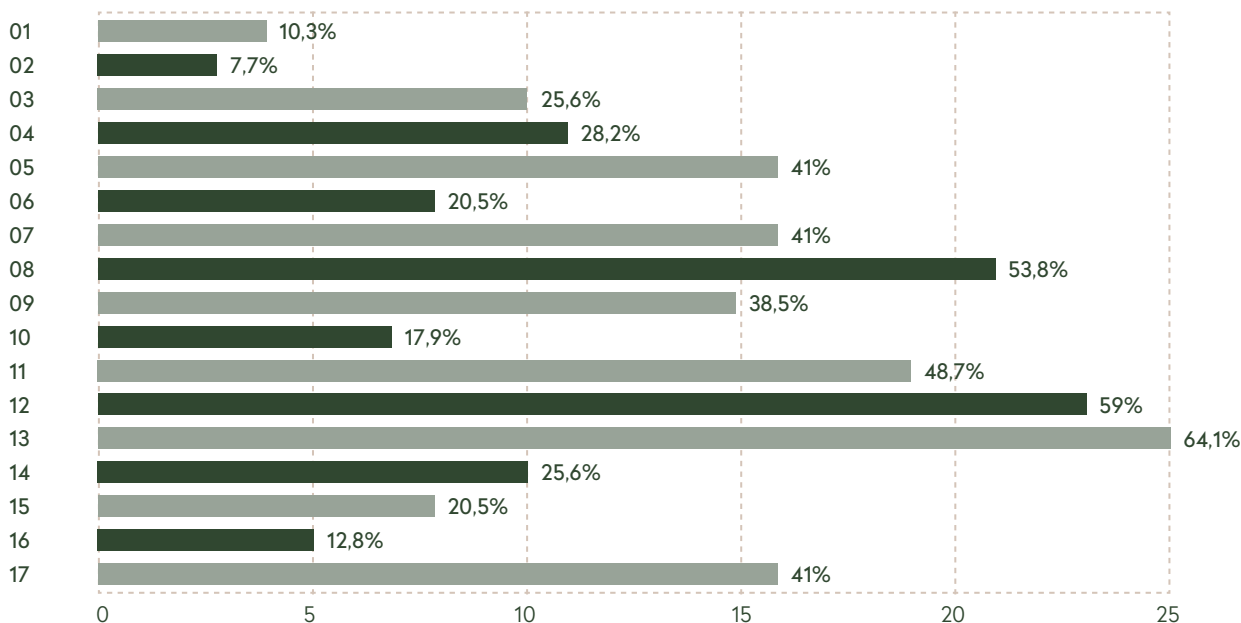


Se sim, avalia o impacto do trabalho feito nestas áreas?

No que concerne à avaliação do impacto nas empresas na concretização dos ODS, **62,5%** dizem realizar a avaliação desse mesmo impacto, com um total de **28,1%** das restantes que não avaliam a sua contribuição para estas metas.



Que Objetivos de Desenvolvimento Sustentável pretende trabalhar no futuro?



01 Erradicar a pobreza / 02 Erradicar a fome / 03 Saúde de qualidade / 04 Educação de qualidade / 05 Igualdade de género / 06 Água potável e saneamento / 07 Energias renováveis e acessíveis / 08 Trabalho digno e crescimento económico / 09 Indústria, Inovação e Infraestruturas / 10 Reduzir as desigualdades / 11 Cidades e comunidades sustentáveis / 12 Produção e consumo sustentáveis / 13 Ação climática / 14 Proteger a vida marinha / 15 Proteger a vida terrestre / 16 Paz, justiça e instituições eficazes / 17 Parcerias para a implementação dos objetivos

Sendo os ODS estratégicos para o desenvolvimento futuro das empresas, de entre o total de inquiridos, a maioria das empresas reconheceu que pretende trabalhar questões relacionadas com os ODS 13, 12 e 8, indo ao encontro dos dados de um [estudo de 2017, realizado pela PWC](#), onde os mesmos ODS são reconhecidos como prioritários.

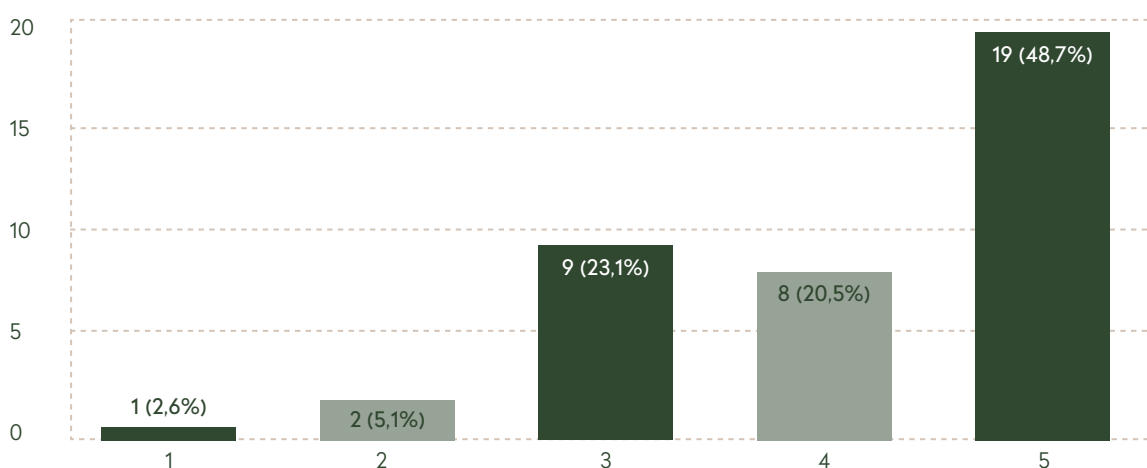
C. Análise dos Dados

3. Estratégia de Sustentabilidade pré COVID-19

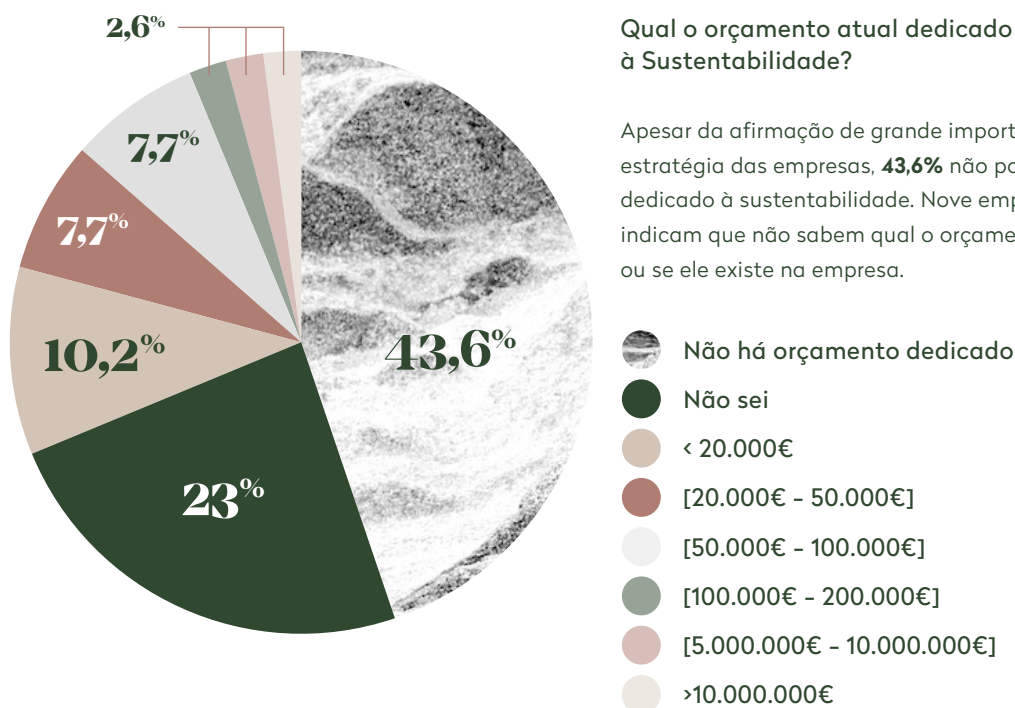
É essencial entender como funcionava a percepção das empresas em relação à Sustentabilidade antes do contexto COVID-19. As empresas enfrentavam já grandes desafios. A pandemia veio apenas intensificá-los e torná-los ainda mais prementes. A capacidade de satisfazer as necessidades atuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem também

as suas próprias necessidades tornou-se a principal abordagem do setor empresarial, face à incerteza com que nos deparamos, nos dias de hoje. Assim, as dimensões ambiental, social e económica devem ser consideradas de forma unânime, criando a certeza de uma prosperidade duradoura.

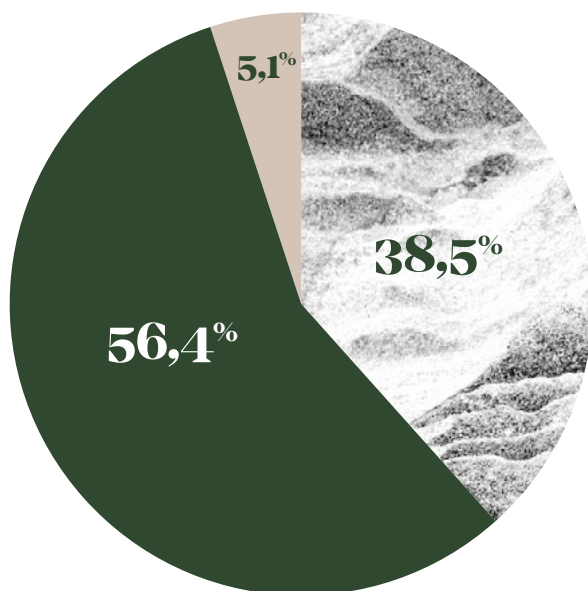
Qual a importância da Sustentabilidade na estratégia da empresa pré COVID-19?



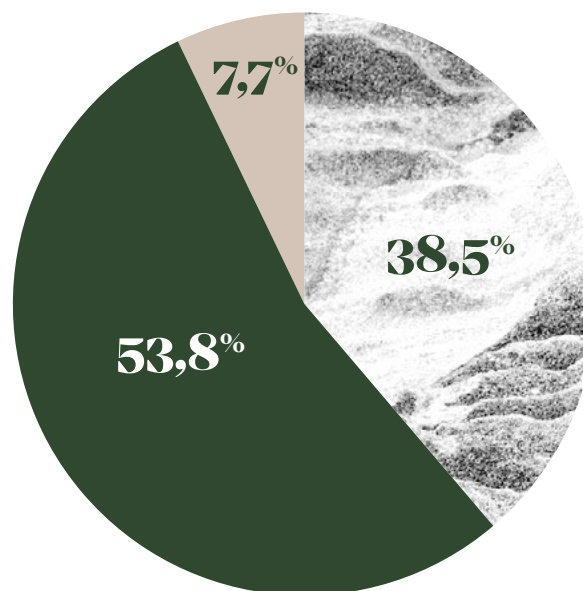
Quando questionadas acerca da importância da Sustentabilidade na sua estratégia, cerca de metade das empresas (**48,7%**) afirmou que esta era “Muito importante” e apenas **23,1%** a classificou como “Nem muito importante nem pouco importante”. No geral, **92,3%** encaram a Sustentabilidade como tendo um nível de importância médio a muito elevado.



A empresa possui estrutura formal de governança para a sustentabilidade?



A empresa possui um departamento responsável pela área da sustentabilidade?



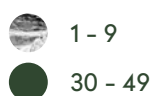
Das empresas que responderam ao inquérito **56,4%** não possuem estrutura formal de governança para a sustentabilidade, sendo que um número semelhante de respondentes afirma também que não tem departamento responsável pela área.

C. Análise dos Dados

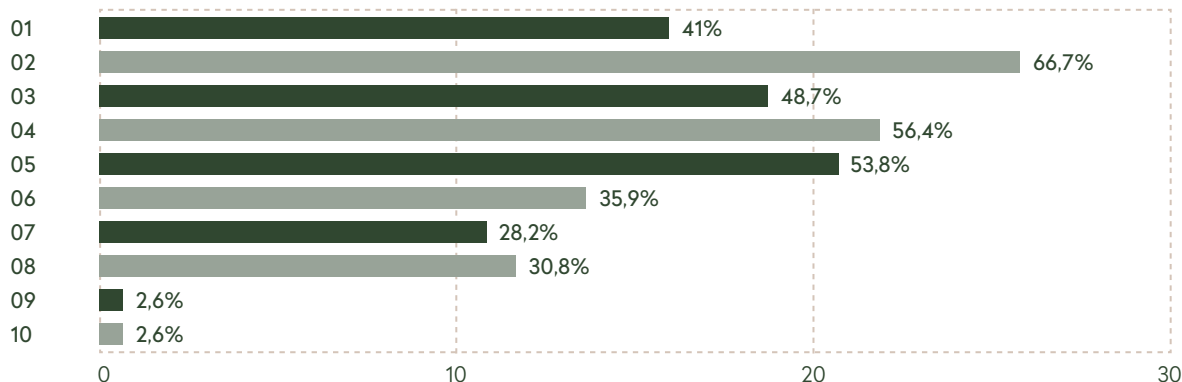
3. Estratégia de Sustentabilidade pré COVID-19

Se sim, quantas pessoas estão alocadas a esta estrutura formal de governança para a sustentabilidade ou departamento responsável pela área?

As empresas que indicaram ter um departamento responsável e/ou estrutura formal de governança responsável pela área da sustentabilidade, têm maioritariamente entre 1 a 9 pessoas alocadas a essas funções (**98%**), sendo que metade dessas empresas possui entre 200 e 5000 colaboradores.



Em quais das seguintes áreas a empresa lançou iniciativas relacionadas com a sustentabilidade?



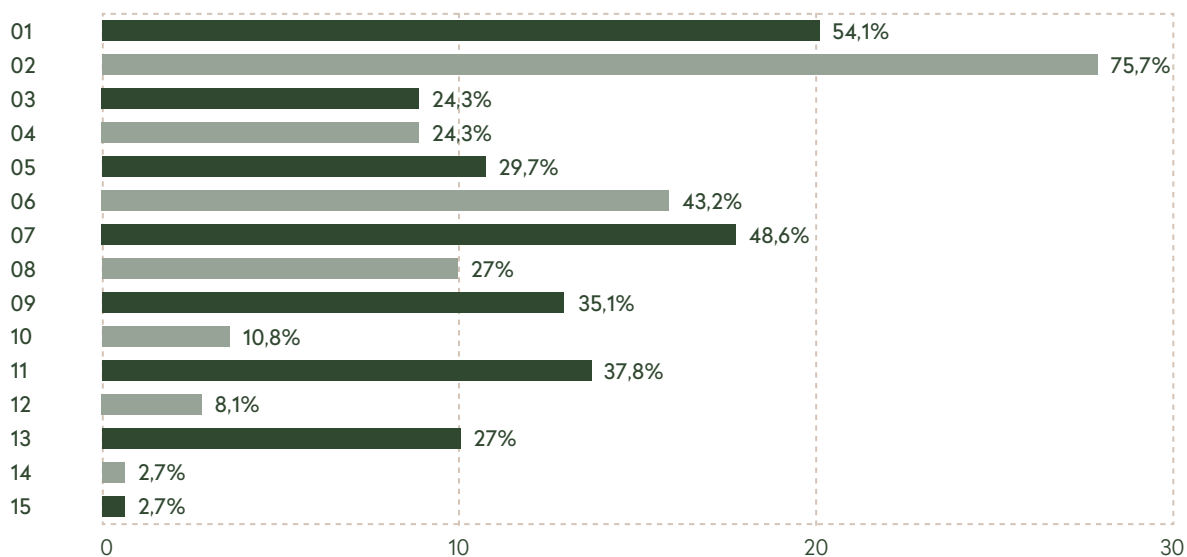
01. Economia Circular (utilização do desperdício, re-design de produtos,...) / 02. Resíduos (redução de resíduos, tratamento de resíduos,...) / 03. Energia (aumento da eficiência energética, energias renováveis, auditorias energéticas,...) / 04. Responsabilidade Social Corporativa (iniciativas de apoio, investimento de impacto, formação para a sustentabilidade,...) / 05. Emissões (redução da pegada de carbono, medição de emissões,...) / 06. Modelo de Negócio (sustentabilidade como um dos 5 principais objetivos estratégicos, novos modelos de negócio sustentáveis,...) / 07. Economia de Impacto (medição de impacto na sustentabilidade, publicação de relatório de sustentabilidade,...) / 08. Produtização (novos produtos sustentáveis,...) / 09. Nenhuma / 10. Educação e apoio aos estudos (trabalhadores e filhos). Projetos de Inclusão e Diversidade

No contexto pré COVID-19, as empresas já trabalhavam iniciativas relacionadas com a sustentabilidade. Essas iniciativas passam por áreas como Resíduos (redução de resíduos, tratamento de resíduos,...), Responsabilidade Social Corporativa (iniciativas de apoio, investimento de impacto, formação para a sustentabilidade,...) e Emissões (redução da pegada de carbono, medição de emissões,...). Cerca de metade das empresas (**48,7%**) afirma ainda que lançaram também iniciativas na área da Energia (aumento da eficiência energética, energias renováveis, auditorias energéticas,...).

C. Análise dos Dados

3. Estratégia de Sustentabilidade pré COVID-19

Quais dos seguintes fatores mais influenciaram a implementação de iniciativas de sustentabilidade da empresa?



01 Eficiência melhorada e/ou desperdício reduzido / 02 Preocupações com alterações climáticas / 03 Poupança de custos / 04 Pressão do cliente para práticas e produtos sustentáveis / 05 Oportunidade de melhorar a reputação / 06 Objetivos de sustentabilidade específicos do setor / 07 Inovação de produtos e serviços / 08 Novas oportunidades para crescimento das receitas / 09 Tendências culturais e/ou sociais / 10 Capacidade para atrair novos talentos / 11 Requisitos regulatórios / 12 Benefícios fiscais / 13 Exigências dos mercados de investimento / 14 Motivação da Equipe / 15 Nenhuma

Quando confrontadas acerca dos principais fatores que influenciaram a implementação de iniciativas de sustentabilidade da empresa, **75,7%** aponta as preocupações com as alterações climáticas como o principal fator. **54,1%** reconhece também que a eficiência melhorada e/ou desperdício reduzido ajudaram na criação das iniciativas.

Até 2020, era impossível imaginar que a mudança de paradigma no dia-a-dia da Humanidade e das empresas se fosse alterar de forma tão drástica como o que veio a acontecer, provocada por um acontecimento tão repentino e imprevisível como uma pandemia.

A COVID-19 tornou latente a necessidade de uma mudança de abordagem na forma como atuamos sobre o planeta e uns com os outros, tornando urgente e essencial uma adaptação daquilo que, daqui em diante, é denominado de “novo normal”.

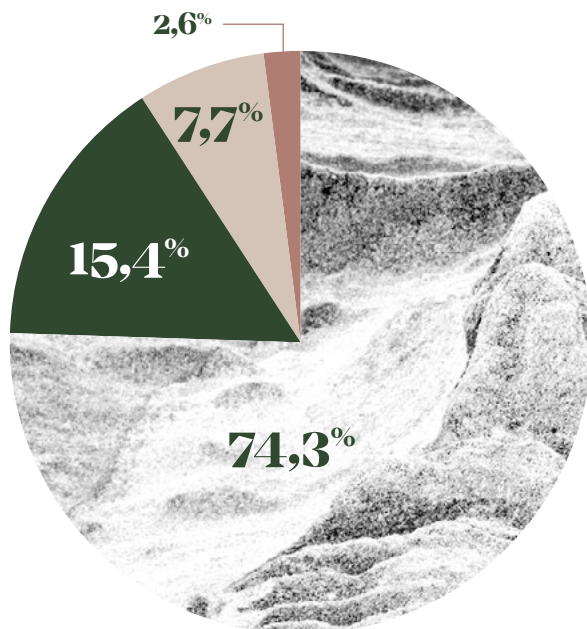
Essa nova normalidade deverá representar uma alteração das atitudes e da forma como encaramos as atividades comuns, bem como da forma de estar no planeta. A maioria dos cientistas e especialistas da área afirma que esta adaptação deve ser “verde”, pensada, acima de tudo, pelo planeta e pelas pessoas, evitando os erros do passado que nos trouxeram até aqui. O foco na Sustentabilidade, que já se apresentava como necessário, passou assim a ser urgente, e deve ser o caminho a seguir para que a recuperação, seja ela económica ou social, se dê, aprendendo com erros.

O Governo Português, dando resposta aos desafios estruturais do país – mas também a outros que foram acentuados pela pandemia – desenvolveu a [Estratégia Portugal 2030](#), aprovada em Conselho de Ministros na qual estão contempladas temáticas como a Transição Climática e a Sustentabilidade dos Recursos, promovendo a economia circular, respondendo aos desafios da transição energética e da resiliência do território e assumindo uma relevância central na estratégia de desenvolvimento do país.

Este documento explora, assim, domínios estratégicos essenciais como a descarbonização da sociedade e a promoção da transição energética, a circularidade da economia e a redução de riscos e valorização dos ativos ambientais. Estes domínios assentam em dimensões que permitem aumentar a resiliência no combate às alterações climáticas, melhorias da qualidade do ambiente e segurança no uso sustentável dos recursos.

A nível europeu, a Comissão Europeia lançou um conjunto de políticas denominado de [European Green Deal](#) e que providencia um plano de ação de forma a impulsionar o uso eficiente de recursos através de uma economia mais limpa e circular, bem como restaurar a biodiversidade e diminuir a poluição. O Green Deal contém informação muito diversa e completa acerca das ferramentas financeiras necessárias, explicando como assegurar uma transição justa e inclusiva. Este plano de ação faz parte do objetivo da União Europeia de se tornar neutra a nível climático até 2050, sendo necessária a inclusão de vários setores da economia através de investimentos em tecnologias amigas do ambiente, apoio à inovação da indústria, promoção de formas de transporte mais barato, seguro e que poluam menos, descarbonização do setor energético, certificação da eficiência energética dos edifícios e trabalho com parceiros internacionais de forma a melhorar os padrões ambientais globais.

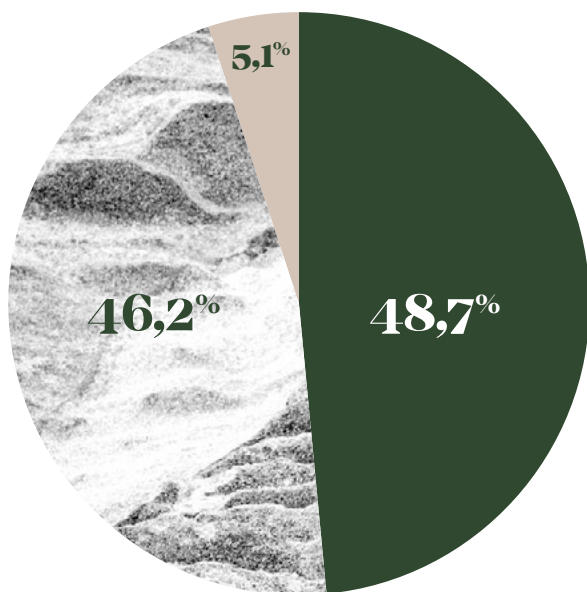
4. Impacto da COVID-19 na Sustentabilidade



Desde o início da pandemia da COVID-19, o foco da sustentabilidade na empresa:

Desde o início da pandemia da COVID-19, **74,3%** das empresas que responderam ao questionário não alteraram o foco da sustentabilidade. Porém, **15,4%** afirmam ter aumentado esse foco neste período. Estes dados podem ser comparados com um estudo de Maio de 2020, realizado pela [GlobeScan](#) e [BSR](#), no qual **45%** dos inquiridos afirmaram que a COVID-19 teve um impacto significativo e/ou muito significativo na sustentabilidade nas suas empresas.

-  Aumentou
-  Manteve-se
-  Diminuiu
-  Não sei



Prevê que a importância da sustentabilidade da sua empresa, no pós COVID-19:

Contudo, numa perspetiva a longo prazo, **48,7%** das empresas prevê um aumento da importância da sustentabilidade na fase pós COVID-19, sendo que **46,2%** prevê que esta importância se mantenha.

-  Aumente
-  Se mantenha
-  Diminua
-  Não sei

4. Impacto da COVID-19 na Sustentabilidade

Qual será o impacto da COVID-19 no orçamento da sustentabilidade?

Ainda que **43,6%** das empresas não possuam orçamento dedicado à sustentabilidade, **41%** do total de empresas afirma que esse orçamento não se irá alterar devido à COVID-19, sendo que **28,2%** ainda mantém a incerteza acerca dessa alteração. Estes dados contrastam com um estudo de Maio de 2020, realizado pela [GlobeScan e BSR](#), no qual **47%** dos inquiridos neste estudo afirmam que irão diminuir os seus orçamentos dedicados à sustentabilidade até Maio de 2021, sendo ainda que **27%** deles ponderam aumentar esse orçamento.

- Orçamento aumenta
- Orçamento mantém-se igual
- Orçamento diminui
- Não sei

Como considera que a COVID-19 alterou a valorização da Sustentabilidade por parte dos clientes da sua empresa?

Relativamente à perceção dos clientes da empresa, **43,2%** reconhece que estes mantêm a mesma valorização em relação à sustentabilidade quando comparado com a fase pré COVID-19, havendo ainda um total de **35,2%** que afirma um aumento na valorização da sustentabilidade por parte desses clientes.

- Aumentou
- Manteve-se
- Diminuiu
- Não sei

C. Análise dos Dados

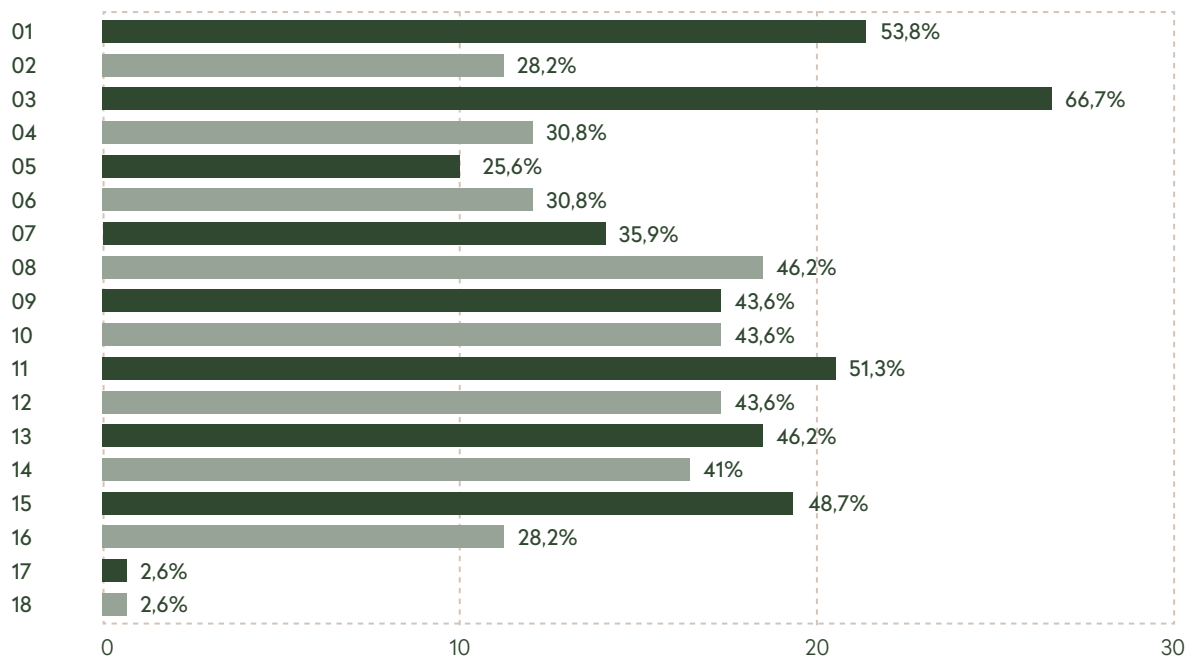
4. Impacto da COVID-19 na Sustentabilidade

No rescaldo da COVID-19, a aposta na sustentabilidade será um fator competitivo da sua empresa?

A sobrevivência das empresas depende da sua competitividade no mercado. Com isto em mente **66,7%** dos inquiridos reconhece que a Sustentabilidade será um fator competitivo da sua empresa, porém, **17,9%** discordam desta afirmação.



Quais as atuais iniciativas/práticas sustentáveis da empresa que pensa que a tornarão mais competitiva, no médio e longo prazo?



01 Redução do desperdício / 02 Incorporação do desperdício em novos produtos ou produtos existentes / 03 Lançamento de novos produtos e/ou serviços com foco em sustentabilidade / 04 Certificações de sustentabilidade, nomeadamente ISO 140001 ou outras / 05 Política energética: realização de auditorias energéticas, soluções de eficiência energética/ redução de consumos, investimentos em energias renováveis, mobilidade sustentável... / 06 Re-design de produtos/serviços para estarem alinhamento com sustentabilidade / 07 Realização e publicação de relatório de sustentabilidade / 08 Capacitação da organização para a sustentabilidade / 09 Medição de impacto das iniciativas

de sustentabilidade / 10 Lançamento de novos modelos de negócio sustentáveis / 11 Sustentabilidade como um dos 5 principais objetivos estratégicos da organização / 12 Medição da pegada carbónica / 13 Lançamento de iniciativas de redução da pegada carbónica / 14 Existência de KPIs específicos para os colaboradores, na área da sustentabilidade / 15 Apoio a iniciativas de responsabilidade social / 16 Investimento em iniciativas de responsabilidade social / 17 Nenhuma / 18 Neste momento não há práticas em ação além das obrigatórias por razões legais

As empresas, no âmbito do seu trabalho na área da Sustentabilidade, possuem diversas iniciativas em prática que as poderão tornar competitivas no rescaldo da COVID-19. As principais práticas apontadas pelas empresas passam pelo lançamento de novos produtos e/ou serviços com foco em sustentabilidade, redução de desperdício, pelo tornarem a sustentabilidade um dos 5 principais objetivos estratégicos da organização e o apoio a iniciativas de responsabilidade social.

Adotou medidas devido à COVID-19, com impacto na sustentabilidade?

Numa questão com respostas equilibradas verificamos que **47,4%** dos respondentes não tomaram medidas com impacto na sustentabilidade devido à pandemia, havendo um número similar de empresas (**42,1%**) que adotaram medidas devido à COVID-19.

As principais medidas adotadas – e com impacto direto e indireto na sustentabilidade das empresas, devido à COVID-19 – passam pelo apoio social (direto e indireto), a inovação tecnológica, o teletrabalho, medidas de ajuste da oferta em relação à procura com consequente redução de consumos energéticos, diminuição de deslocações (provocando uma consequente redução de emissões indiretas), redução de consumos gerais e redução dos resíduos produzidos, entre outras.



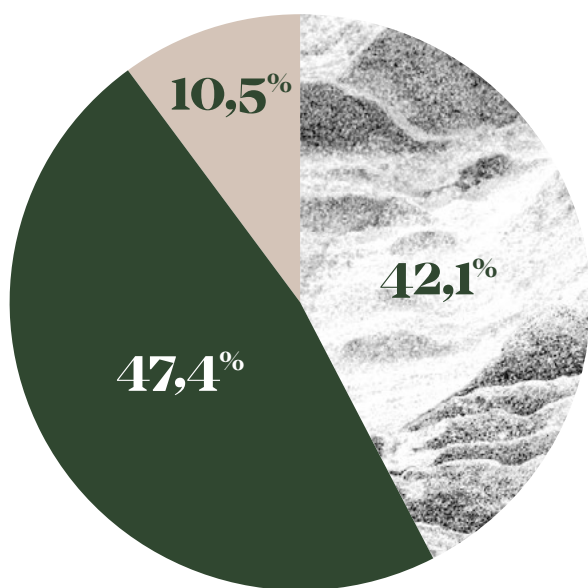
Sim



Não



Não sei



C. Análise dos Dados

4. Impacto da COVID-19 na Sustentabilidade

Vai adotar medidas devido à COVID-19, com impacto na sustentabilidade?

Porém, numa perspectiva de futuro, **41,2%** das empresas não sabem se irão adotar mais medidas com impacto na sustentabilidade, tendo a mesma percentagem de empresas afirmado não terem essa intenção.

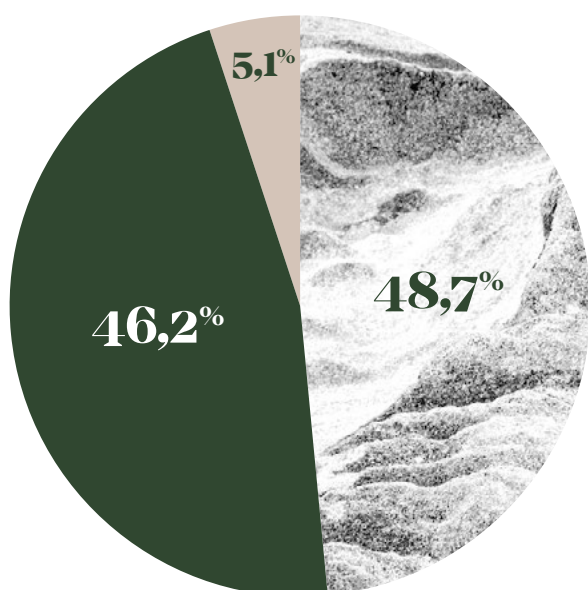
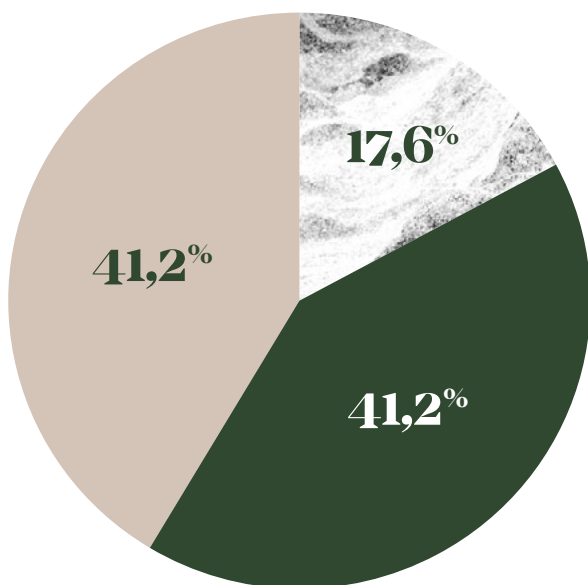
Das empresas que indicam que vão adotar medidas, devido à COVID-19, com impacto na sustentabilidade, (**17,6%** dos inquiridos) referem iniciativas como o aumento do foco na tecnologia ao serviço da sustentabilidade e impacto, a adoção de modelo híbrido de trabalho combinando trabalho remoto com presencial, a redução das deslocações com consequente redução de emissões, a mudança de escritório, as auditorias a fornecedores – bem como a sua sensibilização acerca das leis laborais de contratação de pessoas com deficiência – e o aumento da percentagem de energia de fontes renováveis na empresa (por exemplo, optar por veículos elétricos), entre outros.

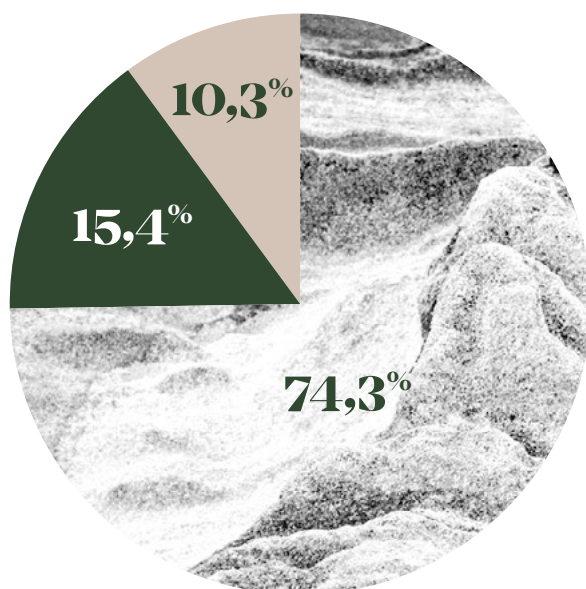
-  Sim
-  Não
-  Não sei

Qual será o impacto da COVID-19 no mercado de produtos sustentabilidade?

Os produtos sustentáveis são alternativas que oferecem benefícios ambientais, sociais e económicos ao público, ao mesmo tempo que protegem a saúde pública e o ambiente ao longo do seu ciclo de vida – desde a extração de matérias-primas até ao seu destino final. Estes produtos devem satisfazer os consumidores, possuir um foco duplo na componente social e ecológica, ter ciclos de vida pensados para a não-criação de desperdício (ou o não-prejuízo do ambiente) e oferecer melhorias para os problemas sociais e ambientais. Numa perspectiva de mercado destes produtos, **48,7%** das empresas afirma que este não se irá alterar com o impacto da COVID-19, contrastando com os **46,2%** que reconhecem que esse mercado aumentará.

-  Mercado cresce
-  Mercado mantém-se
-  Mercado diminui





Sente que a sua empresa está preparada para o mundo pós COVID-19?

A resiliência é um dos fatores diferenciadores das empresas. Assim, **74,3%** das empresas que responderam a este inquérito reconhecem estar preparadas para o mundo pós COVID-19 com apenas **15,4%** dos respondentes a afirmar mesmo que a sua empresa não está preparada para essa fase.

-  Sim
-  Não
-  Não sei

D. Conclusões do Estudo

Pela análise aos dados obtidos através deste estudo, é possível identificar que ainda há um longo caminho a fazer em relação à Sustentabilidade, ainda que a pandemia tenha ajudado a acelerar essa transição. As empresas estão mais conscientes das alterações climáticas e entendem que é urgente uma transição “verde”. No entanto, é evidente a falta de iniciativas internas e recursos para estimular essas alterações.

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), um dos principais frameworks de trabalho para as empresas até 2030, representam uma abordagem essencial para este enquadramento. Ainda que a maioria das empresas que responderam a este estudo afirmem ter em conta os ODS no seu dia-a-dia, a taxa de avaliação do impacto na concretização destes não reflete essa afirmação, evidenciando a necessidade de reforçar uma abordagem de crescimento inteligente junto das empresas.

É de notar que a maioria das empresas já atribuía uma importância elevada à sustentabilidade no contexto pré-COVID-19. No entanto, isso não se traduzia nas práticas da empresa, pois a falta de orçamento dedicado a esta área ou a ausência de estruturas de governança que trabalhem estas questões é espelho de um esforço insuficiente.

As iniciativas adotadas no período pré-pandemia estão em linha com o que se tem observado no mercado, com foco em questões como resíduos, emissões ou energia. Contudo, questões como a Economia Circular ficam abaixo do limiar dos 50% de aplicação pelas empresas.

A percepção de que a Sustentabilidade será um fator competitivo é um dado adquirido pelas empresas. Com o início da pandemia da COVID-19, o pensamento estratégico assente na Sustentabilidade mantém-se em variadas questões. Quase 2/3 das empresas mantiveram o foco na sustentabilidade ao longo do período analisado e cerca de metade manterá o mesmo foco e o mesmo orçamento no rescaldo da pandemia. Torna-se, assim, evidente que o caminho da recuperação económica das empresas passará, em parte, pela Sustentabilidade, mas serão necessários mais incentivos (financeiros e não financeiros) para se tornar mais efetivo.

Uma vez que a fase de reestruturação e recuperação ainda se encontra em marcha, ainda é incerto quais as principais medidas tomadas pelas empresas no contexto da COVID-19. No entanto, a maioria das empresas inquiridas aponta já atividades como o aumento do foco da Sustentabilidade nos seus produtos e serviços, bem como o fomento da redução do desperdício.

Cerca de 2 em cada 3 empresas respondentes afirmam estar preparadas para o mundo pós COVID-19 e os seus desafios, refletindo o otimismo do tecido empresarial da amostra que respondeu ao inquérito.

Assim, torna-se evidente que a recuperação dos efeitos negativos da pandemia exigirá um maior foco na Sustentabilidade. Os consumidores estão mais conscientes dessas temáticas e as empresas têm de se adaptar, rapidamente, a essa nova conjuntura. Conclui-se também que há ainda um longo caminho a percorrer junto das empresas, seja através de uma economia mais verde e circular, seja pela reestruturação dos modelos de negócio existentes que poderão não ser sustentáveis nas condições que se avizinham. O empenho do Estado Português e da União Europeia nestas temáticas é notável no que toca às oportunidades de mobilização das empresas na reestruturação da economia, voltada para um crescimento sustentável num esforço conjunto entre as entidades governamentais e as empresas.

A COVID-19 veio acelerar a transição para uma nova forma de pensar crescimento económico que ainda não fazia parte da agenda da maioria das empresas. Neste contexto, o papel do crescimento inteligente tornou-se ainda mais urgente e essencial. E, se a estas circunstâncias, somarmos a oportunidade única de investimento proporcionada pelos incentivos económicos que se anunciam, estão reunidas as condições para um ponto de viragem que marca uma verdadeira mudança de paradigma de crescimento.

É, portanto, fundamental realinhar o investimento em inovação e sustentabilidade com o desígnio do crescimento inteligente. Essa deve ser a prioridade das prioridades.

**Porto
Business
School**

/ University of Porto

