

# #SmartandGreenTourismII: “Não há outra forma de (as empresas) serem competitivas e resilientes”, a não ser pela via da sustentabilidade

16 de Março, 2023

Desde que o conceito de empresas começou a surgir – início do século XX – muitos têm sido os progressos registados: “Estes veículos de geração de riqueza aprenderam a alocar recursos de forma muito eficiente, a centrar-se em gerar lucro e a serem eficientes para tal”, começa por relembrar João Meneses, secretário-geral do BCSD Portugal, destacando que o “P” de “profit” era, verdadeiramente, a principal motivação das empresas no decorrer do século.

O responsável, que falava no segundo painel da conferência “*Smart and Green Tourism II*” sobre “*Financiamento verde, climático e sustentável*”, não quis deixar de reforçar o “bom desempenho e o papel importante das empresas”, enquanto “geradoras de riqueza e de emprego”, no decorrer do século.

Contudo, as exigências para as empresas foram aumentando e, hoje, têm também de incluir os “bons desempenhos” a nível ambiental e social na sua atividade: “Hoje, notamos que têm de ser capazes de incluir outros «P’s», como o «*Purpose, Planet and People*». Caso contrário, não serão resilientes nem competitivas”, afirma João Meneses, destacando que uma das missões do BCSD Portugal é, precisamente, “apoiar as empresas portuguesas que operam no país, no sentido de fazerem a transição das suas cadeias de valor para a sustentabilidade”, incorporando os temas ESG – Environmental (Ambiente), Social (Social) e Governance (Governança Corporativa) – balanceados com a dimensão económica.



Pedro Teixeira (NEYA Hotels) e João Meneses (BCSD Portugal)

Apesar deste nível de exigência ter começado com as grandes empresas, que “foram forçadas, na transição do século a alargar a sua capacidade de gerar

valor a outras dimensões que não apenas a económica”, o secretário-geral do BCSD Portugal afirma que também as pequenas e médias empresas já sabem das vantagens que a sustentabilidade acarreta para a organização. Das várias vantagens, João Menezes começa por destacar, desde logo, a racionalidade de custos: “Quando sou eficiente do ponto de vista energético, hídrico, quando otimizó matérias primas, poupo ao fim do mês”. A isto, soma-se a “gestão de risco” com as empresas a perceberem que a sustentabilidade e os temas ESG são a chave para a gestão de risco: “Hoje, consigo arruinar a reputação de uma empresa com um único «tweet»”. E vai mais longe, dando como exemplo as empresa que incumprem com legislação laboral ou que omitam a vertente ambiental: “Muito rapidamente o mundo tornou-se plano e transparente”. Também o “preço de matérias primas” ou a “escassez de recursos” são um motivo de risco para as empresas. A “fidelização de clientes e a diferenciação face à concorrência” é uma outra vantagem, que está muito relacionada com as “novas gerações” e a importância que depositam em fazer do “consumo um bom ato de cidadania”, com impacto positivo no planeta: “As empresas, cujas marcas e produtos têm uma aura e um identidade ligada à sustentabilidade que impactam positivamente o planeta, têm um «plus» de competitividade e de magnetismo junto do seu público-alvo”. O “talento” é “capital-chave” para uma empresa, onde as “vendas” passam para segundo plano: “Hoje, recrutar talento passa muito pelo propósito de abandonar os lugares de trabalho convencionais por falta de sentido de propósito e de identidade associada à sustentabilidade”. Aqui, também se junta o “capital mais barato” como outra vantagem onde as empresas que não são sustentáveis são vistas como “mais arriscadas” e, ainda, a “enorme oportunidade de investimento e negócio”, com abertura a “imensos fundos disponíveis”, refere o responsável.

Mesmo com as empresas de maior dimensão terem sido mais rapidamente forçadas a integrar estes novos conceitos, João Menezes não tem dúvidas de que as de menor dimensão também já perceberam que “não há outra forma de serem competitivas e resilientes no futuro” a não ser por esta via. Aliás, o mesmo aconteceu na transição digital no início do século: “As pequenas (empresas) também resistiram e hoje ninguém pode dizer que está fora do digital: a sustentabilidade é uma vaga igualmente transformadora e, ainda, mais profunda”.

Para além de João Menezes, **Inês Costa**, antiga secretária de Estado do Ambiente, **Filipa Saldanha**, diretora de Sustentabilidade do Crédito Agrícola, e **Pedro Teixeira**, diretor de Sustentabilidade do grupo NEYA Hotels foram os outros oradores deste painel moderado por **Sofia Santos**, fundadora da Systemica. A segunda edição da conferência “Smart and Green Tourism” decorreu no passado dia 3 de março, durante a 33.ª edição da BTL – Bolsa de Turismo de Lisboa.



©Raquel Wise