



ISEG: "A SUSTENTABILIDADE É UMA DAS ÁREAS QUE SAIU REFORÇADA COM A PANDEMIA"

10 Novembro 2020

*A crise provocada pelo surto de Covid-19 tem sido apontada, por muitos profissionais do setor, como uma oportunidade para repensar e reinventar a atividade do turismo e um dos pilares em aposta para o futuro parece ser a sustentabilidade. A Ambitur.pt entrevistou as **coordenadoras da Pós-Graduação em Gestão da Sustentabilidade, do ISEG**, que adiantam que "a recuperação não é voltar a colocar as coisas no lugar" e que já existe evidência empírica de que as empresas que implementam uma estratégia de sustentabilidade são compensadas financeiramente". Será este o caminho?*



Helena Gonçalves, coordenadora do curso

Quando o curso surgiu, "o tema da sustentabilidade era um nicho" até que "as questões ambientais começaram a estar, cada vez mais, na ordem do dia", o que levou as empresas a "integrar a sustentabilidade na sua estratégia corporativa e no desenvolvimento do produto", contam Carolina Afonso (na foto principal) e Helena

Gonçalves, coordenadoras do curso. Já na 10.^a edição, a [Pós-Graduação em Gestão da Sustentabilidade](#) “foi evoluindo para antecipar e dar resposta às necessidades do mercado” e, assim, no próximo ano – com início em outubro – o curso apresentará novas disciplinas como “Economia Circular e Produtos Sustentáveis”, “Empreendedorismo e Inovação” e “Responsabilidade Social Corporativa”.

As coordenadoras atentam que gerir a sustentabilidade numa organização “significa definir uma estratégia e um conjunto de ações que tenham três pilares por base” e são eles: o ambiental, o económico e o social, pois a sustentabilidade vai muito além da questão do ambiente. Para cada iniciativa, uma empresa deve perceber “qual o seu contributo económico na perspetiva da receita que gera” e “envolver a comunidade local e garantir a ética nas relações com os vários *stakeholders*, desde fornecedores a colaboradores”, explicam. Em adição, Carolina Afonso e Helena Gonçalves entendem que “não se pode gerir o que não se consegue medir” e, por isso, a Gestão da Sustentabilidade implica também a “definição de métricas e KPIs e garantir uma avaliação e *reporting* regular”.

AS EMPRESAS QUE IMPLEMENTAM UMA ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE SÃO COMPENSADAS FINANCEIRAMENTE

No fundo, “a existência de uma estratégia é essencial para que a empresa tenha uma política de sustentabilidade de sucesso e com um impacto positivo”, defendem as coordenadoras do curso, o que requer um “compromisso a longo prazo com a sociedade” ou “a sustentabilidade é meramente um conjunto de ações *ad-hoc*, sem propósito, alinhamento e logo difíceis de trazer retorno”. Carolina Afonso e Helena Gonçalves asseguram que “já existe evidência empírica que as empresas que implementam adequadamente uma estratégia de sustentabilidade são compensadas financeiramente” e que, para além disso, esta é “uma das áreas que saiu reforçada com a pandemia” o que se traduziu num maior número de candidaturas à Pós-Graduação do ISEG.

As responsáveis citam que “a recuperação não é voltar a colocar as coisas no lugar onde e como estavam. Precisamos reconstruir melhor, redefinir, se quisermos abordar as vulnerabilidades sistémicas que a pandemia expôs”, ou seja, as empresas devem “alinhar os mercados aos sistemas naturais, sociais e económicos dos quais dependem” e o investimento em sustentabilidade significa “acrescentar valor às organizações”. O importante é “canalizar os recursos existentes não para fazer mais do mesmo, mas para criar novas formas de fazer, de usar, de descartar – reutilizar, reciclar e reduzir – de gerir, de comunicar”.

UMA OPORTUNIDADE PARA REPENSAR A ATIVIDADE E CRIAR NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Segundo Carolina Afonso e Helena Gonçalves, o estudo “Consumo Sustentável na Europa” (2020) indica que “85% dos consumidores portugueses estão mais recetivos ao consumo sustentável” e que 96% “querem que as empresas se comprometam e os

ajudem a melhorar, através da disponibilização de produtos e práticas mais responsáveis e sustentáveis". Mais de 80% dos inquiridos "querem consumir mais produtos orgânicos, limitar o efeito poluente das atividades de lazer e estão dispostos a pagar mais por um produto se este tiver uma origem responsável". Já durante a pandemia, fruto do distanciamento social e da redução de deslocações, relembram que "o cliente turístico procura, preferencialmente, destinos mais próximos, menos populosos, e alojamentos mais isolados".

Neste sentido, definir e gerir uma estratégia de sustentabilidade no setor turístico envolve: "Aspetos sociais como a inclusão dos próprios habitantes locais; aspetos que beneficiem o ambiente como a melhorar a eficiência energética, reduzir o consumo de água ou tratar os resíduos; e aspetos económicos para garantir o retorno financeiro e a remuneração adequada dos vários intervenientes".

As coordenadoras do ISEG entendem que "as empresas do setor têm de conseguir, no imediato, a sobrevivência das empresas e manutenção de empregos" mas, defendem, que "necessitam também de pensar e definir estratégias para preparar o futuro no médio e longo prazo". Esta crise deve ser vista como uma "oportunidade para o setor repensar a sua atividade e preparar-se para criar novos modelos de negócio".

Rita Inácio. Foto em destaque da coordenadora do curso, Carolina Afonso