

Empresas com os “olhos postos” num futuro mais verde e justo (Parte I/II)

5 de Maio, 2021

“Foram 100 anos a pensar de maneira linear”. Esta é uma declaração da secretária de Estado do Ambiente, Inês dos Santos Costa, referindo-se à mudança de 180 graus que as empresas terão que fazer ao longo desta década. O modelo linear “fazer e produzir” tem mesmo que ser reconvertido num modelo circular capaz de regenerar recurso. E não basta dizer-se que é sustentável: É preciso dar provas do “claim” verde que cada empresa diz adotar. Não restam muitas dúvidas que a mudança de paradigma vai exigir muito das empresas. A Ambiente Magazine foi ao encontro de várias empresas para saber como é que estas se estão a adaptar aos desafios climáticos e qual o caminho que têm feito nesse sentido.



Desde 2016 que a **Acciona**, produtora de energia elétrica 100% renovável, é neutra em todas as suas operações globais, que incluem os parques de energias renováveis, os serviços de tratamento de água e construção civil, em Portugal. Quem o diz é um porta-voz da empresa, assegurando que a energia renovável produzida pela Acciona “ajuda os clientes a atingir os objetivos de descarbonização e sustentabilidade”. A luta contra as alterações climáticas e respetivas consequências está assim no topo da lista de prioridades: “Aportamos valor e determinação no sentido de continuarmos a liderar as estratégias de transição do setor privado para uma economia neutra em carbono”. Segundo o porta-voz, essa é uma “abordagem” que dá prioridade à “redução das emissões de gases de efeito estufa” e contribui para o “progresso da sociedade e a proteção do planeta, apoiada nos pilares de energia, água e infraestruturas”.

Aquele que foi um dos mais importantes marcos alcançados pela empresa foi a neutralidade carbónica em todas as áreas de negócio, diz o responsável, destacando que a via para atingir esse “desiderato” foi através de “medidas de eficiência energética, compra de fontes energéticas renováveis e compensação voluntária de 100% das emissões geradas”, com a “aquisição de certificados de redução de emissões”. A nível global, em 2019, a Acciona evitou a emissão de 13,1 milhões de toneladas de CO₂, contribuiu fiscalmente com 1.154 milhões de euros, mais 12,5 milhões de euros em contribuição social, sem esquecer os 124 projetos com um estudo de impacto socioeconómico e ambiental.

Quanto a compromissos, a produtora de energia elétrica 100% renovável quer criar valor nos países onde atuam, através da implementação de modelos de negócios que contribuam para o desenvolvimento social e melhorem a qualidade de vida das pessoas. Em Portugal, concretamente, assume o “claro compromisso de longo prazo com o país”, através dos 16 parques eólicos que opera, mais a central fotovoltaica da Amareleja, refere. Já a nível global, a Acciona vai continuar a “aumentar a capacidade energética”, que atualmente “ultrapassa os

10.500 MW renováveis instalados em 16 países de cinco continentes”, com a consequente “produção de eletricidade limpa equivalente ao consumo de quase sete milhões de residências”. É assim prioridade da empresa continuar a adotar “os mais ambiciosos padrões globais” no que concerne a atingir as metas de redução de emissões: “mantemos em pipeline o desenvolvimento de projetos, produtos e serviços que contribuam para a redução de gases de efeito estufa”, sucinta.

[blockquote style="2"]Manter um papel proativo no desenvolvimento do já vasto campo de aplicação da cortiça[/blockquote]

✖ Fundada em 1870, a **Corticeira Amorim** detém hoje dezenas de unidades de negócio espalhadas pelos cinco continentes, exporta inúmeros produtos para mais de 100 países e conta com uma rede diversificada de 27 mil clientes. Com 150 anos de história bem-sucedida, a empresa continua com a mesma missão de sempre: “Acrescentar valor à cortiça de forma competitiva, diferenciada e inovadora, em perfeita harmonia com a Natureza”, afirma **António Rios de Amorim**, CEO da Corticeira Amorim. Ao trabalhar de forma singular a cortiça, o grupo promove, valoriza e viabiliza as florestas de sobro que regulam ciclos hidrológicos, protegem contra a erosão dos solos, fomentam uma biodiversidade de relevância, diminuem o risco de desertificação, e são barreiras contra incêndios, importantes sumidouros naturais de CO2 e motores de desenvolvimento económico, ambiental e social. Mas, ao promover a “extração cíclica da cortiça, sem nunca danificar as árvores”, a empresa garante ainda que “o montado de sobro é um recurso viável, natural e renovável, com inúmeros benefícios ambientais, económicos e sociais”, afirma. Sob o mote “nada se perde, tudo é valorizado”, a Corticeira Amorim transforma desde 1963 “os desperdícios da produção de rolhas em grânulos”, e depois em “aglomerados”, explorando desse modo “as melhores práticas da economia circular”.

No rumo à sustentabilidade, a empresa conta com muitos marcos históricos, tendo sido, em 2004, a primeira empresa de cortiça do mundo a alcançar o certificado FSC® na cadeia de custódia (Forest Stewardship Council), lidera desde 2013 um Projeto de Intervenção Florestal e, em 2020 foi a única empresa portuguesa escolhida para integrar a campanha 50 Sustainability & Climate Leaders. Ainda assim, António Rios de Amorim afirma que a ambição de querer ir mais longe, de criar um impacto verdadeiramente positivo no planeta e de impactar as comunidades na luta contra as alterações climáticas é o que mobiliza todos os *stakeholders* da empresa. Entre as metas estabelecidas pela Corticeira Amorim, todas estão alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) adotados pelas Nações Unidas em 2015. Assim, preservar o montado e os serviços dos ecossistemas através do aumento do conhecimento, mobilização de recursos e proposta de medidas; reduzir o impacto ambiental das operações; aplicar os princípios da economia circular; manter um papel proativo no desenvolvimento do já vasto campo de aplicação da cortiça; promover formação, bem-estar e desenvolvimento pessoal e profissional para todos; apoiar e promover a investigação, desenvolvimento e inovação e fomentar soluções sustentáveis e alavancar o crescimento económico de forma sustentável e inclusiva, garantindo uma produção eficiente são alguns dos objetivos destacados pelo responsável.

[blockquote style="2"]Parceiro de excelência para tonar as cidades mais adaptadas às pessoas, mais eficientes e menos poluídas[/blockquote]

☒ Surgiu em 2006 e assume-se como uma tecnológica que nasceu com o objetivo de promover o desenvolvimento sustentável das diversas entidades portuguesas. A **Ecoinside** atua nas áreas da ecoeficiência, energias renováveis e sustentabilidade ambiental. Ao nível de operação, a empresa assegura cinco vertentes de negócio: as energias renováveis, a eficiência energética e hídrica (iluminação eficiente), a gestão de energia, a sustentabilidade (agricultura sustentável e elaboração de relatórios de sustentabilidade para a indústria e serviços) e a mobilidade elétrica (trabalhos chave na mão que contemplam as auditorias, projeto, instalação, operação, reparação e monitorização dos resultados). Desde sempre que a questão ambiental é central: “Queremos provar que ser sustentável e ambientalmente responsável não é mais caro, mas antes, resulta em poupanças significativas para as empresas”, destaca **António Cunha Pereira**, CEO da Ecoinside. Muito empenhados na diminuição da pegada ecológica nas operações, a empresa tem vindo a repensar a forma como pode torná-las menos onerosas ao nível ambiental. E um bom exemplo disso foi um projeto que levaram a cabo, no ano passado, na Escola Secundária de Canelas, em Vila Nova de Gaia, que tinha como propósito tornar a escola energeticamente mais eficiente, algo que passava, necessariamente, pela substituição das luminárias existentes por tecnologia LED: “O que fizemos foi substituir apenas o interior de cada luminária acabando por, no fundo, adaptar uma tecnologia a`outra e reaproveitando grande parte dos componentes de cada lâmpada, diminuindo drasticamente os resíduos gerados”, explica.

O compromisso da empresa não se fica por aqui e, por isso, integram também a iniciativa Act4Nature Portugal, na qual se comprometem até ao final de 2021, em introduzir a biodiversidade na cadeia de valor; desenvolver ações de conservação e promoção da biodiversidade; definir um comité interno responsável pela estratégia e plano de ação para a promoção da biodiversidade; desenvolver um plano de ação local com parcerias para a promoção da biodiversidade; avaliar o impacto da atividade e definir indicadores de monitorização e atingir 90% de resíduos reutilizados ou reciclados. Durante os próximos cinco anos, a Ecoinside que ser também um “parceiro de excelência” para tonar as cidades mais adaptadas às pessoas, mais eficientes e menos poluídas, através da implementação de novas tecnologias que querem desenvolver. Outro objetivo da empresa é reforçar a presença a sul do país: “É um território com imensas potencialidades ao nível do solar fotovoltaico, graças ao seu clima mais estável e elevada exposição solar, ao longo de todo o ano”, afirma.

[blockquote style="2"]Atuar em toda a cadeia de valor, desde a agricultura, às operações e aos produtos que colocam no mercado[/blockquote]

☒ Através da sua dimensão, escala e alcance, a **Nestlé** quer fazer a diferença no combate às alterações climáticas: “Estamos a transformar o nosso negócio e a utilizar os nossos recursos para inspirar mudanças”, afirma **Gonçalo Granado**, diretor de Comunicação da empresa. Assim o caminho que a Nestlé está a percorrer é mesmo no rumo à neutralidade carbónica até 2050 e está a

percorrê-lo em toda a sua cadeia de valor: “Ajudar a garantir que a sociedade vive dentro dos limites do planeta, protegendo a biodiversidade e os recursos naturais e, ao mesmo tempo, incentivar outros a agir com responsabilidade é um dos pontos chave da sua atuação em prol das pessoas e das famílias, das comunidades e do planeta”.

Segundo o diretor de comunicação, a partir deste momento e até 2025, a Nestlé quer “acelerar e expandir” o trabalho já realizado para alcançar a “redução de 20% nas emissões”. Entre 2025 e 2030, transformará as operações por forma a atingir uma “redução de 50% nas emissões”. E, finalmente, entre 2030 e 2050, vai trabalhar para “equilibrar as emissões”, explorando a forma como “compensam quaisquer emissões remanescentes”, através de “projetos de alta qualidade ou inovação para remoção de carbono”, cujo resultado serão as zero emissões líquidas de GEE, refere. Para atingir tais marcos, a Nestlé está a atuar em toda a cadeia de valor, desde a agricultura, às operações e aos produtos que colocam no mercado. Já é público que a empresa quer ser neutra em emissões até 2050 e, para tal, são várias as ações tomadas para cumprir tal desígnio, como por exemplo, apoiar os agricultores e fornecedores de matérias-primas na implementação de práticas de agricultura regenerativa, como forma de melhorar a saúde do solo e manter e regenerar os diversos ecossistemas; ampliar o programa de reflorestação com o objetivo de plantar 20 milhões de árvores todos os anos durante os próximos dez anos nas áreas geográficas onde obtém as suas matérias-primas; completar a transição total da empresa para eletricidade 100% renovável até 2025, adotando ainda medidas de proteção e de regeneração da água e medidas de combate ao desperdício alimentar nas suas operações e tornar 100% das suas embalagens recicláveis ou reutilizáveis até 2025. Além disso, diz o responsável, a empresa tem vindo a expandir a oferta de alimentos e bebidas à base de plantas e a reformular os seus produtos para os tornar mais sustentáveis, estando igualmente a aumentar o número de marcas “neutras em carbono” que disponibiliza aos consumidores.

[blockquote style="2"]Todas as pequenas mudanças de comportamento no dia-a-dia ajudam ao objetivo final[/blockquote]

✖ O valor da **Goldenergy** está em aproveitar o facto da eficiência das renováveis estar a aumentar significativamente e aproveitar a oportunidade para fornecer a todos os clientes eletricidade com garantia de origem sustentável e preço justo. É com base nesse princípio que **Miguel Checa**, CEO da Goldenergy, destaca que, interna e externamente, promovem a importância da resolução da Organização das Nações Unidas (ONU), inclusive a Agenda 2030 de Desenvolvimento Sustentável, constituída pelos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS): “Pretendemos alcançar a igualdade de género, assegurar um acesso sustentável, moderno e a preço acessível à energia, promover o crescimento económico sustentado, assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis e ajudar a divulgar as medidas urgentes para combater a mudança climática e os seus impactos”. Sob o mote “agir local e pensar global”, a Goldenergy acredita que “todas as pequenas mudanças de comportamento no dia-a-dia ajudam ao objetivo final” que é ter um “mundo melhor e mais sustentável”. Com esta linha de pensamento, a empresa tem vindo a fazer um trabalho de “promoção da eletricidade de origem 100% verde”, sendo esse um objetivo essencial para a proteção do ambiente: “Chegamos ao ponto

em que a energia consumida tem por base a produção de eletricidade totalmente renovável. Este é o caminho que seguimos. E este é o nosso humilde contributo que queremos dar ao planeta”.

Relativamente a metas e objetivos estabelecidos, em 2021 a empresa quer atingir os 100 mil pontos novos de fornecimento de eletricidade 100% verde, de forma a alcançar em breve os 400 mil pontos de fornecimento. Também pretendem disponibilizar uma “solução de autoconsumo solar” que permita “às pessoas serem mais independentes energeticamente e contribuir para a geração solar”, explica o responsável. O objetivo passa assim por oferecer uma experiência transparente, digital e de qualidade: “A médio e longo prazo, o nosso objetivo baseia-se numa proposta com preço justo, transparência e serviço de qualidade”, sucinta.

[blockquote style="2"]Aliar a otimização dos processos à diminuição do consumo energético[/blockquote]

✖O compromisso com a sustentabilidade ambiental é um dos pilares da **Papiro**, sendo por isso que segue uma política ambiental que assenta na “diminuição do consumo de recursos naturais”, na “prevenção da poluição” e no “correto tratamento e reciclagem dos resíduos decorrentes” da sua atividade. A preocupação com o meio-ambiente tem de estar assim presente e integralmente “enraizada na organização das empresas”, principalmente naquelas que “gerem grandes quantidades de arquivo e documentação”, defende **Luís Bravo**, CEO da Papiro. A estratégia da empresa atribui grande relevância à responsabilidade ambiental, promovendo “ativamente serviços que sejam propícios à minimização da pegada ecológica e implementando ações quotidianas que contribuam para a preservação do meio ambiente”, nomeadamente a “procura por padrões de consumo e produção sustentáveis”. Por outro lado, a Papiro aposta na “sensibilização e formação dos colaboradores para a importância de comportamentos ambientalmente responsáveis”, nomeadamente na “redução do consumo de papel, plásticos e produtos químicos”, refere.

Quanto a objetivos, a empresa pretende apoiar as organizações no processo de transformação digital através do qual é possível aliar a otimização dos processos à diminuição do consumo energético e de recursos energéticos como a emissão do CO2 ou outros gases poluentes. No médio e longo prazo os objetivos traçados pela empresa são ambiciosos: “Acreditamos ser possível conseguir uma redução dos consumos energéticos em aproximadamente 10%, privilegiando a utilização de energias alternativas, bem como a escolha de fornecedores sustentáveis”, assegura.

[blockquote style="2"]Antecipar a meta europeia de descarbonização até 2050[/blockquote]

“Ser uma marca de referência no desenvolvimento sustentável do Município de Sintra, assente em elevados padrões de proteção e valorização dos sistemas ambientais e humanos, consolidando uma imagem de confiança, transparência e competência” é a grande missão dos Serviços Municipalizados de Água e Saneamento de Sintra (SMAS de Sintra) que quer envolver todos os munícipes de Sintra.



A empresa municipal tem dado contributos positivos em prol do meio-ambiente. Segundo **Carlos Vieira**, diretor dos **SMAS de Sintra**, em outubro de 2020, foi possível iniciar um dos projetos “mais estruturantes” para o aprofundamento da economia circular: o projeto piloto de recolha seletiva de resíduos alimentares. Com o lema “Bio-Recursos: demasiado bons para desperdiçar!”, o projeto piloto abrangeu cerca de 15 mil pessoas e, em 2021, deixou de ser um projeto piloto, para passar a ser um novo fluxo de recolha. Quanto à água não faturada, os SMAS de Sintra conseguiram alcançar em 2020 um dos principais objetivos, ou seja, “manter um valor inferior a 20% da água distribuída”, o que significa que, pelo segundo ano consecutivo, a empresa atingiu o “grau máximo de desempenho” neste indicador da ERSAR (Entidade Reguladora dos Serviços de Água e Resíduos). Em relação à gestão patrimonial de infraestruturas, Carlos Vieira afirma que os investimentos são ponderados numa “ótica estratégica”, com vista ao “incremento da eficácia e eficiência dos sistemas e visando a reabilitação de infraestruturas de equipamentos”. Entre os investimentos mais significativos, ao nível do abastecimento de água, destacam-se as empreitadas de renovação de redes que se encontram em curso e, outras com intervenções concluídas. Ao nível da drenagem de águas residuais domésticas (ARD), com uma taxa de cobertura de 95% num município com 320km² e 400 mil habitantes, os SMAS de Sintra pretendem, nos próximos anos, chegar aos 100%: “Estamos a executar novas redes de ARD em Almargem do Bispo e São João das Lampas, com empreitadas a decorrerem em Camarões, Silva, Faião, Cabrela e Casais de Cabrela; Barreira, São Miguel e Funchal e Alvarinhos e Areias”, refere.

Sobre as metas para o futuro, Carlos Vieira refere que a empresa tem o objetivo de antecipar a meta europeia de descarbonização até 2050: “Pretendemos reforçar o compromisso de desenvolvimento sustentável da ONU aliado à Estratégia Municipal de Adaptação às Alterações Climáticas de Sintra, permitindo assim a redução das emissões totais”. No que diz respeito às instalações, os SMAS de Sintra pretendem estabelecer como obrigatório o fornecimento de energia 100% de origem em fontes renováveis: “Esta opção surge numa ótica de reinvestimento dos benefícios gerados pelas poupanças obtidas através da produção de energia própria pelos sistemas fotovoltaicos que têm vindo a ser implementados”. Dentro das prioridades está também a “renovação da frota com recursos a viaturas ambientalmente sustentáveis”, nomeadamente, “viaturas elétricas e híbridas”, adianta.

[blockquote style="2"]Reforçar o contributo na construção de um mundo melhor[/blockquote]

☒ Atendendo ao seu posicionamento enquanto empresa ligada às energias

renováveis e à energia solar em particular, a **Sunenergy** tem uma preocupação muito grande com as questões ambientais e da sustentabilidade: “Temos sempre presente nas nossas decisões uma preocupação com a eficiência energética e também com a redução da pegada ecológica da nossa atividade”, afirma **Raul Santos**, CEO da SunEnergy. No contributo que dá ao meio-ambiente, a empresa tem feito investimentos em várias áreas, como é o caso da sua sede em Coimbra, com 40 painéis solares fotovoltaicos para produção de energia elétrica. Trata-se de um investimento que, segundo o responsável, permite produzir uma parte significativa da energia que necessitam para desenvolver a atividade. Por outro lado, têm também painéis solares para aquecimento das águas sanitárias do mesmo edifício e, caso não exista sol suficiente, ainda possuem de uma bomba de calor para auxiliar nessa tarefa: “Um equipamento cada vez mais usado para o aquecimento de águas sanitárias mas também para a climatização das nossas casas, dada a sua elevada eficiência e comodidade”, explica. A mobilidade elétrica é também uma grande aposta da empresa: “40% da nossa frota é constituída por viaturas totalmente elétricas e o resto da frota a combustão tem vindo a ser renovada e neste momento a idade média das viaturas a combustão situa-se nos 2,7 anos”. Para além disto, aposta também na “substituição da iluminação por LEDS”, no “aproveitamento da luz natural” e no “dia-a-dia tentamos evitar deslocações para assuntos que possam ser tratados à distância”, sucinta.

A SunEnergy tem como “grande objetivo” fazer crescer a atividade, acreditando que seria um “grande contributo” para um mundo melhor e mais sustentável: “Em 2020, por exemplo, os 15 mil painéis solares que instalámos nos nossos clientes permitirão reduzir a emissão de três mil toneladas de CO2 anualmente e também alimentar 1.700 casas durante um ano”. Apesar do contexto de incerteza, Raul Santos refere que em 2021 é objetivo da empresa ultrapassar estes números e reforçar o contributo na construção de um mundo melhor: “Este é o mesmo objetivo que temos a cinco anos, fazer crescer a atividade de forma sustentada”. Para além disso, atenta o responsável, “vamos seguramente continuar a investir na eficiência e na autonomia energética das nossas instalações e numa frota automóvel com cada vez menos emissões de CO2”.

[blockquote style="2"]Trabalhamos para desenvolver a embalagem mais sustentável do mercado[/blockquote]

São três os pilares que estão no centro da atividade da **Tetra Pak**: os alimentos, as pessoas e o planeta. Neste último, **Ingrid Falcão**, responsável pela área de Sustentabilidade da Tetra Pak Ibéria, afirma que a abordagem da empresa para proteger o planeta baseia-se em três principais valores ambientais que se refletem diretamente nas áreas sobre as quais atuam. A primeira passa pelo combate às alterações climáticas, através das soluções de embalagens renováveis com polímeros de origem vegetal para as tampas e película de proteção, palhinhas de papel, alternativas de tampas integradas nas embalagens, bem como no investimento em aumentarmos a percentagem de cartão nas embalagens. A segunda passa pelo enfoque na economia circular baixa em carbono, através do aumento das taxas de reciclagem e da aposta opções que facilitem ao máximo a reciclagem das embalagens, assim como a utilização de materiais reciclados nas embalagens. A terceira área centra-se na biodiversidade, pela garantia de preservação dos recursos a que recorrem e

do mínimo impacte que os mesmos causem nos habitats e ecossistemas de onde são provenientes.

✖ A Tetra Pak tem como objetivo que a médio e longo prazo as suas embalagens sejam constituídas exclusivamente por cartão, sendo produzidas a partir de fontes renováveis e com recurso a materiais reciclados e neutras em emissões de carbono: “Trabalhamos para desenvolver a embalagem mais sustentável do mercado, garantir a implementação das melhores práticas e certificarmo-nos de forma permanente que asseguramos o chamado *“walk the talk”* ao longo de toda a nossa cadeia de valor”, refere. Em Portugal, a empresa tem o objetivo de continuar a garantir o crescimento e expansão da Tubex, a fábrica em Lisboa, que se tem vindo a afirmar como um dos polos europeus da Tetra Pak na produção de palhinhas de papel e, que depois do lançamento em 2019, permitiu à empresa ser a primeira empresa de embalagens de cartão a lançar palhinhas em papel na Europa, recicláveis e fabricadas com papel certificado pelo FSC®. Adicionalmente, a empresa está focada em contribuir para o “aumento das taxas de reciclagem a nível nacional” e para “reforçar cada vez mais a sensibilização da população portuguesa para a correta separação das embalagens e respetivo depósito no contentor amarelo”, acrescenta. Para além das iniciativas que tem vindo a promover ao longo dos anos, como o plano de ações com as Eco-Escolas, as exposições itinerantes e campanhas informativas como a “Boa Embalagem para um Planeta Melhor”, estão atualmente a trabalhar numa “agenda ainda mais intensa e no reforço da nossa rede de parcerias em Portugal”, destaca Ingrid Falcão.

****Este artigo foi publicado na edição 87 da Ambiente Magazine.***