HUMB Sustainability Consulting ajuda empresas tornando jornada da sustentabilidade mais eficaz

18 de Agosto, 2022

A HUMB Sustainability Consulting nasce com a missão de ajudar as empresas a percorrerem a jornada da sustentabilidade, capacitando a organização por meio de consultoria ou formação à medida.

O nome “HUMB” surge como uma forma de homenagear Humboldt – Alexander Von Humboldt: um naturalista, explorador, cientista, uma mente brilhante que inspirou a equipa e a tantos outros como Goethe, Júlio Verne e Darwin.

Sendo que a área da sustentabilidade é marcada por muitos conceitos, termos, standards, normas, certificações e rótulos, dificultando a interpretação do tema e, muitas vezes, perdendo o foco que é crucial para se atingir os resultados pretendidos, a HUMB procura apoiar as empresas, tornando esta jornada mais estruturada, eficaz e descomplicada.

A metodologia da empresa, baseada em referenciais internacionalmente reconhecidos, descomplica o tema, facilitando a sua interpretação e implementação. Sempre com o objetivo de articular os pilares social, ambiental e económico, atua em quatro eixos da jornada da sustentabilidade: medição dos impactos, desenho de estratégia, neutralização das emissões e comunicação.

Figura 1 – Os fundamentos HUMB

Os projetos da HUMB Sustainability Consulting têm prevalecido em empresas de referência em Portugal, em setores diversos, desde indústria, serviços,

associações empresariais, e até organizações sem fins lucrativos.

Apesar de desenvolver trabalho nas áreas da estratégia, abatimento e comunicação, a maioria das empresas que procuram a HUMB Sustainability Consulting é para serviços como a medição de impactos através da Avaliação ciclo de vida ou do Greenhouse Gas Protocol e para a elaboração de relatórios de sustentabilidade GRI.

Sem medir não é possível gerir nem melhorar, por isso é crítico que as empresas comecem por quantificar os seus impactos, identificando os hotspots ao longo da cadeia de valor e os fatores que mais contribuem para a pegada. Só com estes dados é possível desenhar uma estratégia que produza resultados efetivos. Já na fase de neutralização, as empresas devem colocar no terreno a estratégia, implementando ações que mitiguem os impactos negativos e potenciem impactos positivos. Na etapa da comunicação, as empresas devem valorizar o trabalho desenvolvido através do reporting do desempenho e de marketing transparente que as posicione no segmento green.

A HUMB Sustainability Consulting defende que a sustentabilidade não acaba na comunicação, é uma jornada que implica trabalho e melhoria contínua.

Madalena Cameira partner e consultora da HUMB e Joao Campos, gestor e consultor da HUMB

Este artigo foi incluído na edição 94 da Ambiente Magazine