

SER SUSTENTÁVEL GANHAR O FUTURO



Entrevistas a
Frans Timmermans,
Mohan Munasinghe,
Miguel Castro Neto,
Clara Gonçalves,
Rosa Monteiro
e Luís Mergulhão.

Os desafios da sustentabilidade na descarbonização, na economia circular, nas cidades, na igualdade e diversidade, no mundo financeiro, na tecnologia e na comunicação.

88 candidaturas que mostram o caminho da sustentabilidade em Portugal.

**Prémio
Nacional de
Sustentabilidade**
20  30
negócios





GIGANTES NA DEDICAÇÃO

PME Líder 2020

Em 2020, mais de 2700 Empresas
chegaram a PME Líder com o Millennium.
Junte-se a nós e seja Líder em 2021.



A validação das candidaturas e a atribuição dos estatutos PME Líder é
da exclusiva responsabilidade do IAPMEI e do Turismo de Portugal.

Saiba mais em millenniumbcp.pt



Prémios Escolha do Consumidor 2021, categoria "Grandes Bancos".

Distinção atribuída pela ConsumerChoice.

Mais informações em escolhadoconsumidor.com.

Este Prémio é da exclusiva responsabilidade da entidade que o atribuiu.

Banco Comercial Português, S.A.

Millennium
bcp

AQUI CONSIGO



A SUSTENTABILIDADE ESTÁ ANCORADA NA SOCIEDADE CIVIL



MARCELO REBELO DE SOUSA,
Presidente da República Portuguesa

A sustentabilidade convoca-nos a agir eticamente na satisfação das necessidades presentes, sem comprometer a disponibilidade dos recursos para as gerações futuras. Não é um luxo. É uma necessidade urgente de agir em três dimensões: economia, sociedade e ambiente.

A sustentabilidade é crescimento económico. Só é possível melhorar a qualidade de vida de todos com uma maior produtividade dos recursos e uma melhor distribuição dos resultados.

A sustentabilidade é ambiental. Hoje, sabemos melhor do que nunca como a poluição do ar nos tira anos de vida. Conhecemos também os efeitos nefastos da poluição na nossa alimentação e o impacto do aquecimento global nos fenómenos climáticos extremos.

A sustentabilidade é social. É crucial erradicar os ciclos de pobreza e de desigualdade, que têm tendência a perpetuar-se geração após geração, com impactos negativos na saúde e na capacidade de aprendizagem dos jovens.

Portugal já fez grandes progressos neste âmbito. O relatório da Organização das Nações Unidas (ONU) sobre crescimento sustentável coloca Portugal entre os 25 melhores países do mundo. Mas ainda temos muito caminho a percorrer.

Para crescermos de forma equilibrada, precisamos de melhorar significativamente o nosso desempenho face a oito dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável aprovados pela ONU: reduzir as emissões de gases com efeito de estu-

fa, melhorar a proteção dos oceanos e os métodos de pesca, proteger mais a biodiversidade e reforçar a circularidade da nossa economia, sobretudo no que diz respeito ao lixo tecnológico. Na sustentabilidade social, o maior desafio consiste na erradicação da pobreza, sobretudo entre os idosos. Mas precisamos também de reduzir as desigualdades e reforçar a nossa capacidade de inovação.

O Prémio Nacional de Sustentabilidade é uma iniciativa abrangente, que abarca três áreas fundamentais de sustentabilidade ambiental, social e de governance. A própria composição do júri que avalia os projetos reflete também esta diversidade, com membros que vêm do mundo académico, do mundo empresarial e do terceiro setor, e que têm especializações diversificadas, desde o desenvolvimento sustentável das cidades à responsabilidade social das empresas.

É uma ação que promove a divulgação de projetos sustentáveis em Portugal. Não só dos vencedores, mas também dos candidatos. Essa divulgação é útil, sobretudo porque dá exemplos concretos de boas práticas e porque serve de incentivo para outros empresários e cidadãos investirem também na sustentabilidade. Por isso, os meus parabéns ao Jornal de Negócios por esta importante iniciativa.

Sendo uma prioridade das políticas públicas, a sustentabilidade está fundamentalmente ancorada na sociedade civil: nas pessoas, nas empresas e nas associações. E é por esse motivo que este prémio é uma iniciativa muito relevante para a sociedade e para Portugal.

O Prémio Nacional de Sustentabilidade é uma iniciativa abrangente, que abarca três áreas fundamentais de sustentabilidade ambiental, social e de governance.



VONTADE DE MUDANÇA

“**T**odo o mundo é composto de mudança, tomando sempre novas qualidades”, escreveu Camões. O grande desafio tem sido conseguir fazê-lo mudar na direção certa. “Uma agenda global para a mudança” foi o mote do famoso relatório Brundtland, de 1987, que deitaria a semente política do desenvolvimento sustentável, definido como aquele que responde às necessidades das gerações atuais sem sacrificar as futuras.

Gro Brundtland, antiga primeira-ministra da Noruega, viu na tarefa encomendada pelo então secretário-geral das Nações Unidas, Pérez de Cuéllar, uma demonstração do sentimento generalizado de frustração e incapacidade da comunidade internacional para abordar questões globais vitais e lidar de forma eficaz com elas. Um sentimento que, infelizmente, persiste.

Em 1987, o regresso ao multilateralismo que nasceu no pós-guerra era condição necessária para o sucesso. Passados 34 anos, aquilo que o diálogo entre países consegue alcançar continua muito aquém do exigível. Vimo-lo ao longo do último ano, na falta de coordenação no combate à pandemia em grande parte do globo e agora na distribuição das vacinas contra a covid-19.

Nem tudo falha. “O tempo cobre o chão de verde manto, que já coberto foi de neve fria.” Os líderes mundiais aprovaram em 2015 os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e as suas 169 metas, que hoje norteiam políticas públicas um pouco por todo o mundo. No ano seguinte, foi assinado o Acordo de Paris.

Três décadas depois, os princípios que a comissão Brundtland pôs no seu relatório, que evoluíram para incluir outras preocupações – a igualdade de género, por exemplo – e dar mais urgência a outras, como as alterações climáticas, têm um consenso muito mais alargado. Mudaram-se os tempos, mudaram-se as vontades. Mas não ainda com a força necessária.

Onde sobram planos faltam ações concretas. O cumprimento do Acordo de Paris, apesar dos seus atuais 191 membros, continua a ser uma miragem. A pandemia veio reverter o progresso conseguido em alguns dos objetivos da Agenda 2030 das Nações Unidas, atingindo mais severamente aqueles que já eram mais vulneráveis.

A urgência da ação é hoje maior, seja na erradicação da pobreza, na redução das desigualdades, no combate às alterações climáticas, na proteção dos ecossistemas, na melhoria da educação e da saúde, na construção de sociedades mais inclusivas, com respeito pela igualdade e diversidade.

Há, felizmente, também uma maior clareza do propósito e uma consciência mais alargada da necessidade de agir, ainda que desigual na distribuição pelo globo. O ímpeto vem de baixo para cima: dos eleitores para os políticos, dos consumidores para as empresas. Queremos políticas sustentáveis, empresas sustentáveis, finanças sustentáveis, cidades sustentáveis, vidas sustentáveis.

O Negócios abraçou esta causa com um vasto conjunto de iniciativas, que começaram com uma edição especial de aniversário, o lançamento de uma nova secção e um site dedicado, debatemos estes desafios numa série de conferências digitais e lançámos o Prémio Nacional de Sustentabilidade, que esta revista celebra.

Um prémio no qual temos o privilégio de contar com um júri de grande prestígio, muito diversificado, e em que vamos dar a conhecer e distinguir os que animados pela vontade de mudar estão a dar passos para um mundo com uma sociedade e um ambiente melhores. 

Cloud migration with Claranet

A rapid migration to the cloud is just the start of the journey...



claranet
www.claranet.pt

FICHA TÉCNICA

Diretora: Diana Ramos - dianaramos@negocios.pt

Diretor adjunto: Celso Filipe - cfilipe@negocios.pt

Editores executivos:

Alexandra Machado - amachado@negocios.pt (Empresas e Mercados), Manuel Esteves - mesteves@negocios.pt (Economia) e Nuno Carregueiro - nc@negocios.pt (Online)

Colaboraram nesta revista: Ana Batalha Oliveira, António Larguesa, Emília Freire, Filipa Lino, Gonçalo Almeida, Helena Peralta, Lúcia Crespo, Nuno Costa (infografia) e Ricardo David Lopes

Capa: Luís Mileu

Projeto gráfico, paginação e edição das candidaturas: Boost Content

Revisão: Joana Ambulate

Secretariado: Elisabete Monteiro - emonteiro@negocios.pt e Teresa Nunes - teresanunes@negocios.pt

Assinaturas: Margarida Matos (coordenadora) e Sandra Sousa

Telefone: 210 494 999 • **Fax:** 210 493 140 • **e-mail:** assine@cofina.pt (dias úteis das 09h00 às 18h00)

Correio: Remessa Livre 11258 - Loja da 5 de Outubro - 1059-962 Lisboa (não precisa de selo) ou escreva para: Cofina-Serviço de Assinantes - Rua Luciana Stegagno Picchio n.º 3 - 2.º Piso - 1549-023 Lisboa

PUBLICIDADE

Diretor Comercial Online da Cofina Media

José Manuel Gomes (jmgomes@cofina.pt)

Diretor Comercial do Jornal de Negócios

Paulo Barata (pb@negocios.pt)

Conselho de Administração

Paulo Fernandes (presidente), Luís Santana, Alda Delgado, João Borges de Oliveira

Diretor-geral: Octávio Ribeiro

Diretores-gerais adjuntos: Armando Esteves Pereira e Alfredo Leite

Diretor do Departamento Gráfico: Pedro Freire

Diretora-geral de Marketing: Isabel Rodrigues

Diretor-geral Comercial: Luís Ferreira

Diretora Administrativa Financeiro: Alda Delgado

Diretor de Circulação: João Ferreira de Almeida

Diretora de Assinaturas e Reader Revenue: Rita Serrano

Diretor de Informática: Rui Taveira

Diretor de Recursos Humanos: Nuno Jerónimo

Diretora de Research: Ondina Lourenço

Diretor Técnico Online: Nuno Alves nunoalves@cofina.pt

Principal Acionista

Cofina SGPS, S.A. (100%)

Contribuinte: 502801034

CRC de Lisboa 502801034

Depósito Legal: 481048/21

Periodicidade: Anual

Impressão

Lidergraf, Artes Gráficas, SA

Rua do Galhano, 15 - 4480-089 Vila do Conde

Distribuição

Vasp - Distribuição de Publicações SA - Telef.: 214 398 500 -

Fax 214 302 499

Propriedade/Editora

Cofina Media, S.A.

Rua Luciana Stegagno Picchio n.º 3 - 1549-023 Lisboa

TEL. +351 210 494 000

FAX +351 213 309 411



5 A sustentabilidade está ancorada na sociedade civil

6 Vontade de mudança

DESCARBONIZAÇÃO

10 Ainda é possível cumprir o Acordo de Paris?

14 Quem emite mais CO₂ e o que é preciso mudar

16 Alterações climáticas podem custar 2 mil milhões por dia

18 Entrevista Frans Timmermans: Reconstruir no pós-crise pressupõe uma economia sustentável

26 O roteiro do futuro

30 Descarbonização é "oportunidade" para as empresas

31 Sociedade deve ter escolhas mais ecológicas e baratas

ECONOMIA CIRCULAR

32 Tanto para fazer em tão pouco tempo

36 Com taxa de circularidade de 2,2%, Portugal está na cauda da Europa

38 Fazer com que os produtos sustentáveis passem a ser norma

39 Todos os pequenos gestos contam

40 Entrevista a Mohan Munasinghe: "Os humanos modernos construíram a sua casa à beira de um precipício"

BEM-ESTAR E CIDADES SUSTENTÁVEIS

44 Em busca da cidade perfeita

49 5G e IA: os alicerces das novas cidades sustentáveis

50 Entrevista a Miguel de Castro Neto: "Um smart Portugal é possível"

54 Cidades portuguesas entram no "pelotão" da sustentabilidade

57 Como as famílias e as empresas podem contribuir para uma cidade sustentável?

58 Lisboa, capital da sustentabilidade

IGUALDADE E DIVERSIDADE

60 A diversidade nas empresas é rentável

66 A liderança ainda está reservada aos homens

68 Empregar pessoas com deficiência acrescenta valor às marcas

70 Entrevista a Rosa Monteiro: "A sociedade continua a ser mais igualitária nos ideais do que nas práticas"

74 Desigualdade não se resolve numa geração



FINANÇAS SUSTENTÁVEIS

- 76 Alta finança pinta-se de verde com a Europa na liderança
- 80 A velha divisão no BCE pode atrasar a luta pela sustentabilidade
- 82 “Travar o aquecimento global é decisivo para a segurabilidade dos riscos”
- 84 Portugal, o país dos “poucos bons exemplos” na luta sustentável
- 86 Entrevista a Ricardo Mourinho Félix: “A emissão de ‘green bonds’ implica implementar de raiz um sistema de validação”

DIGITAL & IA

- 88 Tecnologia e sustentabilidade. Um match cada vez mais perfeito
- 92 Convergência entre agenda digital e agenda verde no centro da estratégia política
- 94 Financiamento cresce ao ritmo de novos projetos
- 96 Entrevista a Clara Gonçalves: “A Europa tem de aproveitar este embalo digital”

COMUNICAÇÃO DE SUSTENTABILIDADE

- 100 Transparência é a melhor arma
- 106 Os perigos do greenwashing
- 108 Entrevista a Luís Mergulhão: “Deixou de se falar em cidadãos ou consumidores, para se falar em pessoas. Deixou de se falar num mundo global, para se falar no planeta”

CANDIDATURAS AO PRÉMIO NACIONAL DE SUSTENTABILIDADE

- 112 Projetos de sustentabilidade ambiental, social e económica
- 113 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU
- 114 A sustentabilidade como alavanca de criação de valor
- 116 Descarbonização**
- 118 bp Portugal
- 120 Caetano Bus
- 122 Coca-Cola European Partners
- 124 Klog Logistics Solutions
- 126 Grupo Montalva/Izidoro
- 128 PRF
- 130 Prio
- 132 Saint-Gobain Portugal
- 134 Secil
- 136 Sonae Sierra
- 138 Economia circular**
- 140 Águas do Tejo Atlântico
- 142 Cooperativa União Agrícola, CRL
- 144 Daikin
- 146 Delta Cafés
- 148 Efacec Engenharia e Sistemas
- 150 Fapil
- 152 Henkel
- 154 Jerónimo Martins
- 156 LNEG - Laboratório Nacional de Energia e Geologia
- 158 Maiambiente
- 160 McDonald's
- 162 Município da Póvoa de Varzim
- 164 Nespresso
- 166 New Water Project
- 168 Samsung Portugal
- 170 Silvex
- 172 Sociedade Central de Cervejas e Bebidas
- 174 Sociedade Ponto Verde
- 176 Sonae MC
- 178 Bem-estar e cidades sustentáveis**
- 180 Altice Portugal
- 182 Azores DMO
- 184 Companhia Carris de Ferro de Lisboa
- 186 Efacec Engenharia e Sistemas
- 188 E-REDES
- 190 Instituto Politécnico de Leiria
- 192 Município de Arcos de Valdevez
- 194 Município de Braga
- 196 Município do Funchal
- 198 Município de Guimarães
- 200 Nobel Knowledge – Brain Power Emerald
- 202 Santa Casa da Misericórdia de Lisboa
- 204 Turismo do Alentejo
- 206 Igualdade e diversidade**
- 208 Associação Dignitude
- 210 BNP Paribas Portugal
- 212 BPI e Fundação “la Caixa”
- 214 CP - Comboios de Portugal
- 216 Creative Knowledge S.A. - Brain Power Ruby
- 218 Procter and Gamble Portugal
- 220 Santa Casa da Misericórdia de Lisboa
- 222 Sistemas McDonald's Portugal
- 224 Vodafone Portugal
- 226 Comunicação de sustentabilidade**
- 228 Banco BPI
- 230 bp Portugal
- 232 CTT - Correios de Portugal
- 234 Deco Proteste
- 236 Earth Consultants
- 238 EDP
- 240 EPAL
- 242 Fromageries Bel Portugal
- 244 Fundação Vodafone Portugal
- 246 Galp
- 248 Galp
- 250 IKEA Portugal
- 252 Inframoura, Empresa de Infraestruturas de Vilamoura
- 254 Lidl Portugal
- 256 L'Oréal Portugal
- 258 Lusíadas Saúde
- 260 MEO
- 262 Millennium bcp
- 264 Município da Lousã
- 266 Município da Mealhada
- 268 Município de São João da Pesqueira
- 270 Pingo Doce
- 272 Procter and Gamble Portugal
- 274 Secil
- 276 Volvo Car Portugal
- 278 Worten
- 280 Digital & Inteligência Artificial**
- 282 Associação de Dinamização da Baixa Pombalina
- 284 Águas do Norte
- 286 EGF
- 288 Electrão
- 290 EPAL
- 292 Lusíadas Saúde
- 294 Finanças sustentáveis**
- 296 Ageas Pensões
- 298 EDP
- 300 Indaqua
- 302 Millennium bcp
- 304 Pestana Hotel Group

AINDA É POSSÍVEL CUMPRIR O ACORDO DE PARIS?





Se a humanidade continuar a seguir neste passo, não vai conseguir atingir as metas a que se comprometeu no Acordo de Paris. Esta é a conclusão a que chega a comunidade científica, para quem até os “mapas” estão errados: os planos traçados não levam às metas propostas. Ainda assim é possível cumprir, mas a ação é urgente e a próxima década será decisiva. Ana Batalha Oliveira



Quase 200 nações se comprometeram em 2015 a pôr mãos à obra para que o aumento da temperatura no globo não excedesse os 2 graus centígrados (°C) e, idealmente, se mantivesse abaixo dos 1,5 °C face aos níveis pré-industriais. Só que os planos que os países apresentam ficam aquém dessa ambição: tal como estão, conduzem a um aumento de 3 °C até ao fim deste século, calcula o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP), no relatório publicado no final de 2020. No melhor cenário, caso os Estados Unidos se comprometam a ser um país neutro em carbono até 2050 – tal como prometido na campanha pelo Presidente Joe Biden –, a previsão é de que o aumento seja de, pelo menos, 2,5 °C. Não chega.

O ano passado foi uma exceção – devido à pandemia, as emissões de carbono deverão ter caído cerca de 7%, embora o impacto positivo desta descida nas alterações climáticas, por si só, deva ser negligenciável, calcula a UNEP. A regra tem sido outra: um crescimento contínuo das emissões, que nos três anos anteriores aumentaram para máximos históricos.

O relatório da UNEP aponta que, caso não se reduzam as emissões até 2030, “será impossível” conseguir um aumento na temperatura inferior a 1,5 °C. Para lá chegar, é preciso que os países multipliquem por cinco a ambição dos seus planos. Se triplicarem o esforço, o termómetro global sobe 2%. Os dados meteorológicos mostram que os recordes de temperatura vão sendo batidos: foi assim em 2020 e as Nações Unidas avisam que “estes não serão os últimos”.

“A total implementação das metas do Acordo de Paris não é provável que leve à concretização do objetivo mais ambicioso do acordo” até 2030, afirmam Liliana Hisas e Pablo Canziani, dois dos autores do estudo “A Verdade por Detrás dos Compromissos Climáticos”, em declarações ao Negócios. “É extremamente difícil assegurar os objetivos de Paris, mas é possível, se houver vontade política e uma correta perceção dos custos evitados”, soma Francisco Ferreira, presidente da Zero – Associação Sistema Terrestre Sustentável.

Os maiores emissores de CO₂ da última década foram a China, os Estados Unidos, a União Europeia (incluindo ainda o Reino Unido) e a Índia.

COMPROMISSOS MULTIPLICAM-SE, ENTREGA NÃO

Se é certo que muito mais tem de ser feito, também é certo que os esforços não têm acompanhado a ambição. “O crescente número de países que estão a comprometer-se a atingir as zero emissões em meados do século é o desenvolvimento mais significativo e encorajador de 2020”, afere a UNEP. Mas avisa: “Para se manterem concretizáveis e credíveis, é imperativo que estes compromissos se traduzam urgentemente em políticas e ações fortes de curto prazo.”

Até dezembro de 2020, 126 países, responsáveis por cerca de metade das emissões globais, adotaram formalmente ou disseram estar a considerar atingir a neutralidade carbónica. União Europeia, Reino Unido, Japão, Canadá, Coreia do Sul, África do Sul, Argentina e México esperam alcançar esta meta em 2050. A expectativa é de que os Estados Unidos se juntem em breve a este grupo: Joe Biden assinou a reentrada no Acordo de Paris no primeiro dia como Presidente. A China aponta a neutralidade para 2060.

Numa análise aos compromissos dos vários signatários do acordo, o Climate Action Tracker (CAT), um organismo científico independente que se dedica a escrutinar a ação climática, aponta como “criticamente insuficientes” os planos dos Estados Unidos que, se fossem seguidos por todos os países, poriam o mundo no caminho de exceder um aumento de 4 °C na temperatura mundial. Já os planos da China levam o selo de “muito insuficientes” – levariam a um aumento entre os 3 °C e os 4 °C – e, finalmente, os da União Europeia são classificados como “insuficientes”, já que podem conduzir a aumentos de temperatura até aos 3 °C.

Apesar do desencontro entre os objetivos e a ação, o Acordo de Paris está a exercer uma pressão positiva. Em 2015, a previsão do CAT era de que a temperatura na Terra aumentasse 3,6 °C, tendo em conta a ação que estava a ser tomada. Agora, com base nos dados de que dispunha até novembro de 2020, o mesmo organismo prevê um aumento de 2,9 °C na temperatura do planeta até 2100.

EMISSIONES AINDA CRESCEM

“Há uma indicação de que o crescimento global nas emissões de gases com efeito de estufa está a abrandar”, escreve o UNEP, mas reconhece que, apesar de estas estarem em declínio nos países da Organização para a Cooperação Económica e Desenvolvimento (OCDE), nas restantes economias verifica-se um aumento.

Os maiores emissores da última década foram a China, os Estados Unidos, a União Europeia (incluindo ainda o Reino Unido) e a Índia. Apesar disto, no caso de se analisarem as emissões poluentes per capita, a ordem muda radicalmente: os maiores emissores passam a ser os Estados Unidos, seguidos da Rússia, do Japão, e só em quarto lugar a China.

As emissões da China, que é o maior emissor, subiram 80% entre 2005 e 2018 e “deverão continuar a aumentar na próxima década”.



É extremamente difícil assegurar os objetivos de Paris, mas é possível, se houver vontade política e uma correta percepção dos custos evitados.

Francisco Ferreira, presidente da Zero – Associação Sistema Terrestre Sustentável

da, tendo em conta a taxa de crescimento económico estimada”, lê-se no estudo “A Verdade por Detrás dos Compromissos Climáticos”. Já na União Europeia as emissões têm estado em declínio: nos últimos 30 anos a quebra foi de 25%, ao mesmo tempo que o produto interno bruto da região cresceu 60%, indica a Comissão Europeia (CE).

Também a maior economia do mundo tem vindo a reduzir, depois de se ter comprometido no Acordo de Paris em diminuir as emissões entre 26 e 28% face a 2005, até 2025. Um objetivo abalado pela decisão do Presidente Donald Trump de abandonar este acordo em 2017. Agora, “a administração de (Joe) Biden pode certamente fazer a diferença” e “algumas das suas nomeações são uma clara indicação disso mesmo”, afirmam Hisas e Canziani.

“É necessária mais ação para reduzir as emissões de gases de estufa da parte de todos os países”, consideram ainda estes autores. Se a China, os Estados Unidos, a Europa e a Índia são responsáveis por pouco mais de metade das emissões do globo, os restantes países contribuem com a restante metade.

DERRADEIRA OPORTUNIDADE ESTÁ NO PÓS-PANDEMIA

A grande oportunidade de dar a volta ao rumo atual está no pós-pandemia, através da implementação de medidas de recuperação verdes apoiadas pelos fundos extraordinários que estão a ser disponibilizados.

“A escala sem precedentes das medidas de recuperação económica da covid-19 abre a porta a uma transição baixa em carbono, que crie mudanças estruturais necessárias para reduzir sustentavelmente as emissões”, vaticina o Emissions Gap Report 2020. A CE acrescenta que “a ação na próxima década é crucial para nos colocarmos no caminho da neutralidade climática e para atingir os objetivos do Acordo de Paris”.

Só nos primeiros dois meses da crise pandémica, os governos a nível mundial anunciaram um total de 10 biliões de dólares em estímulos, três vezes mais do que o valor despendido na crise financeira de 2008-2009, calcula a McKinsey. Mais recentemente, em dezembro, os Estados Unidos reforçaram a dose com um pacote de pelo menos mais 900 mil milhões de dólares. Na Europa, onde vão ser lançados estímulos de combate à crise de 1,8 biliões de euros, “quase um em cada três euros investidos deverá contribuir para cumprir o Pacto Ecológico Europeu”, afirma a Comissão Europeia.

“Chegou a hora de selecionarmos sem medo os investimentos que ajudam o ambiente e a sociedade no longo prazo em vez de estímulos que nos façam regressar à realidade anterior com consequências dramáticas”, caso contrário, “os objetivos do Acordo de Paris estarão em causa”, acredita Francisco Ferreira. “Não deverá haver um regresso à normalidade do modelo de consumo a que temos estado habituados”, reforça Júlia Seixas, professora e presidente do Departamento de Ciências e Engenharia do Ambiente da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa.

Para já, os movimentos não parecem ser os mais animadores. As Nações Unidas afirmam que poucos membros do G20 dirigiram os seus orçamentos para medidas de recuperação verdes: um quarto destas potências aplicou até 3% do produto interno bruto explicitamente em medidas de baixo carbono, mas a maioria investiu mesmo em medidas que têm efeitos negativos nas emissões. “Infelizmente, a maioria dos governos continua preocupada com as medidas de curto prazo que reanimem a economia, e não com o longo prazo”, lamenta Catarina Grilo, diretora de Conservação da ANP/WWF.

Ainda assim, nem tudo está perdido. Hisas e Canziani apontam que a 26.ª Conferência das partes (COP26), que se realiza em novembro, “pode ser uma boa oportunidade e um lembrete global para aumentar os esforços climáticos assim que a pandemia acabar”, apesar de acreditarem que “a verdadeira ação tem de acontecer em cada país”.

“Ainda vamos a tempo, mas temos de fazer muito mais”, sublinha Catarina Grilo. Júlia Seixas diz mesmo que “há razões para estarmos otimistas”. 

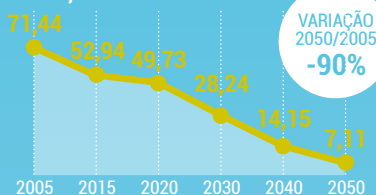
QUEM EMITE MAIS CO₂ E O QUE É PRECISO MUDAR

NÓS E A UNIÃO EUROPEIA: QUEM EMITE MAIS E MENOS E COMO TEM EVOLUÍDO (em t CO₂eq - milhares)

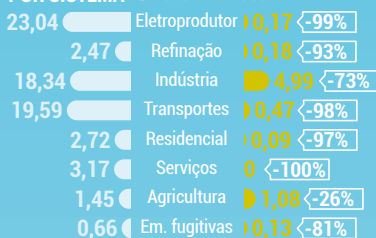


O QUE MUDA NO SISTEMA ENERGÉTICO

EVOLUÇÃO DAS EMISSÕES

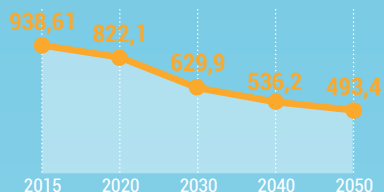


POR SISTEMA

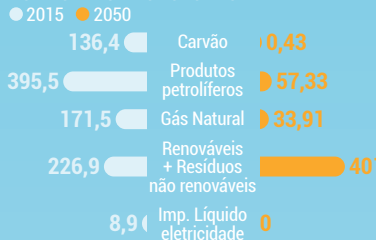


CONSUMO DE ENERGIA PRIMÁRIA

2015-2050

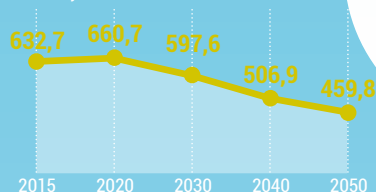


POR FONTES PRODUTORAS

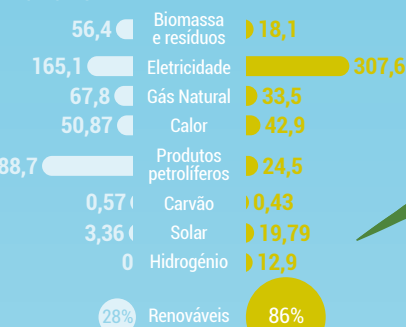


CONSUMO DE ENERGIA FINAL

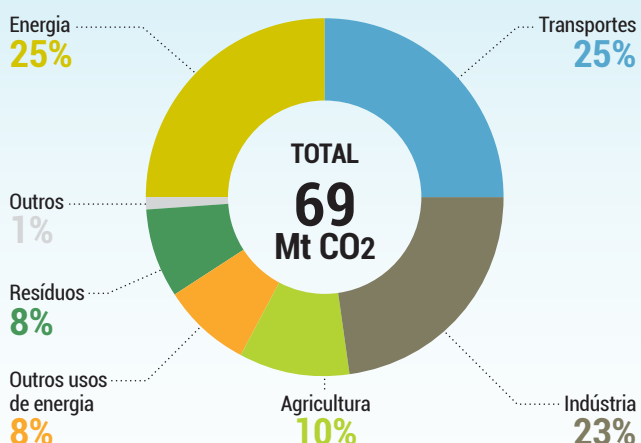
EVOLUÇÃO 2015-2050 EM PJ



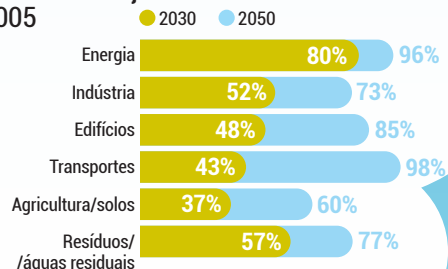
POR ORIGEM



AS NOSSAS EMISSÕES 2007-2017



POTENCIAL DE REDUÇÃO DE EMISSÕES ATÉ 2050 FACE A 2005





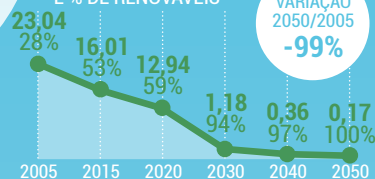
Irlanda Bulgária Finlândia Noruega Suécia Dinamarca Suíça Eslováquia Croácia Lituânia Estónia Eslovénia Letónia Luxemburgo Chipre Islândia Malta

60 935 57 816 56 411 52 022 51 779 48 224 46 431 43 348 23 793 20 267 19 074 17 502 11 727 10 547 8810 4857 2186

55 468 101 794 71 231 51 459 71 185 70 779 54 159 73 517 31 876 48 016 40 277 18 610 26 329 12 741 5684 3733 2570

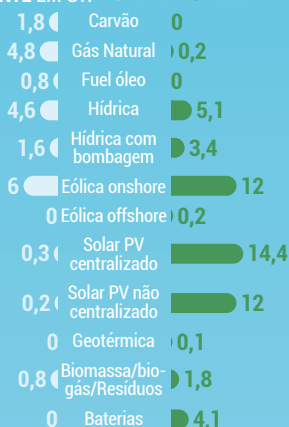
O QUE MUDA NO SISTEMA ELETROPRODUTOR

EMISSIONES (Mt CO2 Eq.)
E % DE RENOVÁVEIS



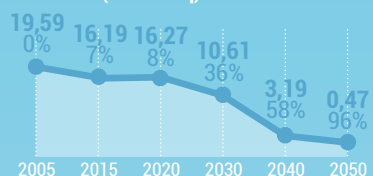
VARIACÃO
2050/2005
-99%

POR FONTE EM GW ● 2015 ● 2050

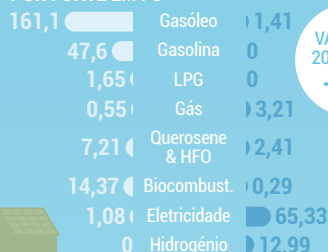


O QUE MUDA NOS TRANSPORTES

EMISSIONES (Mt CO2 Eq.) E % DE RENOVÁVEIS



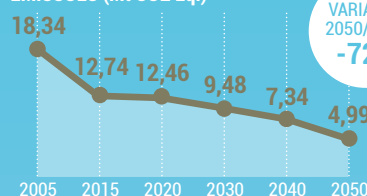
POR FONTE EM PJ ● 2005 ● 2050



VARIACÃO
2050/2005
-98%

O QUE MUDA NA INDÚSTRIA

EMISSIONES (Mt CO2 Eq.)

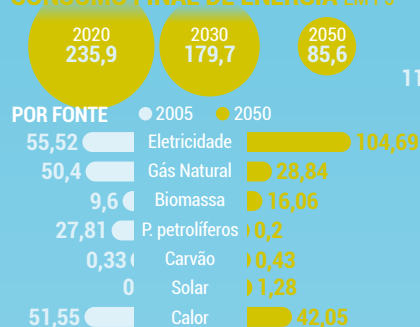


VARIACÃO
2050/2005
-72%

POR SISTEMA ● 2020 ● 2050

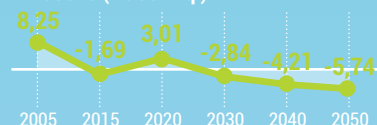


CONSUMO FINAL DE ENERGIA EM PJ



O QUE MUDA NA AGRICULTURA

EMISSIONES (Mt CO2 Eq.)



POR FONTE ● 2020 ● 2050



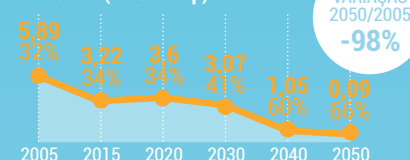
TOP 5 PAÍSES MAIS POLUENTES

EMISSIONES (Mt CO2 Eq.) E % DO TOTAL



O QUE MUDA NOS EDIFÍCIOS

EMISSIONES (Mt CO2 Eq.)

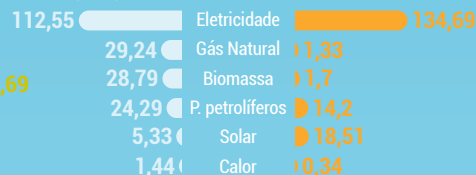


VARIACÃO
2050/2005
-98%

● 2020 ● 2050



POR FONTE



QUANTO CUSTA A NEUTRALIDADE

INVESTIMENTO 2016-2050



Fonte:
Pordata/
/RNC50
Estratégia
de Longo
Prazo para
a Neutralidade
Carbónica
da Economia
Portuguesa/
/Global Carbon
Atlas



ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS PODEM CUSTAR 2 MIL MILHÕES POR DIA

As perdas económicas ligadas a eventos climáticos poderão duplicar em 2030, atingindo prejuízos de 660 mil milhões de dólares por ano ou o equivalente a quase 2 mil milhões de dólares por dia ao longo da próxima década. Ana Batalha Oliveira

Em 2017, contabilizaram-se danos de 330 mil milhões de dólares na sequência de 690 catástrofes naturais, quase o dobro do que se verificou em 2005. Tendo em conta o ritmo acelerado do aquecimento global, os números poderão voltar a duplicar. Esta projeção consta do relatório “A Verdade por Detrás dos Compromissos Climáticos”, publicado em 2019 e assinado por vários ex-colaboradores do Painel Intergovernamental para as Alterações Climáticas (IPCC) das Nações Unidas. “Pessoas em todo o mundo estão a experienciar e a sofrer estes impactos”, alertam dois dos autores, Liliana Hisas e Pablo Canziani. Em 2020, registou-se o período mais ativo de sempre de furacões nos Estados Unidos – foram 13, acompanhados de 30 tempestades – e a época de incêndios mais devastadora de que há registo, com 57 mil focos.

No “Relatório Especial: Aquecimento Global de 1,5 °C” publicado pelo IPCC em 2018, sublinha-se que “limitar o aquecimento global a 1,5 °C em vez de 2 °C poderá resultar em cerca de menos 420 milhões de pessoas a serem frequentemente expostas a ondas de calor extremas”. As diferenças não ficam por aqui.

As perdas de espécies locais e o risco de extinção são “muito menores” num mundo que não exceda o aumento de 1,5 °C. A área territorial com transformações nos ecossistemas sobe para o dobro no caso de uma subida de 2 °C. No cenário mais otimista, o número de pessoas expostas a uma maior escassez de água pode ser reduzida até 50%. O risco de seca extrema também é “substancialmente” mais reduzido em algumas regiões. O mesmo é verdade para o risco de não haver gelo no Ártico durante o verão,

Limitar o aquecimento global a 1,5 °C em vez de 2 °C poderá resultar em cerca de menos 420 milhões de pessoas a serem frequentemente expostas a ondas de calor extremas.



ou para a acidificação dos oceanos e produtividade das pescas. A magnitude e a frequência das inundações também serão menores no patamar mais baixo definido em Paris.

Além destas dificuldades, o aquecimento global notar-se-á na disponibilidade dos alimentos, nomeadamente no Sul de África, na região mediterrânica e na Europa Central e Amazónia. Milho, trigo e arroz são alguns dos alimentos que podem ser afetados, a par das pescas e da aquacultura. As populações mais dependentes da agricultura deverão mudar-se, embora o fenómeno migratório associado às alterações climáticas não esteja bem estudado. A pobreza já aumentou dado o aquecimento recente e deverá continuar a aumentar, ao mesmo tempo que surgem outras intempéries: “Qualquer aumento na temperatura global deverá afetar a saúde humana.” As reduções mais acentuadas no crescimento económico estão previstas para os países de rendimentos médios e baixos. Uma das áreas afetadas é o turismo, desde os destinos de praia aos de neve. A Europa deverá perder 15 mil milhões de euros por ano nesta atividade, especialmente no Sul.

Mas as consequências não são só futuras. “O aquecimento global induzido por humanos causou múltiplas mudanças já observadas no sistema climático.” A título de exemplo, 70 a 90% dos recifes de coral que existem hoje vão desaparecer mesmo se o aquecimento global for contido nos 1,5 °C. “A adaptação é necessária desde já”, refere o relatório do IPCC. ●



ELETRICIDADE 100% VERDE

OFERTA DO DOBRO
DA NET MÓVEL

MEO  energia

FAZ JÁ A TUA SIMULAÇÃO E POUPA

MEO.PT | LIGA GRÁTIS 800 028 028

Oferta exclusiva para clientes MEO. Implica ativação do Débito Direto e Fatura Eletrónica na adesão ao serviço MEO Energia.
Campanha válida até 30 de abril de 2021. Consulte as condições em meoenergia.pt



FRANS TIMMERMANS

RECONSTRUIR NO PÓS-CRISE PRESSUPÕE UMA ECONOMIA SUSTENTÁVEL

O Pacto Ecológico Europeu está na base das políticas de recuperação. O objetivo é ter uma economia sustentável, caso contrário o dinheiro agora investido será perdido e o peso que colocarmos nos ombros dos nossos filhos será insuportável e a economia não irá funcionar. David Santiago

O holandês Frans Timmermans é o primeiro vice-presidente executivo da Comissão Europeia e o rosto do ambicioso Green Deal europeu (Pacto Ecológico Europeu), depois de, em 2019, ter ficado aquém do consenso necessário à sua escolha como presidente do atual órgão executivo da União Europeia. O diplomata, nascido em 1961, acumula longa experiência executiva e ao nível da política comunitária, tendo sido ministro dos Negócios Estrangeiros (2012-2014) e vice-presidente da anterior Comissão (2014-2019), liderada por Jean-Claude Juncker.

Poliglota, fala fluentemente holandês, inglês, francês, alemão, italiano e russo, foi deputado eleito pelo Partido do Trabalho (centro-esquerda) e pertenceu a governos integrados pelos trabalhistas. Nos Países Baixos, é muitas vezes descrito como o "homem de Bruxelas" devido à longa experiência acumulada no centro da política europeia.

Os deputados do PS querem ouvi-lo no Parlamento sobre a redação de uma lei portuguesa do clima. Que conselhos dará aos deputados portugueses?

Estamos a negociar, no âmbito da presidência portuguesa da União Europeia, uma Lei do Clima europeia. A nossa abordagem deve assentar no princípio de que é uma lei de leis. Uma lei do clima dá-nos o enquadramento sobre o qual podemos trabalhar

e cria os padrões de referência para outras legislações: consumo de energia, energias renováveis, habitação, transportes, agricultura. A Lei do Clima pode criar padrões nestes setores. Se a Lei do Clima disser que queremos atingir a neutralidade carbónica até 2050 e reduzir as emissões de CO2 em 55% até 2030, sempre que tivermos uma legislação podemos verificar se está dentro da delimitação estabelecida. Isto significa que, por exemplo, agora com a pandemia, não há desvios e há uma obrigação legal de manutenção do rumo.

Vai aceitar o convite para vir ao Parlamento? Ainda que por videoconferência...

Claro que sim.

Acredita que a presidência portuguesa da UE conseguirá concluir o processo de negociação relativa à Lei do Clima europeia?

Estou otimista porque existe uma grande pressão pública para que enfrentemos a crise climática. É notável que no meio desta horrenda pandemia, e eu sei como Portugal está a ser atingido, mais de 70% da nossa população continue a querer que respondamos à crise climática. Acho que é um notável fenómeno político, que não podemos desperdiçar. Temos de fazer isto. É essa a posição de partida, partilhada por todos os Estados-membros, até pelos países que sabem que a sua tarefa será bem mais difícil do

“

É notável que no meio desta horrenda pandemia, e eu sei como Portugal está a ser atingido, mais de 70% da nossa população continue a querer que respondamos à crise climática.

Europe

#EUGreenDeal





que a de outros e que, mesmo assim, subscrevem este objetivo. Em segundo lugar, temos a sorte de ter António Costa, que é tido em muito elevada conta pelos colegas no Conselho Europeu e que tem autoridade para unir os líderes. Estou muito confiante de que poderemos alcançar esse objetivo algures na primavera.

A mudança de mentalidades é o maior capital político para atingir os objetivos da transição climática?

Completamente. As pessoas não são cegas, veem as tempestades e os incêndios devastadores, e Portugal é um exemplo disso mesmo. Há tanto para fazer em Portugal, para prevenir este cada vez mais recorrente risco de fogos florestais, intimamente ligado às alterações climáticas. Em toda a Europa, há culturas agrícolas que durante séculos eram normais e que já não podem crescer porque os solos estão demasiado secos. As temperaturas estão completamente fora de controlo, as pessoas veem e sentem as alterações climáticas e percebem que, se não agirmos, ficará tudo fora de controlo. Para a geração de políticos que detém atualmente responsabilidades, a pior coisa que pode fazer é perder este apoio popular e não usar este capital incrível que as pessoas nos estão a dar para fazer mudanças reais. Se não mudarmos no próximo par de anos, vamos perder a oportunidade e aí os nossos filhos e netos terão de lidar com consequências muito graves, que já não poderão reverter.



Para a geração de políticos que detém atualmente responsabilidades, a pior coisa que pode fazer é perder este apoio popular e não usar este capital incrível que as pessoas nos estão a dar para fazer mudanças reais.

GREEN DEAL

O Green Deal, traduzido para português como Pacto Ecológico Europeu, foi anunciado, no final de 2019, pela Comissão Europeia como a estratégia norteadora do futuro do projeto comunitário e a trave-mestra para o desenvolvimento vindouro. Para levar a cabo este ambicioso projeto, Bruxelas definiu 10 pilares assentes em 50 iniciativas que visam combater as alterações climáticas e construir um modelo social e económico sustentável. Entre as várias metas definidas, e logo então calendarizadas, constam, por exemplo, a aprovação de uma Lei do Clima europeia que consagre o objetivo de tornar a União Europeia neutra em emissões até 2050, a redução de 55% das emissões de CO2 até 2030 ou a adoção de um mecanismo de ajustamento de carbono nas fronteiras.





Esta crise pandémica interrompeu ou abrandou o trabalho que a Comissão Europeia está a desenvolver na transição climática?

Essa é outra questão espantosa. Quando a pandemia nos atingiu e começámos a perceber as suas reais dimensões, algumas pessoas disseram, pronto, é o fim do Green Deal, terminou, é uma questão a que teremos de voltar dentro de 10 anos. Mas aconteceu o oposto, os líderes compreenderam que reconstruir no pós-crise pressupõe um plano sustentável. Tem de ser um plano que nos deixe uma economia sustentável, caso contrário o dinheiro agora investido será perdido, o peso que colocarmos nos ombros dos nossos filhos será insuportável e a economia não irá funcionar. É por isso que o Pacto Ecológico Europeu se tornou a base das nossas políticas de recuperação. A Comissão Europeia está a receber os planos nacionais em que os países fazem propostas de investimentos para a sua retoma – 37% têm de ir para o clima e 20% para o digital – e os Estados-membros estão mesmo a fazer um esforço. Estou positivamente surpreendido porque estamos todos na mesma página, todos percebem.

Não teme que os efeitos recessivos da crise sanitária, agora agravados pela terceira vaga, ponham em risco o compromisso dos Estados-membros com o Green Deal? Terão todos os países margem orçamental para os investimentos necessários?

Antes de mais, a UE mobilizou 1,8 biliões de euros para investimentos, o que é impressionante. E também vemos que os mercados financeiros estão muito interessados em fazer parte do projeto. Muito interessados. Vemos também que no futuro próximo as taxas de juro continuarão em torno de zero ou, em alguns casos, mesmo negativas. Corremos sempre o risco de olhar para as coisas com ideias preconcebidas. Mas precisamos de deixar os preconceitos das dívidas públicas e défices orçamentais, porque quando enfrentamos uma situação de guerra, como é esta crise, não podemos pensar nesses termos, temos de pensar em como é que posso superar isto, o que é preciso mobilizar e quais os meios necessários para dar a volta.

Tendo em conta a situação orçamental e a conjuntura monetária internacional atuais, isto é uma coisa que podemos fazer, precisamos de fazer, caso contrário seremos novamente atingidos por níveis de desemprego realmente insustentáveis.

Pondo as coisas em termos distintos: os meus filhos mais velhos estão no início dos 30 anos e em toda a sua idade consciente viveram de crise em crise. E agora têm isto. Não quero que os meus filhos vivam num estado permanente de crise, parte-me o coração pensar nisso. Tenho também dois adolescentes que estão presos em casa há um ano. Não quero isso para os meus filhos. O nosso legado tem de ser deixar um mundo melhor para os nossos filhos.



Precisamos de deixar os preconceitos das dívidas públicas e défices orçamentais, porque quando enfrentamos uma situação de guerra como é esta crise, não podemos pensar nesses termos, temos de pensar em como é que posso superar isto.

O Parlamento Europeu aprovou a subida de 55% para 60% da meta de redução de emissões até 2030. Mas há países como a Polónia e a Hungria que se opuseram ao objetivo de 55%. É realista acreditar num acordo a 27?

Se considerarmos a análise minuciosa feita pela Comissão Europeia, se olharmos para a realidade política nos Estados-membros, mas também para os desenvolvimentos a nível internacional, acho que vamos encontrar um compromisso numa redução de 55%. Sinto-me também mais confiante desde que os Estados Unidos reentraram no jogo, desde que a China fez a sua declaração para atingir a neutralidade carbónica até 2060, o Japão em 2050 e a Coreia do Sul em 2050. Para quê advogar 60%? Assume-se que teremos de fazer mais porque outros vão fazer menos, mas eu, honestamente, acredito que é muito importante que a Europa, atualmente responsável por cerca de 8% das emissões globais, indique o caminho a seguir. Mas só irá funcionar se outros nos seguirem, porque indicar somente o caminho tendo emissões de apenas 8% não serviria de nada. Agora vemos que outros, passo a passo, nos estão a seguir. Uma coliderança com os EUA pode verdadeiramente fazer as coisas avançar e podemos contar com António Guterres [secretário-geral das Nações Unidas].

A UE poderia alcançar os seus objetivos climáticos sem os EUA?

Seria certamente muito mais difícil. Mas há dois patamares nos Estados Unidos. Há o nível federal e aquilo que está a acontecer no país. O país está a fazer esta mudança, os estados, as cidades, as grandes empresas, todos viraram a página e estão a caminho da neutralidade.



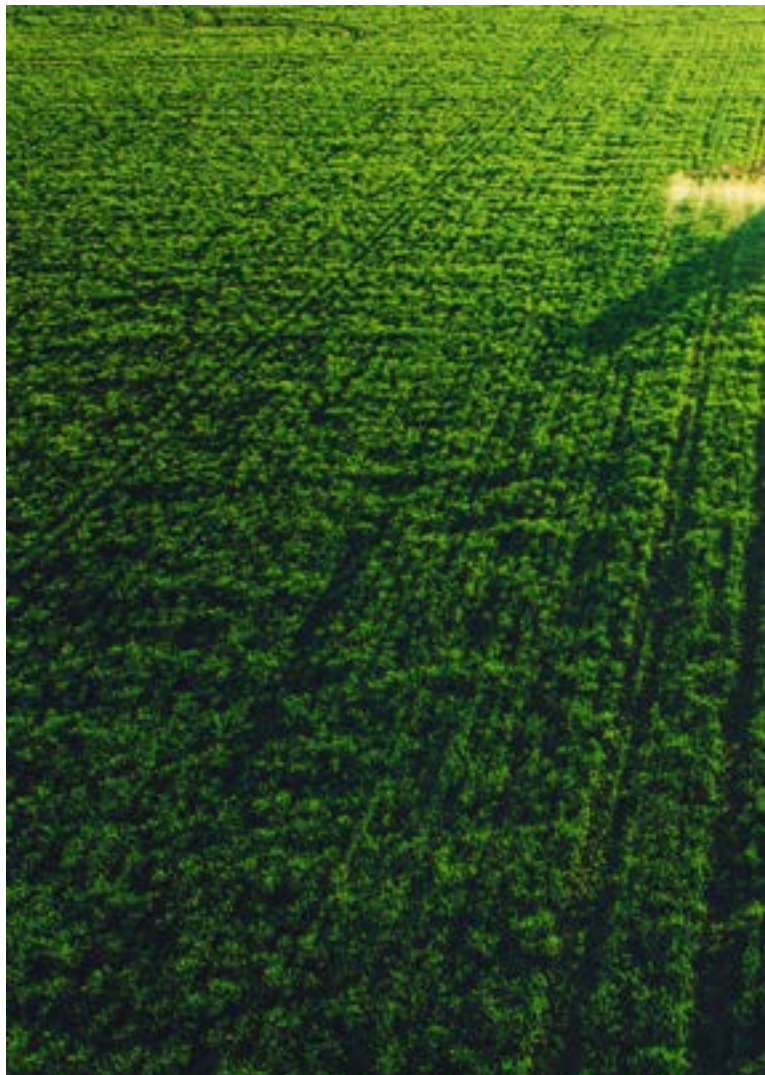
Mesmo durante o mandato de Donald Trump.

Mesmo com Trump. Mas se ainda houvesse um governo federal a tentar frustrar todos esses esforços, é evidente que seria muito mais difícil. Agora estão todos na mesma página, estados, nível local e federal e governo. Este consenso vai ajudar-nos a juntar todo o mundo, incluindo a China ou a Índia e outros “players” globais. Faz a diferença pelo lado internacional da negociação. Sou amigo de longa data de John Kerry e juntos, comigo a representar a UE e ele os EUA, podemos realmente chegar a bons resultados.

Devemos acreditar, e o vice-presidente da Comissão acredita na intenção enunciada por Pequim de atingir a neutralidade até 2060?

Eu acredito e acho que Xi Jinping, Presidente chinês, tomou essa decisão, mas é um país enorme, com desafios enormes. Ainda aguardamos pela concretização desse compromisso em planos quinquenais, em medidas concretas. Acredito que o compromisso é genuíno, mas teremos de ver como é que isso se traduzirá no terreno para perceber o verdadeiro significado. Por exemplo, o que fará Pequim para reduzir as suas emissões, o que fará com a produção de energia através do carvão e as atividades internacionais. Estas são grandes questões e esperamos que tomem posição sobre essas matérias. Falei recentemente com o primeiro-ministro adjunto chinês. A China quer intensificar as conversações e acho que isso é um sinal positivo.

Falámos sobre a presidência portuguesa e sabemos que outra prioridade do Governo passa por concluir a reforma da Política Agrícola Comum.



Toda a gente tem de fazer transformações. No setor dos transportes é muito doloroso, mas tem de ser, na habitação e ambiente é muito doloroso e difícil, mas é preciso. E na agricultura temos de mudar, não podemos continuar assim.

Em que medida a PAC deve estar alinhada com o Green Deal e quão determinantes são as estratégias do Prado ao Prato e da Biodiversidade para o sucesso do Pacto Ecológico Europeu?

São absolutamente cruciais. Nos nossos estudos definimos como objetivo reduzir em 55% as emissões em 10 anos e identificámos três setores em que será particularmente desafiante: precisamos reduzir o consumo de energia dos edifícios, duplicar os esforços nesse sentido; nos transportes, obviamente, precisamos de avançar mais depressa para a mobilidade elétrica; e na agricultura, a forma como hoje fazemos agricultura não é apenas um desafio para as emissões, é especialmente um desafio para a biodiversidade e a ameaça ao ambiente por causa dos fertilizantes, pesticidas, devido à forma como intensificámos as produções agrícolas, etc. Por isso, precisamos de mudar de direção e temos sorte de agora estar a trabalhar com uma presidência que tenha exatamente a mesma convicção sobre as estratégias do Prado ao Prato e da Biodiversidade. As negociações nos próximos dois meses permitirão obter um acordo em finais da primavera ou



Falámos sobre a presidência portuguesa e sabemos que outra prioridade do Governo passa por concluir a reforma da Política Agrícola Comum.

O Mecanismo de Recuperação e Resiliência prevê que pelo menos 37% dos investimentos sejam feitos na transição climática. Como vai a UE verificar se os Estados-membros cumprem esta obrigação? Bruxelas admite penalizar os países incumpridores?

Os Estados-membros têm de submeter os seus planos nacionais à Comissão Europeia. Aquilo que pedimos é que o façam tendo em conta as recomendações específicas por país. Nesta altura, a minha avaliação global é que os países estão a dar o seu melhor para o fazer. E estamos preparados para ajudar os países a cumprirem esses objetivos. Não estou de forma alguma a pensar em sanções porque todos os Estados-membros estão disponíveis para participar na discussão sobre como podemos fazer melhor. Estão verdadeiramente interessados em fazer isto da forma correta, portanto, não vejo necessidade de falar em penalizações. Podemos trabalhar de forma muito construtiva para concretizar os objetivos. Vimos alguns países submeterem planos que precisam de algumas mudanças, alguma reorientação ou que requerem alguma explicação, mas em grande medida os Estados-membros estão mesmo comprometidos. É mais fácil pelo lado da digitalização, que já está em curso, desde logo também devido à pandemia. É mais desafiante o lado da transição verde, mas lá chegaremos. Vamos chegar lá e estou mesmo muito entusiasmado com o compromisso político e a vontade de os Estados-membros trabalharem nesse sentido.

início do verão. Até lá, precisamos assegurar que a forma como negociarmos permite que estas estratégias estejam plenamente alinhadas com a PAC. Esse é o meu maior objetivo para as negociações e, como já disse, a Comissão Europeia fará tudo para que isso aconteça porque a posição comum do Conselho Europeu está ainda muito longe disso, e há também alguns problemas com posições do Parlamento Europeu. Veremos se conseguimos negociar nessa direção e se somos capazes de dar aos nossos agricultores e às famílias agrícolas o dinheiro e as ferramentas para mudarem a forma como produzem. É por isso que precisamos dos chamados regimes ecológicos.

É exagerado dizer que o Green Deal não funcionará sem a reforma da PAC e estas duas estratégias?

Julgo que não, porque toda a gente tem de fazer transformações. No setor dos transportes é muito doloroso, mas tem de ser, na habitação e ambiente é muito doloroso e difícil, mas é preciso. E na agricultura temos de mudar, não podemos continuar assim.

Existe ou não a possibilidade de os países usarem os futuros fundos europeus em investimentos na indústria fóssil?

Não. A única abertura que existe é quando um país precisa de gás natural enquanto transição para uma energia sustentável. Sei de alguns Estados-membros em que será necessário. Vejamos o exemplo da Polónia, 80% da produção de energia provém do carvão, e será muito difícil uma transição imediata do carvão para energias sustentáveis, por exemplo, no aquecimento das casas. Portanto, numa fase intermédia será possível usar gás natural. Mas aquilo que dizemos é que se se fizer o investimento numa infraestrutura física para transportar e utilizar gás natural, então invista-se para preparar essa infraestrutura para que, sem custos extras, se possa armazenar hidrogénio ou outras fontes de energia descarbonizada. Se fizerem isso, sim, estão a investir em algo relacionado com combustíveis fósseis, mas apenas como transição e também com a garantia de preparação para o período pós-energias fósseis, logo não será um investimento perdido, mas duradouro. 



“O hidrogénio é uma enorme oportunidade para a economia portuguesa e não a devem desperdiçar”

O potencial de Portugal para gerar hidrogénio verde vai muito além da energia de que o país precisa. Com as infraestruturas certas pode-se transportar em longas distâncias sem perdas de energia.



A UE quer liderar o mercado do hidrogénio? Quando poderá assegurar uma cadeia de fornecimento funcional e competitiva?

Está a andar muito mais rápido do que as pessoas pensam. O Governo português, por exemplo, mostrou uma visão concreta porque foi o primeiro, juntamente com os Países Baixos, a começar a desenvolver projetos de hidrogénio verde. E agora todos estão a bordo. O hidrogénio “rocks” (arrasa)! É uma enorme oportunidade e explico porquê: o hidrogénio pode ser muito bom armazenador de energia, por exemplo, nos transportes pesados, no transporte marítimo e talvez na indústria aérea; em segundo lugar, no caso de Portugal, existem condições para gerar enormes quantidades de energia renovável (mar, sol, vento). O potencial de Portugal para gerar essa energia vai muito além da energia de que o país precisa. O hidrogénio é o armazenador ideal para aceder a essa energia e se se tiver as infraestruturas certas pode-se transportar em longas distâncias sem perdas de energia. O hidrogénio é uma

enorme oportunidade para a economia portuguesa e acho que não a devem desperdiçar.

Mas não há que contar com o custo das infraestruturas?

Não existem redes elétricas capazes de transportar essas quantidades de energia em tão longas distâncias, logo é preciso pensar em alternativas. Se já existe uma rede extensa de gás natural por toda a Europa e se os gasodutos forem adaptados ao hidrogénio – apenas 25% do custo de criar uma rede completamente nova –, então está a investir-se de forma muito racional num sistema energético sustentável que permitirá ajudar os países sem litoral a beneficiarem da energia produzida pelo mar.

O que está a fazer o setor empresarial europeu para reduzir emissões?

Algum do maior apoio que estamos a receber vem das empresas. Começou com as maiores empresas porque quanto maior for



Se os gasodutos forem adaptados ao hidrogénio – apenas 25% do custo de criar uma rede completamente nova –, então está a investir-se de forma muito racional num sistema energético sustentável.

uma empresa, mais a longo prazo tem de fazer o seu planeamento. E qualquer pessoa que esteja a planear para lá dos 10 anos sabe que o nosso atual modelo económico, assente em combustíveis fósseis, não é sustentável e vai criar grandes problemas. Sabem que terão de fazer investimentos, que terão retorno, a 30, 40, 50 anos. E sabem que para isso acontecer, para os seus investidores estarem satisfeitos, precisam de mudar para uma economia sustentável. No início tivemos resistências da indústria fóssil, mas mesmo essa já percebeu o que está em causa. Podiam avançar mais rapidamente, mas estão na direção certa. Estamos a caminhar também lentamente com as PME. Gostaria de concentrar esforços em ajudar as PME a identificarem oportunidades e apoiá-las com financiamento e apoio técnico nessa transição. Quem tem uma PME não está a pensar a 10 ou 20 anos, mas como vai sobreviver no próximo mês. E não devíamos sobrecarregá-las com questões de muito longo prazo. Acredito que a nível europeu, e também nacional, podemos dar essa ajuda.

As regulamentações europeias serão ainda mais apertadas no futuro próximo. Em certas áreas, a UE importa de países terceiros produtos fabricados com muito menos regras. Qual a importância do pretendido mecanismo de ajustamento das emissões de carbono nas fronteiras para evitar essas vantagens competitivas?

Precisamos do mecanismo de ajustamento de carbono nas fronteiras para, em primeiro lugar, assegurar que não temos fugas de carbono. Isso significa que a indústria europeia não deslocaliza para países sem esse tipo de regulamentações. E precisamos criar um "level playing field" (condições equitativas) para que haja competição justa e, para isso, precisamos do mecanismo de ajustamento de carbono nas fronteiras. O que proponho aos países terceiros é: façam coisas iguais ou similares para assegurarem que cumprem o Acordo de Paris, caso contrário, lamentamos muito, mas teremos de proteger a nossa indústria e vamos corrigir esse problema com o mecanismo de ajuste na fronteira.

Está otimista quanto à aprovação desse mecanismo?

Sim, e vamos apresentar propostas concretas dentro de um par de meses.

30% da dívida que a Comissão vai contrair junto dos mercados para financiar a recuperação são obrigações verdes. Pode explicar como é que vai funcionar?

Veja-se o exemplo do mecanismo SURE, criado para ajudar a preservar empregos. Tem havido enorme interesse dos mercados, além do previsto. O mercado percebe que este é o investimento mais seguro, porque será sustentável. É essa a oferta que fazemos ao mercado e os mercados estão muito interessados em participar. Estou muito entusiasmado por mostrar ao mundo que as obrigações verdes são uma coisa do futuro.



O ROTEIRO DO FUTURO

A neutralidade carbónica é uma meta europeia até 2050, e Portugal está na linha da frente, pelo menos no campo das intenções. Não há quem não concorde que temos de proteger o ambiente – e a nós mesmos, afinal. Mas o caminho não é consensual. E há sempre o problema da conta a pagar. **Ricardo David Lopes**

Quando, em 2050, se fizer o balanço do cumprimento das metas de neutralidade carbónica traçadas no início da década de 2020, o mundo será, certamente, muito diferente daquele que conhecemos hoje. Para melhor, caso tenhamos sido capazes de promover o desenvolvimento de uma forma mais universal e, sobretudo, menos agressiva para com o meio ambiente; para pior, caso tenhamos falhado os objetivos, pondo cada vez mais em causa a nossa própria existência no planeta onde vivemos.

Uma coisa é certa: nos últimos anos, poucos objetivos têm sido tão consensuais entre os países – mesmo que nem todos passem da teoria à prática à velocidade desejável – como a necessidade de poluir menos e de aprender a viver em equilíbrio com o ambiente, num planeta onde a temperatura média não se eleve acima dos 1,5 a 2 graus centígrados, no máximo, face aos níveis pré-industriais, conforme acordado em Paris, em 2015.

Portugal, neste caso, tem sido um bom aluno, pelo menos no domínio das intenções. Em 2016, na Conferência da ONU para as Alterações Climáticas, em Marraquexe, o primeiro-ministro, António Costa, assumiu politicamente o desafio de chegar a 2050 com um país descarbonizado. De então para cá, aprovou um Roteiro para a Neutralidade Carbónica, em 2019. E o ministro do Ambiente e da Transição Energética, João Pedro Matos Fernandes, não se cansa de considerar o plano “exequível”, apelando aos privados para que cumpram a sua parte.

E o que está em causa, afinal? Trocando em miúdos, para atingir a neutralidade carbónica, Portugal tem de reduzir as emissões de gases com efeito de estufa (GEE) em mais de 85%, em relação a 2005, e garantir uma capacidade de sequestro agrícola e florestal de carbono na ordem dos 13 milhões de toneladas.

“Sendo Portugal um dos países potencialmente mais afetados pelas alterações climáticas, garantir uma agricultura e uma flores-

ta sustentáveis e resilientes e combater a desertificação são os maiores desafios que enfrentamos, embora fundamentais para assegurar a neutralidade, a coesão territorial e a proteção da biodiversidade”, alerta o ministro no prefácio do roteiro, que aponta para medidas nos setores da energia, mobilidade e transportes, indústria, edifícios e agricultura e florestas, a par da gestão de resíduos.

O esforço, sendo o mesmo em termos teóricos, é variável de setor para setor, num país que é, apesar de tudo, mas à sua escala, dos que menos GEE emitem entre os parceiros europeus, num “tabuleiro” de emissões globais em que a China, sozinha, responde por mais de um quarto das emissões, bem distante do segundo pior, os EUA, com pouco mais de 14% do total.

ENERGIA PARA AVANÇAR

O setor energético, responsável por 25% das emissões entre 2007 e 2017, com um forte peso do sistema eletroprodutor, é um dos que mais esforço têm pela frente, sendo que, nalguns passos, há progressos consideráveis.

A meta é ambiciosa: até 2050, a redução de emissões neste setor (acompanhada de medidas de sequestro) é de 96%, segundo o roteiro.

“Na produção de eletricidade, a transformação será profunda (redução de 99% das emissões de GEE face a 2005) e será alcançada com investimentos significativos em nova capacidade renovável, em particular energia eólica e fotovoltaica, e na forte redução ou abandono da produção de eletricidade com recurso a combustíveis fósseis, como sejam o carvão, o fuelóleo e o gás natural, suportado num sistema resiliente, flexível e moderno”, refere o roteiro.

A meta, defende o diretor de Sustentabilidade da EDP, é exigente, mas António Castro lembra que, no caso da elétrica, atualmente, cerca de 75% da geração de energia é verde (eólicas, hídricas, solar, etc.), e o novo objetivo, apresentado no final de fevereiro no “EDP Strategic Update 2021-2025”, é de chegar a 2030 com toda a eletricidade da companhia verde.

O plano da elétrica liderada por Miguel Stilwell de Andrade passa por um investimento de 24 mil milhões de euros até ao final do período, para a instalação de 4 GW/ano de renováveis, duplicar a capacidade eólica e solar, e pôr fim à geração com carvão até 2025 (a central de Sines já não produz, falta a produção a carvão em Espanha).

Para atingir a neutralidade carbónica, Portugal tem de reduzir as emissões de gases com efeito de estufa (GEE) em mais de 85%, em relação a 2005.



Em 2030, a empresa será neutra em emissões de carbono – procurando compensar o pouco que emita (edifícios, frota, etc.) –, duas décadas antes do país, se tudo correr como esperado.

António Castro lembra que há vários desafios associados à descarbonização, desde o facto de não haver um único preço de CO₂ no mercado, para compensação de emissões, passando pela não taxação das emissões de determinados setores, uma medida que não estimula o investimento em inovação (a EDP vai investir 1.000 milhões até 2025).

“A questão da taxação de emissões tem vindo a ser debatida, e talvez na próxima COP, prevista para o final do ano, na Escócia, haja desenvolvimentos”, diz António Castro, que lembra que, por exemplo, a aviação suporta uma taxa, mas o transporte marítimo de longa distância, entre outros setores, não.

A aposta em novas formas de geração e armazenamento de energia, como a baterias ou o hidrogénio, também deve ser reforçada, afirma, considerando que a inovação deve ser partilhada também com os países menos avançados.

O setor energético, responsável por 25% das emissões entre 2007 e 2017, com um forte peso do sistema eletroprodutor, é um dos que mais esforço têm pela frente, sendo que, nalguns passos, há progressos consideráveis.



O setor da indústria é outro dos que terão de “mudar de vida”, até porque, em Portugal, é responsável por quase um quarto das emissões.

INDÚSTRIA ATENTA

O setor da indústria é outro dos que terão de “mudar de vida”, até porque, em Portugal, é responsável por quase um quarto das emissões. Ainda assim, Nuno Ribeiro da Silva, vice-presidente da AIP – Câmara de Comércio e Indústria, destaca o muito que já foi feito.

“A verdade é que o setor industrial é o que, há mais tempo de forma continuada, vem investindo na eficiência energética”, garante, lembrando que “desde os anos 80 – com maior ou menor intensidade – existem programas de apoio ao investimento em utilização racional e eficiência”.

“A diminuição da intensidade energética em muitos setores industriais – sobretudo os mais ‘energívoros’ – obviamente contribuiu para a redução das emissões de GEE, mas, claro que agora, os objetivos do Roteiro para a Neutralidade, obrigam não só a levar a gestão de energia ao limite da otimização, mas também a ruturas, com soluções tradicionais”, defende.

Em causa, avança o também presidente da Endesa Portugal, “está, por exemplo, ‘retirar’ o carvão da indústria cimenteira, substituir gradualmente o uso do gás natural por eletricidade – supondo que gerada por fontes renováveis”.

Ribeiro da Silva recorda que “o custo da energia é uma componente muito significativa na estrutura de custos – logo, na competitividade – de muitas empresas, pelo que, naturalmente, até por razões de sobrevivência, são as empresas nestes setores que mais esforço de investimento têm realizado na melhoria do seu perfil energético”.

TRANSPORTE: PREOCUPAÇÃO À VISTA

Também no setor dos transportes há muito a fazer, segundo o roteiro. “A descarbonização do setor dos transportes será quase total (redução de 98% das emissões de GEE face a 2005) e será alicerçada fundamentalmente no reforço do papel do sistema de transporte público e na substituição dos atuais veículos a combustíveis fósseis por uma frota essencialmente elétrica”, refere o documento, que acrescenta que “o uso de hidrogénio e de bio-combustíveis avançados terá também um papel importante na substituição dos combustíveis atuais”.

“A conversão da mobilidade em veículos privados noutras formas de mobilidade (público, ativa, partilhada, autónoma) permitirá aumentar significativamente o volume de passageiros ou de mercadorias transportadas, sem que seja necessário aumentar



as frotas, principalmente a de automóveis privados”, avança o documento.

A implementação do roteiro aponta para um investimento adicional de cerca de 85 mil milhões euros até ao final do período, face ao que haveria sem todas estas medidas, sendo que boa parte será nos transportes. Mas, neste caso, os operadores olham para as metas com preocupação.

Luís Cabaço Martins, presidente da associação que integra os transportadores privados de passageiros (ANTROP), assume ver as metas “com muita cautela” e destaca ser preciso “haver um acordo, diálogo”, entre operadores e Estado.

“As empresas deste setor não têm capacidade para investir neste processo”, será preciso alguma forma de apoios, afirma, ainda que reconheça a importância da descarbonização. “Começa a haver concessões em que é tida em conta a percentagem de veículos ‘verdes’ na frota”, afirma o gestor, que não é contra estas medidas, mas lembra os custos da reconversão de frotas, ou dos veículos elétricos.

Um autocarro de passageiros a gasóleo custa 180 a 200 mil euros; um elétrico custa 350 mil, afirma.



A descarbonização do setor dos transportes será quase total (redução de 98% das emissões de GEE face a 2005) e será alicerçada fundamentalmente no reforço do papel do sistema de transporte público e na substituição dos atuais veículos a combustíveis fósseis por uma frota essencialmente elétrica.

Um pouco mais crítico é o presidente da ANTRAM, Gustavo Paulo Duarte, que junta os operadores privados de transporte de mercadorias – um setor onde os veículos elétricos não são solução, pelo menos para já, devido aos problemas de autonomia, abastecimento, entre outros.

“Não entendo como se estabelecem metas assim”, afirma, lamentando a ausência de incentivos, fiscais, por exemplo, à reconversão de frotas, como já acontece na Alemanha e noutros países do centro de Europa.

“Nesses países, um camião menos poluente paga menos taxas, mas, aqui, nada disso existe”, explica, garantindo não querer “es-molas” e que o investimento na reconversão compensa, mas as condições devem ser iguais para todos.

O gestor reforça que o combustível do “futuro” neste setor deverá ser o hidrogénio, mas será necessário ter em conta o seu preço. As projeções atuais apontam para um preço, no caso do hidrogénio, de 4 euros para o equivalente a um litro de gasóleo, que custa... 1,2 euros.

“O gasóleo não vai deixar de existir a 100%”, alerta o responsável da ANTRAM.

Francisco Vieira, antigo presidente da BP Portugal e atualmente diretor do programa Advanced Management in Energy (AMEG), iniciativa da AESE em parceria com a Associação Portuguesa da Energia, aplaude o mérito do roteiro integrado em metas europeias, ainda que o considere – como tantos outros – “muito académico”.

CONVIVÊNCIA ENERGÉTICA

“Quem sabe como estaremos daqui a 50 anos”, afirma o responsável, que lembra o equilíbrio necessário entre redução das emissões e aumento da captura de GEE, em especial, CO₂.

“Até agora, as evoluções em termos de transição energética foram movidas por desenvolvimentos tecnológicos. Mas, hoje, isto mudou: o que move a transição energética já não é a tecnologia, mas a noção de que o planeta está em risco”, diz Francisco Vieira, que nota que as petrolíferas estão já “em campo” nesta luta, e vão ser, amanhã, concorrentes das elétricas.

A Galp, por exemplo, investiu em solar em Espanha. E a Repsol investiu quase 190 milhões de euros na construção da primeira unidade de biocombustíveis avançados de baixa emissão em Espanha, na refinaria de Cartagena, para produzir 250 mil toneladas/ano de hidrobiodiesel, biojet, bionafta e biopropano.

A aposta no ambiente tornou-se numa ferramenta de reputação para as empresas, afirma, apelando a que em Portugal os governantes se unam em torno dos objetivos ambientais que, diz, não se compadecem com ciclos eleitorais.

O gestor lembra ainda que colocar na mobilidade elétrica a maior parte do esforço de redução de emissões no setor dos transportes é redutor, porque haverá mais tecnologias.

“A tecnologia tem de se impor pelo seu mérito, não por decreto”, afirma. Os motores a combustão interna estão cada vez mais eficientes, existem biocombustíveis, combustíveis sintéticos”, entre outras tecnologias.

O responsável lembra ainda os custos que a transição energética irá ter e pergunta: “Quem vai pagar?”

Matos Fernandes – e o roteiro – aponta para um esforço sobretudo dos privados, mas há apoios, mesmo que nem todos a fundo perdido. Em cima da mesa está o Green Deal e outros instrumentos comunitários.

No setor agrícola, também há algumas dúvidas quanto ao roteiro.

“À agricultura corresponde apenas cerca de 10% das emissões, mas, por outro lado, é um importante sumidouro de carbono”, destaca Manuel Soares, engenheiro agrónomo, agricultor e diretor da Cooperativa Agrícola Frutus.

O responsável lembra que “a matéria orgânica dos solos (MOS) constitui o principal reservatório de carbono dos ecossistemas terrestres, consequentemente reduz os GEE na atmosfera, e assim contribui para mitigar as alterações climáticas”.

Manuel Soares – defensor do nuclear e de culturas geneticamente modificadas – contesta a obrigatoriedade de redução de solos aráveis e garante que o setor, em Portugal, tem vindo a tomar medidas amigas do ambiente, como a “proteção integrada – em que se controlam as pragas e as doenças das culturas com o mínimo de riscos para o Homem e o ambiente, baixando simultaneamente os custos de produção”, ou a “crescente utilização da rega gota a gota, que proporciona economia de água e decréscimo da lixiviação de nutrientes vegetais”, entre outras. 



Descarbonização é “oportunidade” para as empresas

Ana Batalha Oliveira

As oportunidades da transição climática e da mitigação das emissões nas empresas “são reais e substantivas”, afirma a IEA. Em 2017, um estudo do CDP, uma entidade dedicada a avaliar os esforços ambientais das empresas, revelou que um universo de apenas 100 companhias era responsável por mais de 70% das emissões com efeito de estufa a nível mundial desde 1988. Agora, os fundos que estão a ser disponibilizados para ultrapassar a crise pandémica abrem novas portas. “O atual momento de recuperação constitui uma oportunidade para construir uma versão descarbonizada e mais eficiente do tecido empresarial, com os ganhos que daí decorrerão”, afirma a consultora, que elenca alguns conselhos dirigidos aos setores que mais pesam nas emissões carbónicas.



INVESTIR NO SOLAR E FOTOVOLTAICO

A energia solar e a eólica são as fontes que a consultora considera como principais no caminho da descarbonização. Contudo, avisa que o investimento e a investigação em novos modelos de armazenamento de energia e tecnologias de produção neutras em carbono, como a energia das ondas, devem ser apoiados para atingir as reduções necessárias.



APANHAR BOLEIA DO “VERDE” PARA O TRABALHO

A mobilidade de curta distância é responsável por três quartos das emissões do setor dos transportes. Os hubs de transporte para o trabalho podem, em conjunto, reduzir as emissões resultantes da deslocação casa-trabalho-casa em cerca de 50 a 60% ao ano. Já a tecnologia digital pode ser usada para reduzir as viagens de negócio de avião em 50% ou mais. No que diz respeito ao transporte pesado de mercadorias, este pode ser otimizado, adaptado, eletrificado e usar combustíveis renováveis para uma redução “significativa” das emissões. É ainda economicamente viável reduzir para metade as emissões do transporte marítimo, com a colaboração da indústria.



INDÚSTRIA: REINVENTAR CIRCUITOS

É preciso desenvolver roteiros para a indústria que alinhem todos os setores e cadeias de valor, com a ajuda de um aumento no investimento em investigação e desenvolvimento “no curto prazo”. O conselho é dimensionar a infraestrutura necessária para uma maior circularidade por meio de esquemas de reembolso, redução e reaproveitamento de resíduos e processos otimizados de recolha, valorização e reciclagem. A Internet das Coisas (IoT) vem ainda permitir uma maior rastreabilidade de materiais e produtos, enquanto a inteligência artificial pode otimizar a eficiência de processos. A incorporação de fontes de energia renovável e o aumento da eficiência energética serão também basilares.



SUSTENTABILIDADE É O NOVO PILAR DA CONSTRUÇÃO

Um grande volume de empresas de construção e gestão de instalações industriais devem tornar-se verdadeiros líderes climáticos, promovendo cortes de emissões através das cadeias de valor. O financiamento deve ser alocado à reabilitação e à construção sustentáveis, através de soluções como obrigações verdes. Por outro lado, novos modelos de negócios de baixo carbono, que promovam a partilha de espaço e edifícios inteligentes, devem escalar globalmente.



ALIMENTOS SUSTENTÁVEIS E NÃO DESPERDIÇADOS

As escolhas mais amigas do ambiente estão do lado dos consumidores, mas as empresas podem trabalhar o consumo a montante. O desperdício alimentar é uma das grandes áreas a serem trabalhadas. Paralelamente, o setor agroalimentar deve apostar na produção sustentável, sendo que os preços do carbono podem ser um incentivo.





Sociedade deve ter escolhas mais ecológicas e baratas

Ana Batalha Oliveira

A Organização das Nações Unidas (ONU) salienta que “cerca de dois terços das emissões globais estão relacionados com atividades das famílias”, no relatório publicado no final de 2020. A diretora de Conservação da ANP/WWF, Catarina Grilo, realça que “há algumas coisas em que podemos de facto pôr o ónus no indivíduo, mas terá de ser uma combinação de políticas públicas apropriadas, liderança empresarial, e comportamento individual no dia a dia a produzir um contexto em que as escolhas ambientalmente mais apropriadas sejam as mais fáceis, mais acessíveis, e mais baratas de fazer”. Neste sentido, a ANP/WWF sugere alguns dos comportamentos pelos quais a sociedade pode começar a impulsionar a mudança verde.



MEIOS DE TRANSPORTE COLETIVOS

A preferência por meios de transporte coletivos pode fazer a diferença, uma vez que terão menos emissões “per capita” que transportes individuais movidos a combustíveis fósseis como carros ou motos. A exceção são as viagens de avião para distâncias inferiores a 1.000 km, uma vez que este é um transporte com pegada carbónica “per capita” muito elevada. Comboios (se em rede eletrificada ainda melhor), autocarros, metro, mota ou bicicleta elétricas e andar a pé são as opções mais ecológicas.



CASAS MAIS AGASALHADAS, ELÉTRICAS E MENOS CHEIAS

Melhorar o isolamento térmico das casas reduz o consumo energético da climatização destas. As renováveis podem entrar se se apostar na eletrificação doméstica, utilizando placas elétricas em vez de gás natural, que é um combustível fóssil, e bombas de calor ou painéis solares térmicos para aquecimento das águas sanitárias, em vez de esquentador a gás. Outro impulso virá do uso de lâmpadas e eletrodomésticos energeticamente eficientes ou de opções como secar a roupa na corda, em vez de usar máquinas de secar roupa. Por outro lado, será importante comprar menos utensílios, desde roupa a aparelhos eletrónicos.



NOVA DIETA

Mudar hábitos alimentares é essencial se for considerado que a produção de alimentos é responsável por um quarto das emissões de gases com efeito de estufa. Trocas simples como ingerir menos carne e mais leguminosas, aumentar o consumo de verduras de variedades locais. Alimentos locais e adaptados ao clima local são mais amigos do ambiente: por exemplo, não vale a pena consumir abacate do Algarve só porque é “local” pois trata-se de uma cultura de um clima quente e húmido a ser cultivada num clima quente e seco.



AMBIENTE É POLÍTICA

Um voto deve ter em conta critérios ambientais, analisando desta perspetiva os programas dos partidos e candidatos e inquirindo-os sobre os impactos que estes pressupõem. A bem da saúde do planeta, deve apoiar-se também o trabalho das organizações e movimentos que agregam conhecimento sobre a forma como produzimos e que procuram transformá-la, influenciando decisores políticos e empresariais para adotarem medidas, políticas e até modelos de negócio mais sustentáveis. 





TANTO PARA FAZER





EM TÃO POUCO TEMPO



Depois de dois Planos de Ação para a Economia Circular, em 2015 e 2020, a UE está (quase) na mesma. Os indicadores progridem, é um facto, mas a este ritmo não haverá recursos que cheguem. O comissário do Ambiente, Oceanos e Pescas, Virginijus Sinkevičius, é o primeiro a reconhecê-lo: “Só há um planeta Terra. No entanto, em 2050, o mundo vai consumir como se houvesse três.” Por isso, Gunter Pauli alerta: “Podemos progredir muito mais depressa e sermos muito mais ambiciosos.” Emília Freire



Um dos problemas na UE é que estudamos muito, ao longo dos anos gastaram-se milhares de milhões de euros em estudos, temos de passar à ação.

Gunter Pauli, economista especializado em sustentabilidade e economia circular, e “pai” da Blue Economy

Não podemos dizer que nada tem sido feito, mas as estatísticas mostram que os resultados são claramente abaixo do necessário. E, embora, o Novo Plano de Ação da União Europeia para a Economia Circular avance com mais medidas e trace novos objetivos, nem os próprios responsáveis europeus parecem confiantes. O que fazer então para não depauperarmos no nosso planeta até... bem, até não haver mais nada para dele retirarmos?

Gunter Pauli, um dos gurus da sustentabilidade e da economia circular, “pai” da Blue Economy e que já foi conselheiro de vários comissários da UE, defende que “temos de mudar o modelo de negócio e mostrar que podemos fazer dinheiro e salvar o futuro do planeta”.

O economista belga, fundador da Zero Emissions Research and Initiatives (ZERI), considera que um dos maiores problemas é que “há uma grande ignorância sobre as oportunidades, somos tão felizes com tão pouco e isso é constrangedor: ficamos satisfeitos com uma mera reciclagem, com uma mera reutilização, cortamos a poluição em 10%, ficamos felizes... definimos objetivos para 2050 e ficamos satisfeitos. Não, não, não e não! Somos ignorantes porque não sabemos que podemos progredir muito mais depressa e sermos muito mais ambiciosos! Para mim, esse é o principal problema.”

Gunter Pauli frisa que “nos contentamos com pequenos passos em frente mas, infelizmente, provámos que a situação é muito má, e fazer menos mal não é fazer bem”, e acrescenta: “Se as estatísticas não evoluem, então temos de mudar o modelo, passar dos estudos às ações. Um dos problemas na UE é que estudamos muito, ao longo dos anos gastaram-se milhares de milhões de euros em estudos, temos de passar à ação.”

AS OPORTUNIDADES SÃO GRANDES

Membro do Clube de Roma, o empreendedor sublinha que “ao fim de 25 anos de campanhas de reduzir, reutilizar e reciclar, sabemos que não contribuíram nada para os problemas reais: a biodiversidade continua a reduzir-se a um ritmo alarmante, os nossos oceanos estão cheios de plástico, não temos qualquer pista sobre o que fazer com os agrotóxicos do passado, por isso, penso que é preciso – em primeiro lugar – sermos ousados, muito mais ambiciosos. Na União Europeia temos agora o Green Deal e trabalhamos From Farm to Fork, temos muito bons slogans, mas se virmos as ambições por trás... Não sou ambicioso porque gosto, sou ambicioso porque com os meus 3.000 investigadores, nestes 25 anos, identificámos tantas grandes oportunidades. Quero que a UE seja ambiciosa porque as oportunidades são grandes.”

E avança soluções concretas: “Falemos de plástico, por exemplo, a cada minuto há um camião de plástico que é despejado no mar. E, por exemplo, podemos fazer plástico com cardos – de que a região mediterrânica dispõe de cerca de 20 milhões de hectares – e que depois de usados podemos incorporar nos campos, na agricultura. Porque é que estes 20 milhões de hectares não são a maior fonte de bioplásticos no Mediterrâneo? Que, provavelmente, poderia substituir todo o plástico necessário em Portugal e Espanha. E não me digam que estou a sonhar porque Itália já o está a fazer, na Sardenha

há uma fábrica que produz 60 mil toneladas e que pode ir até aos dois milhões de toneladas.”

Gunter Pauli explica que “temos de pensar em clusters. A UE está organizada em pilares muito restritos, mas temos de os integrar. Acredito que se tivermos ambição baseada em oportunidades e a gestão for feita através de clusters, de forma sistémica, a Europa pode conseguir enormes avanços”.

Outra solução dada pelo fundador da Blue Economy é levar as pessoas das cidades para o interior, “oferecendo-lhes oportunidades reais”. E fala do exemplo da ilha de El Hierro, nas Canárias, onde a população mais do que duplicou e passou a ser autossuficiente em vários produtos como peixe, carne, leite, vinho, entre outros. “Temos de produzir e consumir localmente. Muitos projetos destes por todo o mundo vão fazer uma grande diferença”, afirma.

Aliás, o economista concebeu diversos modelos de negócio (disponíveis em open source) para inspirar empreendedores a apostar numa nova economia baseada em inovações competitivas, fazendo mais com “o que a natureza nos dá”.

Gunter Pauli defende que “precisamos de uma nova geração de empreendedores, empreendedores para o bem comum, que sejam o motor da solução nas suas comunidades”.

PLANO DE AÇÃO DA UE PARA A ECONOMIA CIRCULAR

A Comissão Europeia (CE) anunciou há um ano (em março de 2020) um novo Plano de Ação para a Economia Circular – um dos principais alicerces do Pacto Ecológico Europeu, o novo roteiro da Europa para o crescimento sustentável. Propondo medidas a aplicar ao longo de todo o ciclo de vida dos produtos, “o novo plano de ação visa fazer com que a nossa economia esteja bem preparada para um



futuro verde, reforçar a nossa competitividade, mantendo a proteção do ambiente, e conceder novos direitos aos consumidores”, explicava a CE em comunicado.

Com base nos trabalhos realizados desde 2015, o novo plano centra-se nas fases de conceção e produção de uma economia circular, a fim de assegurar que os recursos utilizados sejam mantidos na economia da UE durante tanto tempo quanto possível. “O plano e as iniciativas nele previstas serão desenvolvidos com a participação estreita da comunidade empresarial e das partes interessadas”, adianta a Comissão.

Frans Timmermans, vice-presidente executivo do Pacto Ecológico Europeu, afirmou na altura que “se pretendemos alcançar a neutralidade climática até 2050, preservar o nosso ambiente natural e reforçar a nossa competitividade económica, temos de criar uma economia totalmente circular. Atualmente, a nossa economia é, ainda, quase totalmente linear, e apenas 12% dos materiais e dos recursos secundários são reintroduzidos na economia [taxa de circularidade]. Muitos são os produtos que se avariaram de forma demasiado rápida, não podem ser reutilizados, reparados ou reciclados ou são concebidos para serem utilizados uma única vez. Existe um enorme potencial a explorar tanto no que se refere às empresas como aos consumidores. Graças ao plano hoje apresentado, lançamos ações com vista a transformar a forma como os produtos são fabricados e a dar aos consumidores os meios que lhes permitam fazer escolhas sustentáveis em seu próprio benefício e em benefício do ambiente.” Mas o comissário do Ambiente, Oceanos e Pescas, Virginijus Sinkevičius, alertava: “Só há um planeta Terra. No entanto, em 2050, o mundo vai consumir como se houvesse três. O novo plano permitirá integrar a circularidade nas nossas vidas e acelerar a transição ecológica da nossa economia. Propomos medidas decisivas para alterar o processo que está no topo da cadeia de sustentabilidade – a conceção dos produtos. Ações orientadas para o futuro permitirão criar oportunidades a nível das empresas e da criação de emprego, conceder novos direitos aos consumidores europeus, tirar partido da inovação e da digitalização e, tal como acontece na natureza, garantir que nada seja desperdiçado.”

Em 2019, quase 225 milhões de toneladas de resíduos municipais foram geradas na UE, o que corresponde a 502 kg por pessoa.



ONDE ESTAMOS

A Europa diz estar “na vanguarda da transição global para uma economia circular e com baixo teor de carbono”, salientando que “uma economia circular visa manter o valor dos produtos, materiais e recursos durante o máximo de tempo possível, devolvendo-os ao ciclo do produto no final da sua utilização, minimizando ao mesmo tempo a produção de resíduos. Quanto menos produtos descartamos, quanto menos materiais extraímos, melhor para o nosso ambiente.” Mas, os números não são animadores: em 2019 a chamada taxa de circularidade dos 27 Estados-membros da União Europeia situava-se apenas em 11,9%. Ou seja, a “taxa de utilização de material circular”, que mede a contribuição dos materiais reciclados para a utilização global dos materiais.

A taxa de circularidade é a parte dos recursos materiais utilizados na UE que provém de produtos reciclados e materiais recuperados, poupando assim a extração de matérias-primas primárias.

Os Indicadores da Economia Circular considerados para a UE na economia circular são: Produção e consumo; Gestão de resíduos; Matérias-primas secundárias; e Competitividade e inovação.

Assim, em 2019, quase 225 milhões de toneladas de resíduos municipais foram geradas na UE, o que corresponde a 502 kg por pessoa, um pequeno aumento em relação a 2018 (495 kg), embora em baixa em relação ao pico em 2008 (518 kg).

Com 844 kg, a Dinamarca produziu o maior número de resíduos municipais por pessoa entre os Estados-membros da UE, enquanto do outro lado da escala se situa a Roménia com 280 kg de resíduos urbanos por pessoa.

Se olharmos para a taxa de reciclagem de resíduos urbanos na UE em 2019, ela foi de 47,7%. Em valores desagregados, mas para 2018, a taxa de reciclagem global de embalagens foi de 66,3% – 41,4% se falarmos da taxa de reciclagem de embalagens plásticas e 38,9% na taxa de reciclagem de lixo eletrónico.

Quanto ao investimento privado, emprego e valor acrescentado bruto relacionado com os setores da economia circular – o investimento bruto em bens tangíveis na UE foi de apenas 0,12 (% do PIB a preços correntes) em 2018, enquanto as pessoas empregadas nesta área foram apenas 1,71% do emprego total. 



COM TAXA DE CIRCULARIDADE DE 2,2%, PORTUGAL ESTÁ NA CAUDA DA EUROPA



Ainda mais que a União Europeia, Portugal também está atrasado no caminho da economia circular. Planos à parte, os investigadores e dinamizadores da economia circular salientam que são necessários novos modelos de negócio e começar a trabalhar em polos ou de forma setorial, integrando cadeias. **Emília Freire**

Num webinar recente, a secretária de Estado do Ambiente reconheceu que Portugal tem das mais baixas taxas de circularidade da União Europeia (UE) – 2,2% em 2019, face aos (também baixos) 11,9% dos 27. Por isso, Inês dos Santos Costa admitia: “Claro que ainda há muito a fazer” em relação aos materiais e “não bastará pegar nas pontas do sistema e unir. Não bastará falar de reciclagem. Não bastará falar de eficiência.”

Na mesma linha, Rita Lopes, investigadora do CENSE – Center for Environmental and Sustainability Research, da FCT NOVA, defende que o caminho para a economia circular passa por uma visão integrada, uma transformação e novos modelos de negócio.

Rita Lopes fez parte de um grupo que, a pedido da Sociedade Ponto Verde, fez um trabalho sobre a economia circular, na sequência da apresentação do Plano de Ação para a Economia Circular (PAEC). “Olhámos para o panorama nacional para perceber quais os setores que tinham maior potencial para a economia circular, seguindo também os que eram apontados pelo próprio plano.”

Decidiram centrar-se então no setor da alimentação e bebidas e no das embalagens para este setor, num “conceito inovador de uma visão integrada, de integração de diferentes cadeias de valor e criação de novas cadeias de valor”, desenvolvendo uma visão de futuro, para 2035, e um roadmap para a ação.

CONSUMIDOR TEM PAPEL-CHAVE NA TRANSFORMAÇÃO

A investigadora salienta alguns resultados e “aspetos que foram referidos por diferentes agentes e que são transversais a outros setores de atividade, nomeadamente, o papel-chave do consumidor que, por um lado, pode ser impulsionador ao exigir às empresas que apresentem novas soluções mas, por outro, também pode ser influenciado nas opções que toma”.

Rita Lopes defende assim que “são fundamentais as ações de sensibilização para mostrar que todas as ações têm um impacto. Ao falarmos de economia circular estamos a falar do papel e da responsabilidade que o consumidor tem de fazer as suas escolhas da forma mais consciente possível e informada, e do lado das empresas colocarem no mercado opções que permitam estas escolhas”.

Outro dos pontos fundamentais é “a necessidade de todos os setores e todos os pontos da cadeia de valor trabalharem no mesmo sentido e ao mesmo ritmo, bem como de todos os departamentos dentro de cada empresa”.

No fundo, “o que estamos a propor é uma transformação, são novos modelos de negócio”, porque “a Europa tem uma grande falta de matérias-primas virgens para tudo o que produzimos e precisamos no nosso dia a dia como sociedade, a economia circular vem também regular um pouco o preço destas matérias-primas criando novos mercados



Nos fundos da União Europeia para 2021-2027, os projetos a serem financiados pelos vários programas comunitários vão ter em conta questões relativas à eficiência energética e à economia circular.

cerimónia, o secretário de Estado Adjunto e da Mobilidade, José Mendes, frisando que é um trabalho que é necessário reforçar e incentivar.

O governante defendeu que a economia circular é “estratégica”, explicando que, nos fundos da União Europeia para 2021-2027, os projetos a serem financiados pelos vários programas comunitários vão ter em conta questões relativas à eficiência energética e à economia circular.

As Agendas Regionais para a Economia Circular, que vão ser desenvolvidas em cada região, vão ter um papel fundamental na “definição das prioridades para uma economia desenhada dentro dos limites que o planeta impõe”, como os de alcançar a neutralidade carbónica e reduzir os consumos.

Foi ainda anunciado o financiamento disponível pelo Fundo Ambiental para projetos integrados nestas agendas.

O PAEC E A SUA EXECUÇÃO

O PAEC apresenta três níveis de ação: ações de cariz transversal e de âmbito nacional (ações macro); agendas setoriais, sobretudo para setores mais intensivos no uso de recursos e de cariz exportador (ações meso); e as agendas regionais, a serem adaptadas às especificidades socioeconómicas de cada região (ações micro).

Ao nível dos indicadores da economia circular, como referimos no início, Portugal está, em geral, pior do que a média da UE. Além da diminuta taxa de circularidade, quanto aos resíduos, cada português gerou mais de meia tonelada de lixo no ano de 2019 (513 toneladas) acima da média de 502 toneladas da UE.

Quanto à taxa de reciclagem de resíduos urbanos ela foi de 28,9%, em 2019, (47,7% na UE). Se avaliarmos por categorias, em 2018, a taxa de reciclagem global de embalagens foi de 57,6% (UE – 66,3%), enquanto a taxa de reciclagem de embalagens plásticas ficou nos 33,9% (UE – 41,4%). Já a taxa de reciclagem de lixo eletrónico, 43,5%, superou a da UE – 38,9%.

Quanto ao investimento privado, emprego e valor acrescentado bruto relacionado com os setores da economia circular, o investimento bruto em bens tangíveis em Portugal foi de 0,12 (% do PIB a preços correntes) em 2018, igualando o da UE, e a percentagem de pessoas empregadas nesta área foi de 1,87% do emprego total, superando os 1,71% da União Europeia. 

de matérias secundárias, novas cadeias de valor que vão impulsionar a economia e ajudar a regenerá-la”.

CRIAR POLOS LOCAIS

Por seu lado, António Vasconcelos, da Planetiers, na mesma linha de Gunter Pauli (ver artigo de abertura da economia circular), salienta que a transformação tem de começar ao nível local. “O país tem de dar o salto por grupos territoriais, por polos.” E a Planetiers está a trabalhar nesse sentido, tendo começado com “polos de conhecimento avançado que depois poderão dar origem a programas específicos e hubs, com um hub inicial de sustentabilidade, por exemplo, em Lisboa. Mas não estamos a falar só de empreendedores, queremos ter atividades também com famílias e crianças porque é fundamental que o conhecimento parta das crianças”.

O Governo também já avançou nesse sentido quando, em 2019, promoveu planos regionais para a economia circular. As Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional (CCDR) do Norte, Centro, Lisboa e Vale do Tejo, Alentejo, Algarve e Madeira estabeleceram, em Torres Vedras, acordos para promover a economia circular nessas regiões.

“São acordos importantes para dar expressão territorial a políticas de economia circular, amigas do ambiente”, disse, durante a



Fazer com que os produtos sustentáveis passem a ser a norma



A Comissão vai propor nova legislação em matéria de sustentabilidade dos produtos, a fim de garantir que os produtos colocados no mercado da UE sejam concebidos para durar mais tempo, sejam mais fáceis de reutilizar, reparar e reciclar e contêm, tanto quanto possível, materiais reciclados em substituição de matérias-primas primárias. Serão impostas restrições aos produtos de utilização única, a obsolescência prematura será combatida e a destruição dos bens duradouros não comercializados será proibida.

CAPACITAR OS CONSUMIDORES

Os consumidores terão acesso a informações fiáveis sobre questões como a reparabilidade e a durabilidade dos produtos, a fim de os ajudar a fazer escolhas sustentáveis do ponto de vista ambiental. Os consumidores beneficiarão também de um verdadeiro "direito à reparação".

CONCENTRAR A AÇÃO NOS SETORES QUE UTILIZAM A MAIOR PARTE DOS RECURSOS E O POTENCIAL PARA A CIRCULARIDADE É ELEVADO

A Comissão vai lançar medidas concretas nos seguintes setores: eletrónica e TIC – uma "Iniciativa sobre a Eletrónica Circular", que permitirá prolongar a vida útil dos produtos e melhorar a recolha e o tratamento de resíduos; baterias e veículos – novo quadro regulamentar para as baterias a fim de reforçar a sustentabilidade e estimular o potencial de contribuição das baterias para a econo-

mia circular; embalagens – novos requisitos obrigatórios que definam os tipos de embalagens que podem ser colocadas no mercado da UE, incluindo a redução das práticas de sobre-embalagem; plásticos – novos requisitos obrigatórios no que toca ao teor de materiais reciclados e uma atenção especial aos microplásticos, bem como aos plásticos de base biológica e biodegradáveis; têxteis – uma nova estratégia da UE para os têxteis destinada a reforçar a competitividade e a inovação no setor e a impulsionar o mercado da UE para a reutilização dos têxteis; construção e edifícios – uma estratégia global para a sustentabilidade do ambiente construído que promova a aplicação de princípios de circularidade aos edifícios; alimentos – nova iniciativa legislativa em matéria de reutilização dos produtos, com vista a substituir as embalagens, artigos para serviço de mesa e talheres de utilização única usados no setor da restauração por produtos reutilizáveis.

GARANTIR A DIMINUIÇÃO DOS RESÍDUOS

Será dada prioridade à prevenção da produção de qualquer tipo de resíduos e à sua transformação em recursos secundários de elevada qualidade, que tirem partido do bom funcionamento do mercado das matérias-primas secundárias. A Comissão vai investigar a possibilidade de criar um modelo harmonizado, à escala da UE, para a recolha seletiva dos resíduos e a rotulagem dos produtos. O Plano de Ação propõe igualmente uma série de medidas destinadas a reduzir ao mínimo as exportações de resíduos da UE e a combater as transferências ilegais. 



Todos os pequenos gestos contam

Centrando-se no conceito estratégico de economia circular – que assenta nos quatro R: Reduzir, Reutilizar, Recuperar e Reciclar –, empresas e cidadãos podem ir mudando progressivamente os seus comportamentos, abandonando o modelo económico linear baseado no princípio “produz – utiliza – deita fora”. **Emília Freire**

A mudança da mentalidade é fundamental para começar a agir de forma diferente, no sentido de um mundo sem desperdício. Deixamos aqui algumas ideias para empresas e cidadãos caminharem no sentido de uma economia mais circular.

EMPRESAS

➔ **Instalações** – Recorrendo ao design circular, repensar/adaptar ou desenhar os locais de trabalho, com ecomateriais e de forma a permitir a melhor eficiência possível em termos de consumos de energia, água e outros recursos.

➔ **Comprar e vender local** – Sempre que possível adquirir os materiais necessários à atividade o mais perto possível para minimizar o impacto do transporte, apostando também na venda dos produtos ou serviços na região.

➔ **Água** – Instalar sistemas que permitam reduzir o consumo, na operação mas também em todas as instalações da empresa; instalar também sistemas que permitam recolher, canalizar e reutilizar águas residuais (dos algerozes, por exemplo) para rega ou outras.

➔ **Energia** – Recorrer, sempre que possível a fontes de energia renováveis, instalar mecanismos de poupança e apostar preferencialmente em veículos a gás, eletricidade, etc.

➔ **Plásticos** – Estabelecer metas de redução de plásticos de uso único; prolongar o uso dos materiais; criar circuitos de reutilização e de reciclagem.

➔ **Equipamentos eletrónicos e outra maquinaria** – Apostar na manutenção e reparação para prolongar a sua vida útil e no final doá-los a instituições que ainda lhes possam dar utilidade ou entregá-los para desmontagem e reciclagem de peças.

➔ **Papel e cartão** – Reduzir o seu uso ao mínimo indispensável, preferindo materiais reciclados e canalizando tudo o que for possível para reciclagem.

➔ **Alimentos e resíduos orgânicos** – Doar todos os alimentos sobranceiros em condições de consumo humano, ou para alimentação animal e apostar na compostagem direta ou entrega a outros dos restantes resíduos orgânicos.

CIDADÃOS

➔ **Comprar só o necessário** – Uma das melhores formas de prevenir o desperdício é comprar só o que necessita e falamos de tudo: alimentos, roupas (pessoais e de casa), equipamentos, eletrodomésticos, móveis, entre outros.

➔ **Comprar sustentável** – Cada vez há mais opções de produtos sustentáveis: feitos com materiais reciclados, biomateriais e outros, bem como produtos provenientes de empresas que apostam em práticas sustentáveis, que compensam a sua pegada de carbono, entre outras.

➔ **Comprar localmente ou online** – Para reduzir o impacto do transporte deve apostar em comprar na sua zona de residência, ajudando também assim a economia local. O comércio eletrónico está igualmente muito em voga, mas convém, da mesma forma, que a origem não seja do outro lado do planeta.

➔ **Reparar, recuperar, transformar ou doar** – Já começa a ser (de novo) mais fácil aceder a serviços de reparação de equipamentos e eletrodomésticos, bem como de recuperação e transformação de móveis, roupa, etc., se não for apologista do ‘faça você mesmo’. Se não for possível ou já não quiser pode sempre doar estes equipamentos, móveis ou roupa.

➔ **Compostagem caseira** – Há já vários municípios com projetos-piloto antecipando a diretiva europeia que vai obrigar à recolha seletiva de resíduos orgânicos. Enquanto isso não acontece, cada pessoa pode começar a fazer compostagem caseira dos seus resíduos orgânicos e usá-los depois para as suas plantas, jardins e hortas, bem como entregar ou solicitar recolha na sua freguesia.

➔ **Água** – Instalar sistemas que permitam a reutilização de água, bem como reduzir o seu consumo.

➔ **Energia** – Escolher equipamentos mais eficientes e instalar iluminação LED.

➔ **Veículos e transporte** – Apostar em veículos mais ecológicos tanto para transporte pessoal como coletivo.

➔ **Plásticos** – Comprar produtos a granel sempre que possível, reutilizar e reciclar todas as embalagens.

➔ **Equipamentos eletrónicos** – Quando em fim de vida, doar a instituições/pessoas que ainda lhes possam dar utilidade ou entregá-los para desmontagem e reciclagem de peças.

➔ **Papel e cartão** – Reduzir o seu uso ao mínimo indispensável, preferindo materiais reciclados e canalizando tudo o que for possível para reciclagem.

**SUSTAINOMICS:
um caminho sustentável
faz-se com todos**

Sustainomics é uma teoria que junta princípios de sustentabilidade que, na visão de Munasinghe, devem sustentar a trajetória de crescimento de cada comunidade. Foi apresentada pela primeira vez no Rio de Janeiro, em 1992, e o objetivo último é o de “tornar o desenvolvimento mais sustentável”.

O autor sugere equilibrar os pilares social, económico e ambiental, atentando à inclusão e reforçando as instituições, promovendo a eficiência e estabilidade económicas e preservando recursos naturais. Ao mesmo tempo, chama a atenção para a relação entre os pilares e para o facto de as ações deverem transcender limites operacionais, temporais e de valores.

Dentro desta teoria, o autor criou uma ferramenta entre 2002 e 2012, o Crescimento Verde Equilibrado e Sustentável (BIGG, na sigla em inglês), que “se adapta bem ao mundo moderno, especialmente na implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas”, afirma, pelo que foi criado a tempo do lançamento destes e da Agenda para 2030. Esta ferramenta sugere que se comece por olhar ao crescimento verde, mas defende que por si só este passo não garante a sustentabilidade, já que os problemas sociais podem piorar.

Neste sentido, dentro dos caminhos que assegurem a preservação ambiental, devem selecionar-se os mais inclusivos e que protejam as camadas mais pobres. “A humanidade enfrenta desafios múltiplos e interligados, evidenciados pelos ODS. Temos de os resolver em conjunto – não é prático resolvê-los um de cada vez. Precisamos de prosperidade económica para ajudar milhares de milhões de pessoas que são pobres”, resume.

MOHAN MUNASINGHE

“OS HUMANOS MODERNOS CONSTRUÍRAM A SUA CASA À BEIRA DE UM PRECIPÍCIO”

Engenheiro, economista, físico e um dos vencedores do prémio Nobel da Paz de 2007, defende que o crescimento verde e sustentável é essencial, mas que este caminho não pode deixar de lado as preocupações sociais.

O sustainomics tanto se pode aplicar a economias capitalistas, socialistas ou mistas, garante. Ana Batalha Oliveira

É possível a economia crescer indefinidamente e, ao mesmo tempo, garantir a sustentabilidade?

A humanidade enfrenta desafios múltiplos e interligados, evidenciados pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Temos de os resolver em conjunto – não é prático resolvê-los um de cada vez. Precisamos de prosperidade económica para ajudar milhares de milhões de pessoas que são pobres. No presente, temos um mundo altamente injusto e insustentável, no qual os países ricos, no topo, estão a consumir muito mais do que os pobres, no fundo. Em 2010, os 20% que constituíam a população mais rica a nível mundial estavam a consumir 85% dos recursos totais, enquanto os 20% que se concentravam no fundo estavam a consumir menos de 2%. Paralelamente, o 1% mais rico possuía uma riqueza superior aos restantes 99% da população.

“

A maior parte dos líderes globais falhou-nos. Fazem promessas inatingíveis nas cimeiras mundiais e abandonam depois de tirarem fotos oportunistas.

Mohan Munasinghe recebeu a condecoração honorífica francesa Ordem Nacional da Legião de Honra pelo seu contributo no combate às alterações climáticas e pela promoção do desenvolvimento sustentado na preparação da Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas de 2015 em Paris, conhecida como COP21 e da qual saiu o tratado Acordo de Paris.



À medida que a desigualdade social e a injustiça crescem, o capital social vai erodir e a resiliência diminuir. A base ambiental também é cada vez mais diminuta e vulnerável.

A pegada ecológica da humanidade excede a capacidade do planeta em cerca de 75%, de acordo com a Global Footprint Network. Isto evidencia a insustentabilidade a nível global, uma vez que os ricos já consomem mais do que o que o nosso planeta contém, deixando recursos insuficientes para retirar os pobres da pobreza.

O sustainomics é um modelo que pode servir de base ao aclamado “novo capitalismo”?

O sustainomics e o BIGG (Crescimento Verde Equilibrado e Sustentável, uma ferramenta que complementa a teoria) não dependem de ideologias. Economias capitalistas, socialistas ou mistas podem aplicar os princípios base. Contudo, o modelo capitalista que é hoje dominante tem falhas profundas e é incompatível com o BIGG.

O que existe na prática é a antítese do ideal de mercado livre, incluindo o crescimento de multinacionais monopolistas-oligopolistas, dívida insustentável e estadismo (por exemplo, o resgate de grandes empresas à custa dos contribuintes). É responsável pela sobre-exploração do planeta, de uma desigualdade social crescente, colapsos económicos periódicos e a priorização de benefícios de concentração de capital em vez do bem-estar da comunidade.



As ações dos Estados Unidos vão ser superficiais e limitadas, porque ainda há muitos lóbis fortes que vão resistir à implementação de passos importantes para a mitigação das alterações climáticas.



Consegue identificar um país que respeite ou esteja perto de respeitar a sua teoria?

Nenhum país está perto, mas a China e os países escandinavos estão em busca do caminho BIGG.

O professor já reconheceu que, no princípio, foi difícil que a sua teoria fosse aceite. Quais foram as maiores forças opositoras? E quando considera que finalmente singrou?

Quando apresentei o triângulo na Rio Earth Summit das Nações Unidas de 1992, muitos cientistas estavam desconfortáveis com a teoria. Os economistas sentiam que dominavam o tema do desenvolvimento e que sabiam mais do que os restantes. Os ambientalistas sentiam que os economistas já tinham arruinado o planeta e que deviam ser excluídos da discussão. Os sociólogos sentiam que assuntos como a inclusão ou a desigualdade eram ignorados pelas outras disciplinas. Eu estava no Banco Mundial naquela altura e tive de trabalhar muito para convencer os meus colegas economistas.

Alguns desses obstáculos mantêm-se hoje em dia?

Claro, a aceitação não é universal. Temos de continuar a trabalhar e a impulsionar para convencer mais decisores a usar o sustainomics e o BIGG. Por exemplo, os líderes estão mais dispostos a combater as alterações climáticas se lhes mostrarmos como estas vão destruir a agricultura e aumentar a pobreza – ações que atraem mais apoio popular e votos.

A maior parte dos líderes globais falhou-nos. Fazem promessas inatingíveis nas cimeiras mundiais e abandonam depois de tirarem fotos oportunistas. Isto é a razão pela qual temos mais de 70 anos de promessas por cumprir, desde a Declaração Universal dos Direitos Humanos até aos Objetivos de Desenvolvimento Sus-



O que existe na prática é a antítese do ideal de mercado livre, incluindo o crescimento de multinacionais monopolistas-oligopolistas, dívida insustentável e estadismo.

Mohan
Munasinghe
com a
esposa, Sria
Munasinghe

tentável (2015). A Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948, contém os mesmos assuntos que os ODS.

Como podemos convencer países de grande crescimento, como a China ou a Índia, a desenvolverem-se de forma sustentável?

O consumo per capita é o problema, não o elevado crescimento. É muito mais importante que os Estados Unidos (onde em 2018 o consumo per capita de 63.000 dólares era 30 vezes superior aos 2.000 dólares na Índia) e os países da OCDE percorram o caminho BIGG. A China e a Índia precisam de retirar os pobres da pobreza sem “sobreconsumir” os seus recursos – eles podem fazê-lo percorrendo o BIGG, ao mesmo tempo que mantêm uma taxa de crescimento elevada.

Se não conseguirmos convencer as grandes potências, o mundo ainda tem hipótese?

Falando metaforicamente, os humanos modernos construíram a sua casa à beira de um precipício. Uma porta para o futuro poderá conduzir biliões para esse mesmo precipício, se continuarmos com as mesmas atividades do passado. A segunda porta vai permitir-nos caminhar paralelamente a esse precipício, depois de fazer alguns ajustes ao comportamento, mas algumas pessoas continuarão a cair. A terceira porta reverte completamente a nossa direção anterior e coloca todos, em segurança, num caminho BIGG, longe do precipício. Qualquer porta que escolhermos trará mudança. Ao adotar uma abordagem racional, científica e ao trabalharmos juntos, podemos fazer uma terceira (e correta) escolha, evitando um enorme sofrimento e milhões de mortes desnecessárias.

Considera que a posição de Trump em relação às alterações climáticas abrandou os esforços substancialmente?

Sim, mas outros países da OCDE também não fizeram o sufi-

ciente para atingir a meta dos 1,5 graus centígrados de aumento da temperatura, apesar das suas promessas em Paris. Poucos, como a China, avançaram metas arrojadas.

Acredita que algo vai mudar com a eleição de um novo Presidente nos Estados Unidos?

Superficialmente, sim. Mas as ações dos Estados Unidos vão ser superficiais e limitadas, porque ainda há muitos lóbis fortes que vão resistir à implementação de passos importantes para a mitigação das alterações climáticas.

Qual é agora o foco do seu instituto, as questões a que estão a tentar responder?

Continuamos a construir um portefólio de casos de estudo e a desenvolver redes que permitam implementar os ODS utilizando os quadros BIGG e o sustainomics. Estou também a trabalhar com decisores em estratégias e políticas, para ultrapassar as alterações climáticas. Uma nova área de investigação é o desenvolvimento sustentável num mundo pós-pandémico.

A minha missão pessoal é passar a tocha à próxima geração, ao ensinar em faculdades, ajudar novos investigadores, servindo de mentor... mas também utilizando métodos menos convencionais para passar a mensagem. Em 2012, na conferência Rio+20 Earth Summit, lancei a Sustainomusica – uma rede de músicos internacionais e artistas que acreditam que a música e as artes constituem uma linguagem universal que pode ser usada efetivamente para comunicar a mensagem de sustentabilidade a todos no planeta. Esta nova música da sustentabilidade apela ao coração, para motivar e capacitar milhões de jovens. Esta abordagem paralela será mais atrativa do que a da ciência e legislação, que se dirigem sobretudo à mente. 



EM BUSCA DA CIDADE PERFEITA

As cidades têm de responder ao desafio da sustentabilidade com visão, planeamento e gestão estratégica, um envelope financeiro no bolso e a participação ativa de quem ali mora, trabalha, convive ou está de visita. António Larguesa





As cidades ocupam só 3% do espaço disponível no planeta, mas é lá que vivem mais de metade das pessoas a nível mundial e estima-se que sejam atualmente responsáveis por 70% das emissões de poluentes atmosféricos e por 60% a 80% do consumo de energia a nível global. São dados suficientes para colocar no centro do debate a sustentabilidade dos modelos urbanos, com reflexos evidentes ao nível da qualidade de vida, procurando garantir as necessidades do presente sem comprometer as gerações do futuro. Da Europa à América do Sul, muitas abordagens têm sido ensaiadas na resposta a este desafio, mas nenhuma delas se opera sem o financiamento adequado, o contributo da tecnologia avançada e o envolvimento dos cidadãos.

"As cidades inteligentes e sustentáveis do futuro terão de ser construídas coletivamente pelas políticas públicas, as empresas, as organizações sociais e os cidadãos, dependendo das especificidades de cada território. Não existe uma receita única e universal aplicável a todas as realidades", começa por dizer Catarina Selada, coordenadora de "policy" e estratégia do CEiiA – Centro de Engenharia e Desenvolvimento. O crescimento exponencial dos dados e da capacidade de computação é uma das principais características da revolução das "smart cities" e a geração de informação e conhecimento com valor acrescentado a partir de "big data" é vista como essencial para apoiar a definição de políticas públicas, as decisões dos operadores de serviços e o quotidiano dos cidadãos, desde que preservadas as questões de privacidade e segurança.



A plataforma urbana da Ubiwhere integra os dados e avalia a performance das medidas de otimização energética adotadas em Évora.



O direito à cidade é um dos direitos humanos mais preciosos e, ao mesmo tempo, mais negligenciados do mundo em que vivemos.

Catarina Selada, coordenadora de "policy" e estratégia do CEiiA

A responsável deste centro de engenharia sediado em Matosinhos ressalva, contudo, que "não se trata de uma visão tecnocêntrica e neoliberal das cidades", mas "mais humanista e colaborativa, em que a tecnologia se encontra ao serviço das pessoas". Não duvida de que as cidades do futuro vão incorporar soluções tecnológicas diversas, nas áreas da mobilidade, energia ou ambiente, mas elas serão tão mais eficazes quanto mais invisíveis e menos perceptíveis para os residentes e visitantes. O fator mais importante numa cidade de futuro são sempre as pessoas: as comunidades de proximidade, o sentido de pertença, a identidade urbana, a cultura e diversidade e os espaços públicos de vivência social e interação cívica. "Falamos do 'direito à cidade', um dos direitos humanos mais preciosos e, ao mesmo tempo, mais negligenciados do mundo em que vivemos, onde as tecnologias físicas se aliam às tecnologias sociais", acrescenta.

A diretora executiva do FICIS – Fórum Internacional das Comunidades Inteligentes e Sustentáveis concorda que, estando disponível, a tecnologia pode ajudar a melhorar toda a gestão de serviços,



sejam associados à educação, à saúde ou aos transportes, por exemplo, para melhorar a qualidade de vida de algumas comunidades. No entanto, uma cidade inteligente “não tem obrigatoriamente de ser só tecnologia”, passando também por projetos e iniciativas com cidadãos inteligentes, como na área social ou mesmo dos transportes, em que, mesmo offline, podem ser melhoradas as rotas, reduzidos os tempos de espera ou alterados os horários. “Temos muitas iniciativas sobre cidades inteligentes que são malsucedidas porque só falamos de tecnologia e estamos logo a omitir todas as outras variáveis que podem contribuir para a melhoria da qualidade de vida das pessoas que ali vivem, como ter espaços verdes ou bons passeios. (...) Está o caldo entornado a partir do momento em que temos tecnólogos à frente de uma cidade a tomar decisões”, completa Ana Fragata.

A gestão da cidade tem de ser feita cada vez mais de baixo para cima, com as pessoas a serem incentivadas a participar e mostrando também vontade de o fazer. Passou a ser até uma exigência dos cidadãos, mais informados, com opinião. A investigadora

da Universidade de Aveiro assinala que “acaba por ser completamente determinante que quem habita, trabalha, convive ou visita a cidade possa ter uma participação mais ativa”. Os orçamentos participativos são “uma gota no oceano”, mas foram “uma necessidade que se criou” em várias cidades. Ao apresentarem e votarem os projetos que acham que devem ser financiados, ficam também comprometidos com a execução. O que “demora gerações” é mudar as mentalidades e construir a cidade ideal.

GESTÃO E FORÇA POPULAR

A globalização faz com que os cidadãos conheçam os bons exemplos de outras cidades e exijam alterações às autoridades da sua terra. Mas o contexto importa: económico, social, cultural ou político. Há cidades sonhadoras, que nem projetam nem implementam. Há cidades aventureiras, que avançam sem ter uma visão bem definida. E depois há aquelas que conseguem ter um plano, mas onde falta liderança e capacidade técnica para o concretizar. Ana Fragata sustenta que o problema “não é muitas



Está o caldo entornado a partir do momento em que temos tecnólogos à frente de uma cidade a tomar decisões.

Ana Fragata, diretora executiva do Fórum Internacional das Comunidades Inteligentes e Sustentáveis

vezes uma questão de financiamento, mas de falta de competências de gestão”, pois áreas como o ambiente ou a mobilidade “têm de ser planeadas a 20 e não a 12 anos”, elucida, numa referência ao limite de anos nos mandatos autárquicos.

A Ubiwhere faz software para as “smart cities” e está envolvida atualmente no maior projeto de gestão de estacionamento inteligente em Portugal, em que mais de 900 lugares em Guimarães são controlados em tempo real através de sensores magnéticos e câmaras de vídeo. Implementou uma plataforma que recolhe os dados de diferentes fontes para a “cloud” e transmite-os em tempo real – através de uma app e de painéis informativos instalados em vários locais – para ajudar os condutores a encontrar os lugares disponíveis. Além do Smart Parking, participa no POCI-TYF, coordenado pela EDP, que apoia as cidades “farol” de Évora e Alkmaar (e outras cinco “seguidoras”) na otimização energética. No caso da cidade alentejana, é a plataforma urbana da Ubiwhere que integra os dados e avalia a performance das melhorias energéticas alcançadas com dez soluções inovadoras.

Ora, sendo a cidade um ecossistema orgânico que envolve diversas entidades com diferentes necessidades, os sistemas inteligentes desenvolvidos nestes projetos devem conseguir comunicar entre si e permitir o cruzamento da informação para se obter uma “perspetiva holística” do impacto das decisões tomadas na comunidade. Por exemplo, alertando cidadãos, condutores e operadores de logística de constrangimentos em vias onde estejam planeadas obras, correlacionando o trânsito e o impacto ambiental causados, ou condicionando a ativação da irrigação ou da iluminação pública a determinadas condições meteorológicas ou a eventos organizados em zonas públicas.

Além destas possibilidades, Ricardo Vitorino, porta-voz desta empresa de Aveiro, indica que é “essencial” que se demonstre e seja efetivamente percebido o impacto positivo na vida de quem habita, visita ou trabalha nestas cidades. “Sempre que possível, as necessidades, os desafios e as dificuldades da comunidade e dos ‘stakeholders’ da cidade devem ser tidos em consideração ao longo de toda a cadeia de valor, desde a fase de especificação da solução até à fase de demonstração e validação das soluções desenvolvidas”, conclui.

BOLSOS CHEIOS E FUNDOS

As cidades inteligentes não são feitas apenas com a tecnologia proveniente da indústria e da investigação. Iniciativas como a Open and Agile Smart Cities (OASC) ou a European Innovation Partnership on Smart Cities and Communities (EIP-SCC) têm reduzido o “gap” entre as partes interessadas, juntando a oferta e a procura para dar notoriedade às inovações e apurar as necessidades das cidades para a demonstração e validação das tecnologias. Ricardo Vitorino fala em “trazer para a mesma mesa todos os atores desta cadeia de valor, para que funcione de forma eficiente”. Com a partilha de conhecimento entre os estrategos políticos e os promotores de inovação, “consegue-se alinhar o ‘road-

map’ das diferentes entidades (públicas e privadas) e otimizar as sinergias entre necessidades e oportunidades de financiamento”. E “sem dúvida” de que há financiamento disponível para as cidades se tornarem mais sustentáveis.

O novo programa-quadro de investigação e inovação da União Europeia para o período de programação de 2021 a 2027 (Horizonte Europa) atribui montantes elevados a projetos associados à transição verde – prevê-se que 35% do financiamento seja direcionado para a ação climática – e uma das missões é conseguir que 100 cidades se tornem neutras em carbono até 2030. A última “call” do programa Horizonte 2020, fechada em janeiro, disponibilizou mil milhões de euros focados particularmente no Pacto Ecológico Europeu (European Green Deal). Apesar de estes concursos serem muito concorridos e cada vez mais competitivos, Bruxelas obriga os consórcios responsáveis a abrir oportunidades de financiamento em cascata (a terceiros), conhecidas como “open calls”, para replicar os resultados a mais cidades e envolver outros “stakeholders” externos.

A coordenadora do CEiiA reconhece este cenário, junta-lhe a perspetiva de 37% do montante da “bazuca” para Portugal (PRR) ser orientado para a recuperação verde e, em simultâneo, vê os investidores buscarem projetos com impactos sociais e ambientais positivos. Ainda assim, lembra que “o financiamento e o investimento foram sempre barreiras ao desenvolvimento de projetos urbanos inovadores orientados para a neutralidade carbónica”. “Os obstáculos aumentam face à necessidade de combinar fontes mistas, incluindo não só fundos públicos tradicionais, mas também fundos privados e de organizações internacionais. São soluções que combinam diferentes programas, como FEDER, Horizon Europe, InvestEU, Banco Europeu de Investimento, fundos de investimento, etc. A falta de informação, a complexidade dos processos, a regulamentação e a fraca cooperação com investidores e fornecedores de soluções tecnológicas dificultam ainda mais o processo”, ilustra Catarina Selada. 



5G e IA: os alicerces das novas cidades sustentáveis

Quais as disrupções à espreita no curto e médio prazo e que podem ser a próxima alavanca da evolução das cidades sustentáveis? Catarina Selada, do CEiiA, acredita que vão ocorrer ao nível dos novos modelos de negócio para a descarbonização, assentes em tecnologias como IoT [Internet das Coisas], Inteligência Artificial (IA) ou analítica de dados. Ricardo Vitorino, gestor de investigação e inovação para cidades inteligentes na Ubiwhere, subscreve que serão as redes móveis de quinta geração (5G) e a IA.

Para tornar o 5G uma realidade, cumprindo os ambiciosos indicadores de performance e velocidades de ligação, vai ser necessária uma quantidade muito maior de equipamentos de comunicação móvel (rádio) e antenas, visto que os sinais de rede da tecnologia necessária para o 5G são menos fiáveis em longas distâncias e fa-

cilmente afetados por árvores, pessoas ou simplesmente chuva. Isto obriga a instalar milhares de pequenos equipamentos (“small cells”), ao invés das habituais torres, com estes sensores e dispositivos ligados à rede a viabilizarem usos como a transmissão multimédia em alta resolução ou a condução autónoma de veículos. Por outro lado, cria uma oportunidade para os gestores de infraestrutura, como a Ubiwhere, que está a coordenar a criação de um “marketplace” para o ecossistema das telecomunicações, em validação com a EDP no projeto 5GaaS, iniciado em 2020.

A par da “ubíqua conectividade” que desbloqueará a digitalização de informação através da integração de sensores e equipamentos, a analítica avançada proveniente da IA traz um aumento de eficiência operacional, ao permitir a identificação de ocorrências por via da análise de vídeo em tempo real, efetuar previsão de dados com base no histórico recolhido e auxiliar a decisão com a simulação de cenários avançados. Possíveis graças aos novos paradigmas de computação capazes de processar esta grande quantidade de dados, como o “edge computing”, mais eficiente que o “cloud computing”.

Ricardo Vitorino resume que, desta forma, as cidades passam elas próprias a ser detentoras de infraestrutura essencial à computação e às telecomunicações, transformando-se e apresentando-se como uma alternativa mais sustentável à instalação massiva e intrusiva deste tipo de equipamentos, recorrendo a mobiliário urbano inteligente. Com estas duas disrupções desenvolvidas, o gestor antecipa para breve os semáforos a comunicarem com os veículos ou as luminárias de rua a ligarem-se apenas quando necessário, tendo em conta o contexto dinâmico do dia a dia.



MIGUEL DE CASTRO NETO

“UM SMART PORTUGAL É POSSÍVEL”

Lúcia Crespo

Miguel de Castro Neto, coordenador do NOVA Cidade – Urban Analytics Lab, defende uma iniciativa nacional na área da política das cidades inteligentes e sustentáveis. “Seria necessária uma articulação de topo e uma perspetiva integrada para criar um quadro no qual de facto geríssemos o processo, transformando Portugal numa verdadeira ‘smart nation’ ou algo do género. Temos os atores certos para que tal aconteça”, diz o subdiretor da NOVA Information Management School, onde também dirige o mestrado em Gestão de Informação. O antigo secretário de Estado do Ordenamento do Território e da Conservação da Natureza nos XIX e XX Governos Constitucionais foi nomeado “Personalidade do Ano Smart Cities 2017” pela Green Business Week.

A pandemia é também um teste às “smart cities”?

Hoje em dia usamos sobretudo a expressão “cidades inteligentes e sustentáveis”, porque os grandes desafios dos espaços urbanos, por um lado, dizem respeito à gestão de serviços e infraestruturas para garantir a qualidade de vida de quem neles reside, trabalha ou visita, mas por outro lado não podem ser desligados de questões como a sustentabilidade, a emergência climática, a transição energética e a descarbonização. As cidades têm um papel essencial na resposta a estes temas, dada a crescente concentração de pessoas em áreas urbanas, e a pandemia fez sobressair ainda mais esse papel. Um dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, o ODS 11, relativo às cidades e comunidades sustentáveis, aponta quatro ambições. Uma delas é a sustentabilidade, que surge acompanhada por outras metas, como a inclusão, a segurança e a resiliência. Ou seja, uma cidade inteligente e sustentável é também aquela que revela capacidade de enfrentar fenómenos extremos e inesperados, como é o caso da presente pandemia.

Os territórios que não eram sustentáveis terão de o ser agora?

Sim, até porque as cidades com patamares mais elevados de maturidade, em termos da construção desta inteligência urbana, têm um outro conhecimento sobre si próprias, conseguindo ser mais ágeis na resposta à pandemia. Há vários exemplos e é complicado apontar uns em detrimento de outros, mas no território nacional destacaria a vila de Cascais ou a cidade de Viseu. A nível internacional, uma referência para Paris ou Londres, que anunciaram avultados investimentos em infraestruturas cicláveis, ou para Vilnius, a capital da Lituânia, a primeira cidade onde cafés, restaurantes e

bares puderam expandir as suas esplanadas, sem necessidade de um processo de licenciamento. Outras localidades adotaram sistemas para monitorizar os transportes públicos, assegurando que não haveria uma grande concentração de pessoas. Em Portugal, num primeiro momento, adotámos medidas gerais, aplicadas a todo o país, e depois passámos a tratar os concelhos de forma distinta, segundo o comportamento da pandemia. Idealmente, ainda poderíamos ir mais longe e fazer essa gestão a escalas territoriais mais granulares, com abordagens mais finas.

As cidades estarão mais preparadas para futuras pandemias?

Uma das consequências da covid-19 foi a transformação digital acelerada dos territórios, uma vez que a maior parte dos municípios tem vindo a dotar-se de capacidades para recolher e analisar dados, tomando decisões com base em factos, o que alavancou o desenvolvimento das cidades inteligentes e sustentáveis. Paralela e subitamente, também nos deparámos com cidades sem carros, onde a qualidade do ar melhorou, o nível de ruído baixou e o espaço público sofreu uma valorização automática. Mas há um longo caminho a percorrer, porque muitas das mudanças necessárias são infraestruturais. Por um lado, a Europa pretende ser um continente climaticamente neutro, ambição patente no novo quadro comunitário, quer em sede de Green Deal, quer de Horizonte Europa. Mas há também um desafio societal: como devolver as cidades às pessoas, como aumentar o espaço de fruição pública e as infraestruturas verdes. Temos de pensar em mudar de facto o caminho que estávamos a seguir, com uma abordagem estratégica e de planeamento das cidades distinta da que seguimos até hoje. Com uma abordagem baseada na inteligência territorial e coletiva.

Costuma dizer que o conceito do futuro é a chamada “cidade dos 15 minutos”.

Essa ideia está a ser posta em prática em vários locais, como Melbourne, Otava, Detroit e Paris. O conceito refere-se a uma cidade onde, a uma distância de tempo de 15 minutos, a pé ou de bicicleta, conseguimos alcançar os serviços relevantes para o nosso quotidiano. Mas o processo de transformação digital pode ir além das cidades, o que faz ainda mais sentido num país com a dimensão de Portugal. Falo não apenas de cidades inteligentes e sustentáveis, mas de territórios inteligentes e sustentáveis. Existem projetos interessantes, alguns regionais, protagonizados pelas Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional (CCDR), outros inter-



“

Uma cidade inteligente e sustentável é também aquela que revela capacidade de enfrentar fenómenos extremos e inesperados, como é o caso da presente pandemia.



Miguel de Castro Neto,
coordenador do NOVA Cidade
– Urban Analytics Lab.



municipais. Foi lançada, por exemplo, a iniciativa Região Inteligente Algarve (RIA) da CCDR Algarve e, mais recentemente, a CCDR Alentejo apresentou o projeto europeu “Auroral”, que tem por objetivo dotar as regiões rurais europeias de um ambiente digital integrado capaz de suportar “smart communities”.

Estes projetos regionais não deveriam estar mais interligados?

Julgo que estamos a fazer esse caminho e, depois de muitos projetos municipais, começam realmente a emergir iniciativas à escala intermunicipal, regional e mesmo nacional. Porque o segredo está também em adotar perspetivas integradas. Nesse sentido, a Associação Nacional de Municípios Portugueses (ANPM) desenvolveu recentemente um projeto de boas práticas para a construção de plataformas de inteligência urbana. Há uma capacidade crescente de recolher dados de múltiplas origens e formatos e de usar essa informação para melhorar as políticas públicas. No NOVA Cidade – Urban Analytics Lab, temos acompanhado projetos que utilizam dados para acelerar a construção de territórios e cidades inteligentes e sustentáveis. Por exemplo, no serviço de bicicletas partilhadas de Lisboa, tentamos garantir que existem bicicletas nas estações, usando um modelo preditivo para antecipar a procura e identificar os locais ideais para expandir a rede. Realizámos também um trabalho com o Regimento de Sapadores Bombeiros de Lisboa recorrendo a inteligência artificial, em que determinamos a probabilidade de ocorrências que exigem a presença de operacionais, garantindo que estão preparados para, amanhã, chegarem ao local do acidente em menos de cinco minutos.

A gestão inteligente da informação poderá ser também uma ferramenta para o planeamento turístico?

Sem dúvida. As crescentes capacidades analíticas têm aqui um papel a desempenhar. Assistimos a uma quebra forte do turismo, mas essa tendência não foi uniforme nos territórios, sobretudo em termos de turismo interno. Existe uma oportunidade para explorar este contexto de turismo sustentável, tirando partido dos dados para melhorar as experiências de visita e a governação dos territórios. Neste contexto, estamos a desenvolver o projeto Smart Region com a Comunidade Intermunicipal do Oeste, permitindo também fornecer mais informação a quem governa o território do ponto de vista de planeamento e de gestão da carga turística.

Cidades pequenas, vilas e aldeias serão agora mais atrativas para viver, sobretudo com a pandemia. Quais os seus grandes desafios?

Por um lado, os problemas da mobilidade dos grandes centros urbanos podem de alguma forma ser atenuados. Se, pelo menos em parte do tempo, as pessoas estiverem em teletrabalho, teremos uma redução significativa dos movimentos pendulares. Na realidade, em Portugal, as distâncias entre as localidades não são grandes. Poderemos então ter pessoas a viver a uma distância de 100 ou 200 quilómetros dos grandes centros urbanos, onde passam a ir uma ou duas vezes por semana. E isso leva-nos a outro desafio, que ainda hoje é um constrangimento, que é o da conectividade digital. É urgente que todo o país passe a ter uma cobertura uniforme de dados e voz. Uma empresa ou uma família deve poder instalar-se em qualquer parte do país, com a garantia de estar conectada digitalmente. O desafio da acessibilidade digital é uma realidade e deveria ser considerado um direito fundamental de qualquer cidadão.

Os grandes centros urbanos ficariam menos pressionados ambientalmente. Mas podemos esperar que tal aconteça realmente no pós-pandemia?

Estamos neste momento a construir uma nova realidade e ainda não temos resposta para todos os desafios que enfrentamos. Mas assistimos a uma mudança profunda e que veio para ficar. Não vamos voltar à realidade pré-pandemia. Com os mecanismos europeus previstos para nos ajudar a recuperar, a ambição não é repor a economia, mas transformar essa economia. Trata-se de mudar o nosso modelo de desenvolvimento para fazer face aos desafios ambientais e sociais e alavancarmos de uma vez por todas uma sociedade mais inteligente e sustentável, suportada pela transformação digital. Quer queiramos, quer não, o nosso futuro depende disso mesmo.

A sustentabilidade terá de ser muito mais do que um “chavão”?

Não basta existirem iniciativas, regulamentos e políticas, cada um de nós é um ator desta transformação, cada cidadão terá de promover uma mudança dos seus hábitos individuais para que coletivamente seja possível fazer esta mudança. Na verdade, fala-se cada vez mais de resiliência, que está também ela intrinsecamente ligada à sustentabilidade. Mas tanto a sustentabilidade como a resiliência dependerão sempre da transformação digital para se concretizarem em cada território ou comunidade.

Estima-se que, em 2050, 70% da população mundial viverá nas cidades – que hoje produzem 50% dos resíduos globais e consomem 75% da energia mundial. Estes números podem ser revistos positivamente?

Esperemos que sim. Quanto à concentração da população nas áreas urbanas, efetivamente poderá não acontecer com essa dimensão, mas a verdade é que esses são números apresentados à escala global, pois a nível europeu já ultrapassámos os 50%... Quando falamos em 70%, olhamos sobretudo para os países em vias de desenvolvimento e para as megacidades, com mais de 10 milhões de habitantes. Mas, globalmente, é provável que em 2050 tenhamos realmente 70% da população a viver nas cidades. Ou até mais...



É urgente que todo o país passe a ter uma cobertura uniforme de dados e voz.



Se é verdade que muitas vezes antecipamos o perigo da distopia de George Orwell, não é menos verdade que a tecnologia pode promover a construção de uma visão mais utópica da sociedade.

Miguel Eiras Antunes, “partner” da Deloitte e especialista em cidades inteligentes, diz que Portugal tem tudo para ser um dos países mais “smart & sustainability” da Europa. O que nos falta?

Em Portugal, existe capital humano, temos empresas inspiradoras e a academia está envolvida em diversos projetos, mas julgo que seria importante uma iniciativa nacional na área da política das cidades inteligentes e sustentáveis. Ou seja, seria necessária uma articulação de topo e uma perspetiva integrada para criar um quadro em que de facto geríssemos o processo, transformando Portugal numa verdadeira “smart nation” ou algo do género. Um “Smart Portugal” é possível. Temos os atores certos para que tal aconteça.

Como surgiu o seu gosto pelo tema das cidades sustentáveis?

Tem sido um longo caminho. Sou professor de Business Intelligence na NOVA Information Management School, onde criei o mestrado com o mesmo nome, e que hoje é classificado pelo “ranking” internacional Eduniversal como o melhor do mundo na área. A certa altura, fui convidado para o governo de Pedro Passos Coelho, como secretário de Estado do Ordenamento do Território e da Conservação da Natureza, e apercebi-me de uma oportunidade: os conceitos de “business intelligence” poderiam ser aplicados às cidades. Então, ao regressar à universidade, criei o NOVA Cidade – Urban Analytics Lab, onde tenho desenvolvido a área de utilização da analítica no contexto das cidades, dando foco ao estabelecimento de parcerias. Tem sido um trabalho mais “bottom up” do que “top down”, partindo sempre das necessidades reais do território e das pessoas.

Como especialista em ciência dos dados, como responde aos perigos do chamado “panóptico digital”?

As questões relativas à privacidade e à utilização ética da informação estão sempre presentes no nosso trabalho. Por exemplo, na NOVA IMS temos uma comissão que avalia os projetos de investi-

gação, garantindo o cumprimento de um código de ética nesta matéria. É um desafio de facto, mas esse desafio não pode ser inibidor da inovação e da evolução, tem de haver um equilíbrio. Precisamos de assegurar a utilização ética dos dados, conseguindo ao mesmo tempo inovar e construir uma sociedade inclusiva, resiliente, inteligente e sustentável. Se é verdade que muitas vezes antecipamos o perigo da distopia de George Orwell, não é menos verdade que a tecnologia pode promover a construção de uma visão mais utópica da sociedade. O uso que lhe damos é que faz a diferença. Isso sempre foi e sempre será assim, e confesso que sou bastante otimista relativamente a essa matéria. Sendo verdade que hoje antecipamos desafios que não antecipávamos, também é verdade que a vigilância coletiva sobre o que acontece é muito grande, a fiscalização é forte. Vamos evoluindo, vamos aprendendo e vamos criando novas funções. Qualquer revolução coloca sempre múltiplos desafios.

Porque é disso que se trata, de uma revolução?

É uma revolução, que passa não apenas pelas capacidades que temos ao nosso dispor, mas também pela democratização do acesso a estas capacidades. Não só temos disponível um volume crescente de dados, como a própria tecnologia está mais acessível. Qualquer pessoa pode ter uma ideia e rapidamente materializar essa ideia num protótipo, utilizando recursos que estão disponíveis gratuitamente. Falamos de uma revolução com múltiplas dimensões, e a democratização do acesso à tecnologia é uma delas, haja as competências para aproveitar a possibilidade. E, para que todos possam tirar partido da transformação digital, é necessário também um esforço de formação ao longo da vida. Empresas e Administração Pública têm de saber utilizar estas ferramentas analíticas, isso é mesmo vital para a sua competitividade no curto prazo. Toda a população ativa precisa urgentemente de capacitação nestas matérias. 



CIDADES PORTUGUESAS ENTRAM NO “PELOTÃO” DA SUSTENTABILIDADE

Mobilidade, energia, saúde, economia ou gestão de resíduos entram nos projetos para cidades inteligentes que ganham palco em Lisboa, Porto, Cascais, Matosinhos, Aveiro ou Guimarães. Ainda longe de líderes como Singapura, Oslo ou Copenhaga, exige-se mais cooperação com territórios vizinhos para obter ganhos de escala na implementação de soluções tecnológicas ou modelos de negócio inovadores. **António Larguesa**



Muito associado às novas tendências demográficas e de mobilidade, tal como no resto da União Europeia, o tema das cidades sustentáveis tem sido frequentemente abordado também em Portugal por causa do aumento da população a viver em zonas urbanas cada vez maiores e da pressão nas cidades a disparar. Olhando aos Indicadores de Desenvolvimento Sustentável, há cidades portuguesas a conseguir equiparar-se a outros territórios do Velho Continente, como é o caso de Lisboa, Porto e Coimbra, que se encontram num nível próximo ao de Kiel (Alemanha), Alkmaar (Países Baixos) e Würzburg (Alemanha), respetivamente. No entanto, ainda estão atrás daquelas que são consideradas as cidades líderes na implementação de projetos para cidades inteligentes, como Singapura, Helsínquia, Oslo ou Copenhaga.

Ainda assim, há diversos programas em Portugal destinados a guiar os municípios portugueses a atingir os objetivos de sustentabilidade, alinhando-os com as metas europeias. É o caso da Estratégia Cidades Sustentáveis 2020, em que foram também criadas redes para que os vários “stakeholders” possam contribuir de modo que comuniquem entre si e se desenvolvam em todo o território nacional. A mobilidade e a gestão de resíduos são exem-

plos de áreas que têm estado em destaque, havendo “um grande potencial de desenvolvimento para ser explorado”.

A opinião é de Ricardo Vitorino, gestor de investigação e inovação para cidades inteligentes na Ubiwhere, uma empresa de base tecnológica de Aveiro, que tem visto no terreno várias autarquias a dedicar atenção a este tema, procurando desenvolver projetos que permitam melhorar a qualidade de vida dos cidadãos. “Os projetos vão surgindo pelo país, tendo como foco as mais variadas áreas, desde mobilidade, saúde, economia, gestão de resíduos, energia renovável, etc., e motivando a digitalização e utilização de dados, de forma a melhorar o processo de tomada de decisão”, ilustra.

A rede Smart Cities Portugal continua a crescer e já conta com cerca de 24 municípios parceiros. Em linha com outras urbes europeias, que se encontram adiantadas nesta matéria, várias cidades nacionais, além de Lisboa, começam a ser palco de programas de investigação e desenvolvimento. É o caso de Aveiro, Cascais, Porto ou Guimarães, que têm criado “testbeds” de inovação e explorado, por exemplo, soluções de estratégia ambiental e planos de ação de mobilidade urbana sustentável ou de eficiência energética. Como? Através da aplicação de tecnologias de comunicação e recorrendo a dispositivos como sensores, câmaras de vídeo para perceber padrões de mobilidade, avaliar a qualidade do ar e ruído, otimizar os consumos energéticos ou a irrigação de espaços públicos. Alguns apostam também no desenvolvimento de plataformas que permitam manter um contacto mais próximo com o cidadão, facilitando a comunicação e viabilizando a participação ativa no crescimento das cidades.



Nenhum município se encontra isolado, partilhando fronteiras, assim como infraestrutura, dinâmicas económicas, fluxos populacionais, pendulares e turísticos com outros territórios.

A estratégia de desenvolvimento sustentável e inteligente não pode estar dissociada do contexto envolvente.

Ricardo Vitorino, gestor de inovação para cidades inteligentes na Ubiwhere



"Apesar de frequentemente analisarmos e refletirmos sobre os municípios de forma isolada, nenhum município se encontra isolado, partilhando fronteiras, assim como infraestrutura, dinâmicas económicas, fluxos populacionais, pendulares e turísticos com outros territórios. A estratégia de desenvolvimento local não pode estar dissociada do contexto territorial envolvente de um determinado município, necessitando que o próprio ato de 'pensar o território' seja inteligente. Têm aparecido estratégias de desenvolvimento sustentável e inteligente do território ao nível do intermunicipalismo, o que aporta diversas vantagens, tais como a identificação da especialização e diferenciação inteligente do território (distinguindo a região das demais), a eficiência no emprego de recursos (poupando na implementação da estratégia) e o valor acrescentado, em que juntos conseguem melhores resultados ou ambições do que a trabalhar separadamente", resume Ricardo Vitorino.

Ana Fragata, diretora executiva do FICIS – Fórum Internacional das Comunidades Inteligentes e Sustentáveis, diz que "nunca [viu] grandes resultados" dessa propalada integração entre municípios, que bem podia "dar escala às cidades portuguesas [que] são aldeias" no contexto global. Os autarcas "não têm alternativa" ao envolvimento com estes temas até porque, sublinha, o eleitorado e a própria Europa assim o exigem. Mobilidade, ambiente e governação – implica a gestão da cidade, a implementação de projetos ou a participação dos cidadãos – são áreas em que a investigadora da Universidade de Aveiro aconselha a apostar em as fichas por serem temas que "vão condicionar todo o futuro".

LEIS ATRASAM INOVAÇÃO

Com vasta experiência nesta área, Catarina Selada, do CEiiA, concorda que a cooperação entre territórios, nomeadamente entre zonas contíguas, é essencial para obter ganhos de escala na implementação de soluções tecnológicas ou modelos de negócio inovadores. Sobretudo num país em que as cidades são de pequena dimensão; e ao nível da mobilidade, já que muitas deslocções no seio das áreas metropolitanas são intermunicipais. Vê uma "mudança bastante positiva" na última década - "muitas vezes, o que falta é a comunicação das nossas boas práticas a nível internacional" –, com vários projetos-piloto de inteligência urbana em áreas como a energia ou a mobilidade, mas diz que faltam estratégias orientadas para a neutralidade climática.

Por outro lado, também as instituições não conseguem acompanhar o ritmo acelerado da evolução tecnológica, com Catarina Selada a lamentar que "a regulamentação e a legislação não estão, muitas vezes, preparadas para que as novas tecnologias sejam testadas, implementadas e apropriadas pelas empresas e comunidades". Foi por isso que o CEiiA propôs em 2016 a criação de Zonas Livres Tecnológicas (ZLT) em Portugal, tendo integrado a "task force" regulatória para a criação de espaços de teste para veículos autónomos e drones, no âmbito do programa StartUp Portugal. O que é uma ZLT? Um espaço delimitado geograficamente para testar e demonstrar novas tecnologias, produtos, serviços e modelos de negócio que respondam aos desafios sociais de futuro, preservando condições de segurança, privacidade e proteção das pessoas e bens. A primeira foi lançada em Matosinhos, onde já foram realizadas várias experiências, como foi o caso do teste da solução 5G realizado pela Nos para a vigilância de zonas costeiras.

Em abril de 2020, foi publicada a resolução de Conselho de Ministros que estabeleceu os princípios gerais para a criação e regulamentação destas ZLT que, testando tecnologias disruptivas associadas, por exemplo, à inteligência artificial, blockchain ou Internet das Coisas (IoT), a estratégia do CEiiA acredita que vão ser "determinantes para estimular a investigação e a inovação e atrair investimento estrangeiro para o país". No entanto, adverte que para isso é necessário criar "regulamentação específica sempre que o regime legal atual impeça ou dificulte a realização de testes, sendo o caso paradigmático o dos veículos autónomos".



Como as famílias e as empresas podem contribuir para uma cidade sustentável?

O envolvimento nos processos de decisão e na construção de soluções é a “chave” para o desenvolvimento urbano inteligente, cabendo aos decisores políticos e à administração pública abrir o espaço para acolher os contributos e até as iniciativas próprias dos agentes privados. “O futuro não se reivindica, constrói-se.” **António Larguesa**

Classificados pelos especialistas como “players importantíssimos” para o desenvolvimento inteligente e sustentável das cidades, as famílias e as empresas devem envolver-se nos processos de decisão e construção das soluções, num cenário de cocriação. Mas para isso, adverte o gestor de investigação e inovação para cidades inteligentes na Ubiwhere, é preciso que os decisores políticos e as instituições da administração pública facultem espaços para o acolhimento de contributos e até de iniciativas próprias de agentes privados. “Sendo depois fulcral que as famílias e empresas façam chegar as suas pretensões e que procurem envolver-se, promovendo um uso construtivo das soluções propostas e contribuindo para a sua constante melhoria”, completa Ricardo Vitorino.

“No fundo, as famílias e as empresas devem assumir a cidade como sua, estando por isso habilitadas a participar e tomar responsabilidade no processo de decisão. Os municípios ficam responsáveis por criar as plataformas, disponibilizando as soluções e ferramentas necessárias para alcançar os objetivos. Contudo, o processo passa a ser conjunto, o que requer uma maior consciencialização e integração das empresas e famílias, para uma maior disseminação do impacto ambiental das diferentes ações e um aproveitamento maximizado do conhecimento gerado pelos projetos em prática, assegurando o alinhamento com as necessidades e preferências das comunidades”, resume o porta-voz da tecnológica aveirense.

Também Catarina Selada, coordenadora de “policy” e estratégia do CEiiA, aponta que as famílias e as empresas são “agentes determinantes” na construção de cidades mais sustentáveis e neutras em carbono, estando o indivíduo no centro da relação entre essas duas comunidades. Por exemplo, as empresas podem estimular os colaboradores a usarem modos de mobilidade mais sustentáveis nas deslocações pendulares. E esta alteração de comportamentos é induzida no ambiente familiar, criando na comunidade uma nova forma de acelerar o caminho para atingir as metas climáticas.



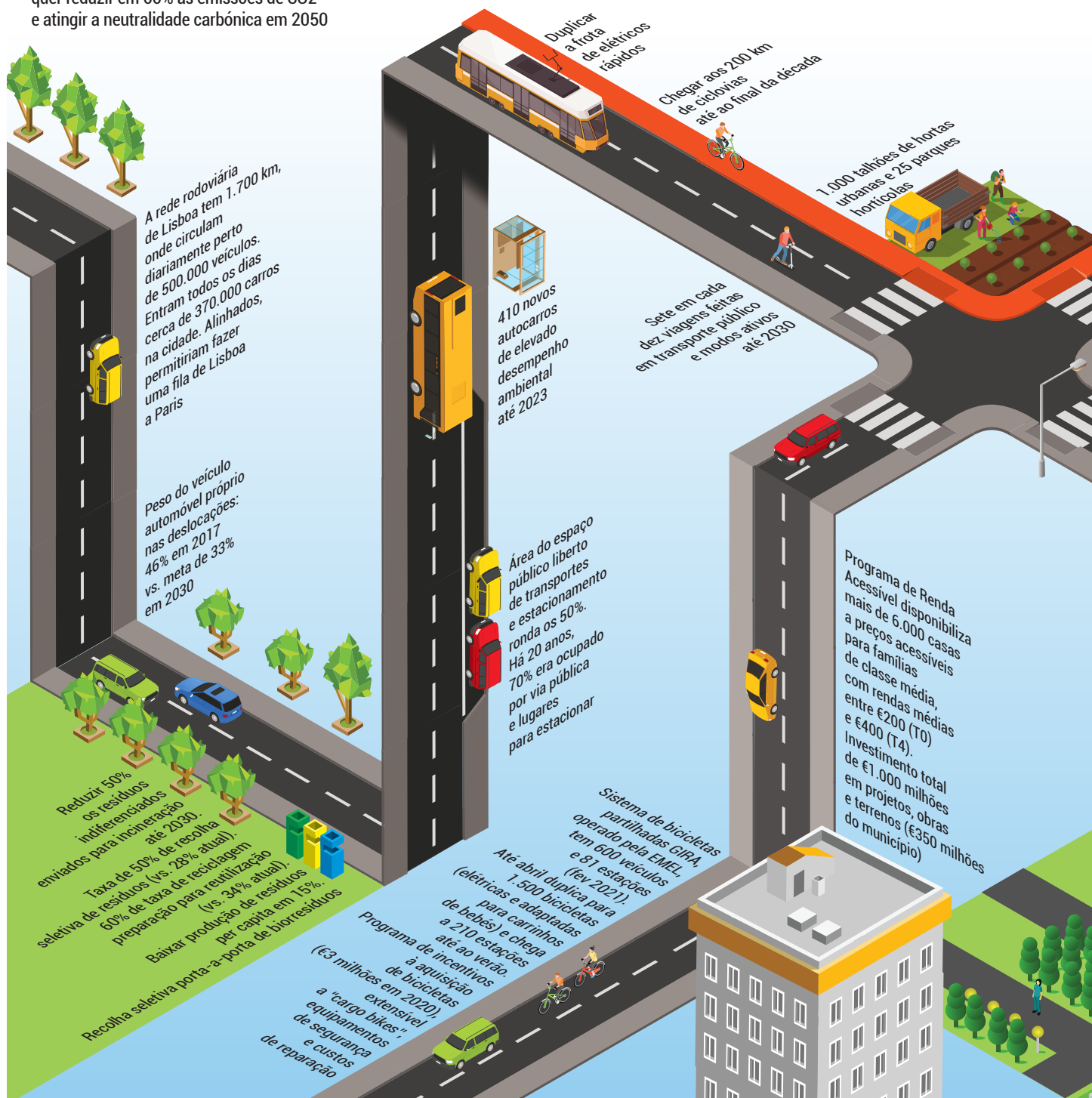
O programa Sustainable Living Innovators, que envolve alunos de várias idades, tem a colaboração da Universidade do Minho.

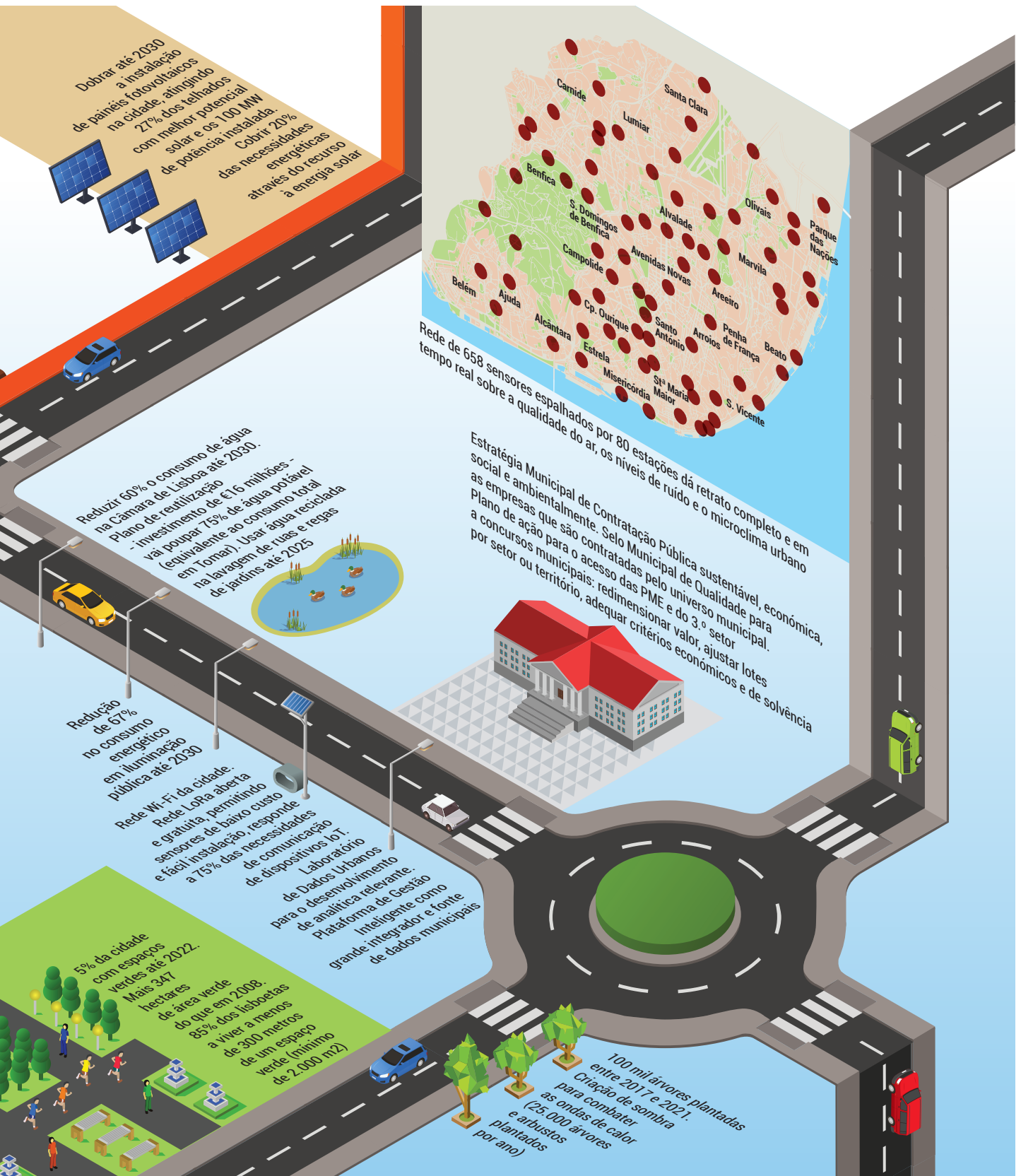
O centro de engenharia sediado em Matosinhos tem trabalhado com os jovens e as famílias em projetos associados à transição para a neutralidade carbónica. É o caso do Sustainable Living Innovators, em parceria com a FCT e a Ciência Viva, para criar uma nova geração de líderes que valorizem o conhecimento e a tecnologia em prol da qualidade de vida e da sustentabilidade do planeta. Em resposta a um problema ou desafio concreto, alunos de várias idades e regiões do país estão a trabalhar em equipa para desenvolver um novo conceito associado a um produto ou serviço na área da descarbonização das cidades e da preservação dos oceanos. O lema? “O futuro não se reivindica, constrói-se.”



LISBOA, CAPITAL DA SUSTENTABILIDADE

Lisboa é uma das "montras" da sustentabilidade urbana em Portugal, tendo em 2020 ostentado o título de Capital Verde Europeia, que pela primeira vez foi entregue a uma cidade do Sul da Europa. Da mobilidade à energia, passando pelos resíduos, tecnologia ou governação, confira algumas das concretizações e das apostas da cidade portuguesa, que até ao final da década quer reduzir em 60% as emissões de CO2 e atingir a neutralidade carbónica em 2050







A DIVERSIDADE NAS EMPRESAS É RENTÁVEL





Uma empresa que dá as mesmas oportunidades a homens e mulheres e que não discrimina minorias ou pessoas com deficiência na sua força de trabalho tem melhores resultados financeiros do que as rivais que não adotaram esta política. Essa é a conclusão de vários estudos internacionais. E não é difícil perceber porquê. Se todos os trabalhadores sentem que são ouvidos, respeitados e valorizados, cria-se um ambiente propício para a inovação. Por outro lado, uma organização composta por pessoas com diferentes características e experiências de vida terá uma visão holística dos desafios e uma maior capacidade de encontrar soluções. Demos uma volta pelo globo para encontrar exemplos de boas práticas de diversidade e inclusão no mundo empresarial. Filipa Lino





Havia algo que andava a intrigar os gestores da unidade indiana da Schneider Electric. Por que razão havia tanta rotatividade nas mulheres que trabalhavam na empresa? Depois de alguma pesquisa chegaram a uma conclusão: as colaboradoras não se sentiam seguras no trajeto entre as suas casas e o trabalho e também tinham medo sempre que viajavam por questões profissionais. Havia motivos fortes para isso. A Índia foi considerada em 2018 o país do mundo mais perigoso para as mulheres, com a violência sexual a ser considerada uma verdadeira “epidemia”, num estudo elaborado pela Thomson Reuters Foundation, que envolveu 550 especialistas em temas femininos.

Perante este problema social, a empresa de soluções digitais de energia e automação decidiu agir e passou a garantir transporte protegido às suas trabalhadoras. A multinacional está empenhada em chegar à igualdade de género na sua força de trabalho e apostou globalmente em programas de formação e mentoria para mulheres. Um desses programas chama-se “Her Second Innings” (em português: as suas segundas oportunidades) e ajuda as funcionárias que estão de regresso ao mercado de trabalho, por exemplo depois de serem mães, a reintegrarem-se na vida profissional. Mas a Schneider Electric, que emprega mais de 135 mil pessoas em cerca de 100 países, quer ir mais longe. Até 2025 tem como objetivo a nível internacional que as mulheres representem 50% de todas as novas contratações, ocupem 40% dos cargos de gestão e pesem 30% na liderança de topo.

Em Itália, a Barilla tornou-se a primeira empresa daquele país a apoiar os Padrões de Conduta Empresarial das Nações Unidas contra a Discriminação LGBTI+ no local de trabalho. Curiosamente, esta distinção resultou de um erro que Guido Barilla, presidente da companhia do setor alimentar, cometeu em setembro de 2013, quando deu uma entrevista à Radio 24 em que fez uma declaração explosiva. “Nunca faríamos publicidade com uma família homossexual. Não é por falta de respeito, mas porque não concordamos com eles.” A marca Barilla, sublinhou o empresário, exaltava os valores da “família clássica”. As palavras caíram como



Um relatório do McKinsey Global Institute, divulgado em 2015, estimava que um cenário de plena igualdade de género no mercado de trabalho permitiria adicionar 28 biliões de dólares ao PIB mundial em 2025.

bombas e as reações inflamadas não se fizeram esperar nas redes sociais. A empresa foi acusada de homofobia e houve apelos a um boicote global aos seus produtos.

A Barilla ficou com a imagem de marca retrógrada. Um rótulo perigoso para uma multinacional. Era preciso agir para limpar a reputação. Primeiro, Guido Barilla veio a público pedir desculpa. Depois, foi nomeada uma diretora de diversidade e inclusão e formado um conselho consultivo externo para definir estratégias e metas para melhorar a diversidade na empresa. Foi proibida a discriminação com base na orientação sexual ou identidade de género e a cobertura dos seguros de saúde dos funcionários passou a abranger os parceiros do mesmo sexo e os seus empregados transgénero. Também foi constituído um comité interno, de que fazem parte 12 trabalhadores, que a cada dois meses se reúne



Reduzir as desigualdades sociais

Até 2030, empoderar e promover a inclusão social, econômica e política de todos, independentemente da idade, gênero, deficiência, raça, etnia, origem, religião, condição econômica ou outra.

Igualdade de gênero

Garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública.

com a diretora de diversidade e inclusão para fazer uma avaliação do progresso das iniciativas. Toda a força de trabalho recebe formação sobre diversidade, inclusão e preconceitos inconscientes. A diversidade étnico-racial é uma das características da sociedade brasileira. Mas, apesar de as pessoas negras representarem mais de metade da população, estas ainda têm de lidar com a discriminação no mercado de trabalho. Um estudo publicado em 2016 pelo Instituto Ethos realizado junto de 500 grandes empresas brasileiras revelou que os negros estão em apenas 6,3% dos cargos de gestão e ocupam 4,9% das cadeiras dos conselhos de administração. A este ritmo, alertava a instituição, a igualdade racial no ambiente de trabalho no Brasil só será alcançada dentro de 150 anos. Mas já existem vários exemplos de empresas que estão apostadas em contrariar as estatísticas.

É o caso da Cargill, uma empresa do setor agroalimentar, que emprega cerca de 10 mil pessoas no Brasil. Em 2018, a companhia passou a contratar pessoas para cargos de liderança através do método do “currículo cego”. Os dados pessoais dos candidatos são omitidos na fase inicial de triagem dos currículos. Essa informação só é revelada na fase de entrevistas. Foi esta a forma encontrada para aumentar a diversidade no comando das equipas. Paralelamente, a Cargill criou três grupos focados em diversidade – AfroCargill, Mulheres Operando no Brasil e Pride Network – em que colaboradores e gestores se inscrevem para receber formação e participar em eventos de consciencialização sobre causas específicas relacionadas com a comunidade LGBTI+, as mulheres, os negros e pessoas com deficiência no mercado de trabalho. Todas estas companhias, e muitas outras, foram distinguidas



com prêmios nacionais e internacionais pelas suas boas práticas em diversidade e inclusão. Mas, na verdade, não é ganhar “uma medalha” que as move. Se é certo que a ética e a justiça social são uma preocupação, até por uma questão de imagem, há estudos que mostram claramente que as organizações que apostaram na diversidade – tanto de gênero como étnica e cultural –, nos locais de trabalho, têm em média melhores resultados financeiros e conseguem atrair mais talento.

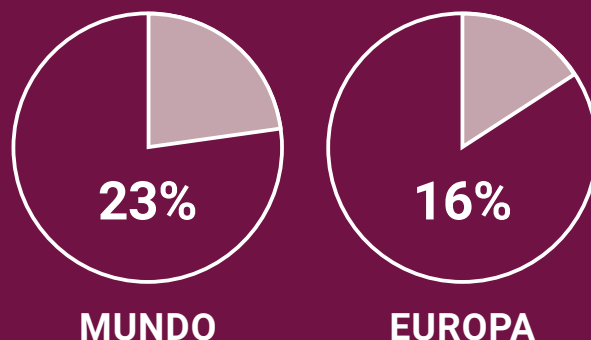
A consultora McKinsey tem vindo a analisar a diversidade no local de trabalho há vários anos. No seu mais recente relatório, “Diversity wins” (A diversidade ganha), publicado em maio de 2020, em que foram analisados dados referentes a 2019 de mais de mil grandes empresas em 15 países, volta a concluir que a diversidade traz mais rentabilidade às organizações. As empresas com maior diversidade de gênero na equipa de gestão tinham 25% de probabilidade de obter lucros acima da média das empresas semelhantes com menos mulheres no conselho executivo. De acordo com o mesmo estudo, se analisarmos a diversidade étnica e cultural, as diferenças em termos de probabilidade de desempenho financeiro são ainda maiores. Em média, as companhias mais diversas podem superar em 36% os lucros das empresas semelhantes menos etnicamente diversas. Mas o benefício não é só para as empresas, é também para economia global.

Um relatório do McKinsey Global Institute, divulgado em 2015, estimava que um cenário de plena igualdade de gênero no mercado de trabalho permitiria adicionar 28 biliões de dólares ao PIB mundial em 2025. Ou seja, representaria um crescimento de 26%, o equivalente à soma das duas maiores economias – EUA e China. No mesmo ano, o G20 comprometeu-se a reduzir o fosso na participação das mulheres na força de trabalho em 25% até 2025. Isso permitiria, segundo a organização, criar cerca de 100 milhões de novos empregos para a economia global, o que contribuiria para impulsionar o crescimento económico, aumentar o rendimento per capita geral, combater a pobreza e reduzir a desigualdade em todo o mundo.

Quanto mais diversa é uma empresa, mais preparada está para enfrentar os problemas e desafios. Mas para isso acontecer não

**Se nada for feito,
a igualdade racial no
ambiente de trabalho no
Brasil só será alcançada
dentro de 150 anos,
afirma o Instituto Ethos.**

MÉDIA DO FOSSO SALARIAL DE GÊNERO



Fonte: The EQUAL-SALARY Foundation

basta dar oportunidade às pessoas, é preciso fazê-las sentir que são únicas, respeitadas e consideradas. Fernanda Carvalho, consultora de diversidade e inclusão, utiliza uma metáfora para explicar melhor esta ideia. “A diversidade é convidarem-nos para ir a uma festa e a inclusão é convidarem-nos para dançar.” Só com este nível de envolvimento é que os colaboradores “vão libertar todo o seu potencial”, porque percebem que quando falam são ouvidos. Isso permite-lhes “contribuir para o crescimento da empresa, fazer parte das soluções e sentir que têm acesso a uma progressão na carreira”. Nesta equação todos ganham, garante. Este ambiente, se for autêntico, dá uma segurança psicológica aos colaboradores e isso “potencia a inovação e a criatividade”. Fernanda Carvalho, que foi durante vários anos responsável pelo departamento de diversidade e inclusão da Accenture em Portugal, diz que esta é uma matéria cada vez mais valorizada pelos millennials, também conhecidos por Geração Y. “Cada vez mais estas novas gerações dão muito valor a este tipo de ambiente de trabalho. Muitas vezes, antes de irem para as entrevistas de emprego vão aos sites das empresas a que estão a concorrer para ver quais são as políticas de inclusão e diversidade que têm. Estão muito preocupados com estas temáticas.” Sem dúvida de que hoje em dia isso “contribui para atrair e reter talento”, porque “as pessoas gostam e têm orgulho de trabalhar naquela empresa”. Por outro lado, a empresa que aposta na diversidade e na inclusão acaba também por ter uma melhor reputação junto dos stakeholders, refere a especialista. Mas, avisa Fernanda Carvalho, “a liderança de topo tem de estar envolvida neste processo”, caso contrário “é muito difícil esta cultura de diversidade e inclusão ser absorvida pelo ADN da organização”.

CHEGOU O TEMPO DA ECONOMIA CIRCULAR

Com o mundo a enfrentar uma crise de recursos sem precedentes, a mudança para uma economia circular interligada é fundamental para a proteção do nosso planeta, das suas espécies e da nossa prosperidade coletiva. A SAP está pronta a ajudar a liderar esta mudança.

Saiba mais em sap.com/ce

THE BEST RUN





A LIDERANÇA AINDA ESTÁ RESERVADA AOS HOMENS

Se é verdade que já existem muitas empresas internacionais empenhadas em equilibrar na sua força de trabalho o talento feminino e masculino, o topo da pirâmide ainda é um lugar praticamente reservado aos homens.

Atualmente, existem cerca de 30 mulheres no lugar de CEO nas empresas do índice americano S&P 500, o que representa perto de 6% do total. Na Europa, o cenário não é diferente. De acordo com o Gender Diversity Index 2020, que analisa a representatividade de género nos conselhos de administração e em cargos executivos das maiores empresas europeias, das cerca de 600 empresas registadas no índice bolsista STOXX Europe, apenas 42 (6%) têm uma mulher CEO e 130 (19%) têm uma mulher em pelo menos um destes cargos – CEO, COO ou CFO.

É difícil para uma mulher quebrar o telhado de vidro e subir ao lugar mais alto de uma instituição. Ainda assim, as coisas começam a mudar. No setor da banca, um meio tradicionalmente masculino, já existem alguns casos de sucesso. Jane Fraser acaba de se sentar na cadeira de CEO do Citigroup, um dos seis maiores bancos americanos. É a primeira mulher a chegar ao topo da hierarquia de um grande banco de Wall Street. E já existem outras mulheres na fila para o mesmo cargo noutras instituições financeiras rivais. Só não é certo que a sua oportunidade chegue em breve.

No Bank of America, a diretora de operações e tecnologia, Cathy Bessant, também é apontada como uma forte candidata à linha de sucessão de Brian Moynihan, presidente e CEO da instituição financeira. O banco tem vindo a afinar as suas práticas de recrutamento porque percebeu que estavam a entrar nos seus quadros poucas mulheres. Depois de uma reflexão interna, percebeu-se que o problema estava na fase final do processo. Havia um enviesamento na seleção dos candidatos porque eram maioritariamente homens que tomavam a decisão final. Foi implementada uma estratégia abrangente para as mulheres que começa no recruta-



JANE FRASER acaba de se sentar na cadeira de CEO do Citigroup, um dos seis maiores bancos americanos e um dos três mais importantes do mundo. É a primeira mulher a chegar ao topo da hierarquia de um grande banco de Wall Street.



DAVID SOLOMON, CEO do Goldman Sachs, disse no Fórum Económico Mundial em 2020 que o banco de investimento tem um compromisso não só com a igualdade de género, mas também com a diversidade. O diretor principal é o nigeriano Adebayo O. Ogunsle e quatro dos 11 lugares no conselho de administração são ocupados por mulheres.



mento e passa pela retenção e desenvolvimento de carreira no banco. O resultado está à vista. As mulheres representam agora mais de 50% da força de trabalho global e ocupam mais de 30% dos lugares no conselho de administração.

O mais recente relatório da Deloitte, "Women in the Boardroom", que analisa os esforços de 66 países para aumentar a diversidade de género nos conselhos de administração, revelou que as mulheres ocupam 16,9% dos assentos nos "board" das empresas a nível mundial, o que significa um aumento de 1,9% em relação à edição anterior. Apenas 5,3% são presidentes do conselho e 4,4% exercem os cargos de CEO globalmente. "As mulheres ainda estão amplamente sub-representadas nos conselhos corporativos em todo o mundo, e o progresso para mudar essa tendência continua lento", pode ler-se no relatório da consultora. E isso está a prejudicar o desempenho das empre-

sas, que não estão a puxar por todo o seu potencial de negócio. Em janeiro de 2020, David Solomon, CEO do Goldman Sachs, deixou uma mensagem no Fórum Económico Mundial. O banco de investimento ia deixar de assessorar empresas privadas americanas e europeias que abrissem o capital em bolsa se não tivessem pelo menos uma mulher na administração. A razão era simples. Nos quatro anos anteriores, o desempenho dos IPO de empresas americanas com pelo menos uma administradora era "significativamente melhor" do que as que não tinham nenhuma mulher no "board". Salomon afirmou que o Goldman Sachs tem um compromisso não só com a igualdade de género, mas também com a diversidade, que é "uma prioridade". E deu o exemplo do seu próprio banco, onde o diretor principal é o nigeriano Adebayo O. Ogunsle e quatro dos 11 lugares no conselho de administração são ocupados por mulheres. ●●



EMPREGAR PESSOAS COM DEFICIÊNCIA ACRESCENTA VALOR ÀS MARCAS

Muitas empresas já perceberam as capacidades excepcionais das pessoas com deficiência. Algumas avançaram com projetos que dão oportunidades de trabalho a esta população. Os resultados são positivos e os projetos estão a crescer. Alguns estudos revelam que os deficientes conseguem ser mais produtivos que os demais funcionários, quando estão em funções adequadas às suas capacidades. Filipa Lino



A Microsoft lançou em 2015 um programa-piloto em Redmond, no estado de Washington, para contratar pessoas do espectro do autismo. São conhecidas as capacidades excepcionais de muitas destas pessoas no desempenho em tarefas repetitivas, na identificação de padrões de dados e em encontrar falhas em software. Esta paixão pelo detalhe é um talento precioso para a indústria tecnológica que estava a ser ignorado. Muitas empresas já perceberam isso e, cada vez mais, estão a empregar autistas. Esta tendência é particularmente importante tendo em conta que as estimativas apontam que cerca de 1% da população do mundo tem um transtorno do espectro do autismo, mas 80% destas pessoas não têm emprego.

A empresa brasileira de cosméticos Natura tem uma atenção especial com a inclusão dos seus colaboradores surdos. No ano 2000, criou um programa de apadrinhamento em que os restantes funcionários são convidados a receber treino e formação de língua gestual, de forma a ajudarem os colegas que não ouvem a integrarem-se melhor quando chegam à empresa. A companhia dedicou na sua Visão de Sustentabilidade 2050 uma parte aos portadores de deficiência. Tem um objetivo de contratação anual destas pessoas acima da quota estabelecida por lei no Brasil, que obriga as empresas com mais de 1001 funcionários a ter 5% do quadro total ocupado por deficientes. A Natura pretendia chegar ao final de 2020 com 8% de pessoas com deficiência no seu quadro de pessoal. Os números totais mais recentes ainda não são conhecidos. Mas só no centro de distribuição da marca em São Paulo a quota já vai nos 20%.

A Organização Mundial da Saúde estima que aproximadamente 15% da população mundial viva com alguma forma de deficiência.

NAÇÕES UNIDAS

Nos países em desenvolvimento, 80% a 90% das pessoas com deficiência em idade produtiva estão desempregadas, enquanto nos países industrializados a percentagem está entre 50% e 70%.

PILAR EUROPEU DOS DIREITOS SOCIAIS – PRINCÍPIO 17

Inclusão das pessoas com deficiência

As pessoas com deficiência têm direito a um apoio ao rendimento que lhes garanta uma vida digna, a serviços que lhes permitam participar no mercado de trabalho e na sociedade, e a um ambiente de trabalho adaptado às suas necessidades.

Em Espanha, a empresa de segurança Prosegur tem em curso desde 2007 diversas iniciativas que promovem o emprego de pessoas com deficiência intelectual. Um dos departamentos que mais têm beneficiado do trabalho destes colaboradores é o da digitalização de documentos. Estes funcionários foram treinados para classificar, arquivar e digitalizar. A experiência, que começou em Madrid, correu bem e já foi replicada noutras cidades espanholas e na América Latina. O país vizinho é aliás um dos Estados-membros da União Europeia com melhores casos de empresas com políticas de inclusão para pessoas com deficiência. Empresas como a Repsol, o CaixaBank e o El Corte Inglés são alguns exemplos.

“Há grandes empresas que já perceberam que dar oportunidades de emprego a pessoas com deficiência não é só uma questão de responsabilidade social. Também acrescenta valor à marca porque o consumidor, quando vai comprar um produto, cada vez mais faz escolhas”, afirma José Miguel Nogueira, especialista internacional e consultor na área da inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho. O sociólogo e investigador integrado no ISCTE garante que “as pessoas com deficiência são, de facto, uma mais-valia” e os estudos internacionais mostram que “os empregadores estão muito satisfeitos com essas pessoas” porque “não faltam mais do que os outros empregados, são tão produtivos como os outros e são uma força motriz para o bom ambiente no trabalho”. José Miguel Nogueira considera que, mesmo que uma empresa contrate deficientes como forma de se promover, “está a ajudar a que as pessoas com deficiência tenham um papel importante na sociedade”.

Ainda existe muito estigma em relação aos deficientes. Mas o mais difícil não é recrutá-los e pô-los a trabalhar. A dificuldade está “em mantê-los no mercado de trabalho e garantir-lhes uma equidade de política salarial e de progressão na carreira”, diz o especialista. Em certa medida, a pandemia até pode ser “uma oportunidade enorme” para estes trabalhadores, uma vez que o trabalho remoto joga a seu favor. Isto porque “muitas destas pessoas têm problemas de mobilidade e de socialização” e a tecnologia ajuda a quebrar essas barreiras. ➤



Rosa Monteiro, secretária
de Estado para a
Cidadania e Igualdade



ROSA MONTEIRO

“A SOCIEDADE CONTINUA A SER MAIS IGUALITÁRIA NOS IDEAIS DO QUE NAS PRÁTICAS”

A secretária de Estado para a Cidadania e Igualdade defende que a desigualdade não é sustentável, salientando que “a sociedade continua a ser mais igualitária nos ideais do que nas práticas, e esse é o problema”. Por isso, defende que a legislação tem de ser indutora da mudança. **Emília Freire**

Rosa Monteiro reconhece que tem havido alguma resistência face a leis de “quotas”, mas os números mostram que a sociedade não se autorregula. Portugal aproveitou a presidência portuguesa do Conselho Europeu, que detém até final de junho, para colocar esta questão no centro da agenda europeia: “Pedimos ao Instituto Europeu para a Igualdade de Género (EIGE) que o tema da nota de pesquisa fossem os impactos socioeconómicos da crise pandémica sobre as mulheres”. Mas, a responsável salienta que tanto o PRR europeu como o Orçamento do Estado nacional para 2021 têm instrumentos específicos que asseguram e medem a igualdade de género na aplicação dos fundos e medidas.

Começo por lhe pedir que faça um ponto de situação da Estratégia Nacional para a Igualdade e a Não Discriminação – Portugal + Igual (ENIND) lançada em 2018.

A Estratégia Nacional é o grande instrumento de política pública, que congrega três grandes áreas de intervenção consubstanciadas em três planos de ação: o Plano de Ação para a Igualdade entre Mulheres e Homens; o Plano de Ação de Prevenção e Combate à Violência

contra as Mulheres e Violência Doméstica, que inclui a Prevenção e Combate às Práticas Tradicionais Nefastas – ou seja, casamentos precoces, infantis, forçados e a mutilação genital feminina; e também o Plano de Ação (que existe pela primeira vez em Portugal) de Combate à Discriminação em razão da Orientação Sexual, Identidade e Expressão de Género e das Características Sexuais.

E temos ainda um outro instrumento de política pública na nossa área de intervenção que é o Plano de Ação de Prevenção e Combate ao Tráfico de Seres Humanos.

A ENIND está alinhada com a Agenda 20/30 das Nações Unidas, a dez anos, mas estes planos estão elaborados para quatro anos, por isso, em 2021 vamos iniciar a sua avaliação para que a partir do próximo ano possamos ter novos instrumentos atualizados.

Desde 2018 muita coisa aconteceu e tanto os planos como a Estratégia continuam a ser pertinentes, bem como as áreas em que se focam. Dou-lhe um exemplo concreto que tem a ver com a importância da igualdade entre homens e mulheres na área do digital, nas TIC, mais ainda no contexto em que vivemos.

O nosso país tem elevadas taxas de escolaridade superior das mulheres, se analisarmos a sua presença nas CTEM – Ciência, Tecnologia



gia, Engenharia e Matemática, Portugal tem números interessantes em comparação com os restantes países europeus. Mas quando desagregamos esta sigla, e analisamos a parte relativa às tecnologias e engenharias, a realidade é muito, muito diferente.

Mas temos vários programas em parceria com diversas entidades para estimular o interesse das mulheres nessas áreas, bem como projetos de capacitação e de liderança, que complementam as várias leis no domínio da paridade nas empresas, na política e na administração pública.

Há alguma resistência face a estas leis e projetos, face às “quotas”, mas os números mostram que a sociedade não se autorregula.

De todo, se se autorregulasse não tínhamos estes indicadores. Hoje há uma grande mediatização destes temas, que permite ajudar a esclarecer melhor a população acerca dos efeitos negativos e perversos da discriminação das mulheres.

“

Pedimos ao EIGE que o tema da nota de pesquisa da presidência portuguesa do Conselho Europeu fossem os impactos socioeconómicos da crise pandémica sobre as mulheres.

Voltando à ENIND e aos três planos de ação, como está a respetiva execução face aos objetivos propostos?

Ainda não tenho a avaliação completa do ano de 2020 [falámos com a secretária de Estado no final de janeiro], mas a execução dos planos de ação está, em média, nos 70%. E acrescento que muito do que não estava previsto nos planos foi lançado em medidas à parte, porque tivemos um ano de 2020 muito exigente, nomeadamente em relação à violência doméstica.

Também na área do Plano de Ação da Orientação Sexual, abrimos agora concurso para um estudo de diagnóstico sobre as necessidades das pessoas LGBT e tivemos já o projeto ADIM – Avançar na Gestão da Diversidade LGBT.

Estamos a trabalhar também com o setor da saúde na estratégia de saúde para as pessoas LGBTI e o balanço é positivo, mesmo num contexto tão adverso. Ainda no âmbito da saúde, na área da violência doméstica foi um ano decisivo porque foi criado um registo para o SNS e, igualmente, no domínio da mutilação genital feminina (MGF) criámos (em 2018) o projeto “Práticas Saudáveis”, conseguindo assim um aumento do registo anual das situações de MGF, que quase duplicou de cerca de 60 para 100/120.

Têm sido feitas também algumas ações no domínio do trabalho não pago?

É um tema que há muito tem sido trazido à discussão e temos dados que demonstram que continua muito evidente a segregação das tarefas feitas pelas mulheres e pelos homens em casa. Temos dados do Inquérito à Fecundidade do INE que mostram que 77,8% das mulheres continuam a lavar e a cuidar da roupa, 59% da limpeza da casa, 65% na preparação das refeições e também no cuidado das crianças e igualmente a idosos e a outras pessoas dependentes. Portanto, é uma realidade persistente, assente em papéis de género que estão muito cristalizados. Há uma “narrativa” de igualdade – “eu já ajudo” – mas que não se reflete quando se fazem estudos sobre as práticas do dia a dia. A sociedade continua a ser mais igualitária nos



Temos de atuar na educação e com campanhas para a desconstrução destas ideias enraizadas, destes preconceitos e destes estereótipos.

ideais do que nas práticas, e esse é o problema. Por isso, temos de atuar na educação e com campanhas para a desconstrução destas ideias enraizadas, destes preconceitos e destes estereótipos.

A legislação tem vindo a potenciar a mudança dessas ideias e dessas práticas. Por exemplo, quando se criou a designação licença de parentalidade e se confere uma licença de pai obrigatória, estamos a induzir uma mudança de representação daquilo que é a responsabilidade por cuidar e criar os bebés e as crianças.

E como é importante termos números, e nomeadamente, valores dos impactos económicos, lançámos concursos para três estudos sobre o impacto da desigualdade na economia, para mostrar que não é sustentável. São estudos que já estão a decorrer e um deles é precisamente sobre o valor do trabalho não pago. A sociedade tem de valorizar o cuidado, seja ele formal ou informal. O cuidado está ainda maioritariamente entregue às mulheres.

Tem vindo também a ser feito um estudo a nível europeu relativo ao impacto da covid-19 sobre as mulheres, pelo trabalho à distância e a forte repercussão, nomeadamente, em setores onde há uma elevada taxa de emprego feminino como a restauração e a hotelaria.

Já há indicadores que demonstram que com a covid-19 as mulheres também foram mais afetadas.

Sim, desde o início da pandemia que a nossa preocupação tem sido, principalmente, em duas áreas: violência doméstica – criar respostas para anteciparmos o agudizar do grau de risco e de maior dificuldade de acesso a essas respostas; e os impactos socioeconómicos ao nível do emprego, de degradação das condições de vida e das dificuldades de conciliação das várias responsabilidades de vida das mulheres.

Por isso, pedimos ao EIGE que o tema da Nota de Pesquisa da presidência portuguesa do Conselho Europeu fossem os Impactos Socioeconómicos da Crise Pandémica sobre as Mulheres. [Ver caixa] Porque só tendo dados e informação objetiva é que as políticas se podem adequar. Mas, por exemplo, no guião da aplicação dos fun-

PANDEMIA DE COVID-19 TEVE IMPACTO NEGATIVO SOBRE AS MULHERES

Na perspetiva do Dia Internacional da Mulher, a Comissão Europeia (CE) publicou o seu relatório anual sobre a igualdade de género na UE 2021, que mostra que a pandemia de covid-19 teve um impacto negativo sobre as mulheres.

“A pandemia exacerbou as desigualdades existentes entre mulheres e homens em quase todos os domínios da vida, tanto na Europa como no resto do mundo, comprometendo as árduas conquistas dos últimos anos”, afirma a CE em comunicado.

Assim, “a fim de melhor monitorizar e acompanhar os progressos em cada um dos 27 Estados-membros, a Comissão lança hoje [5 de março] um Portal de Acompanhamento da Estratégia para a Igualdade de Género”, acrescenta.

PORTUGAL ACIMA DA MÉDIA EUROPEIA NOS ÓRGÃOS EXECUTIVOS

No Índice da Igualdade de Género de 2020 do Instituto Europeu para a Igualdade de Género (EIGE), divulgado a 5 de março de 2021, Portugal está a progredir mais rapidamente do que a média europeia, estando em 16.º lugar no ranking, em relação ao 21.º que ocupava em 2015. E ao nível da presença de mulheres nos governos e parlamentos nacionais dos Estados-membros, Portugal está acima da média da União Europeia (33%), com 39% no Governo e 40% no Parlamento.

dos do Programa de Recuperação e Resiliência (PRR) o artigo 15 já define que os Estados-membros têm de avaliar como é que aquelas medidas, aqueles investimentos, vão potenciar e promover o combate às desigualdades entre mulheres e homens.

Por outro lado, no nosso país, o relatório do Orçamento do Estado para 2021 tem metas específicas e contém, pela primeira vez, uma ferramenta – o Orçamento com Perspetiva de Género –, um conjunto de indicadores, organizados por áreas estratégicas do Programa do Governo, que nos permitirão medir a evolução das medidas de política. 



A DESIGUALDADE NÃO SE RESOLVE NUMA GERAÇÃO

Sobre a igualdade das mulheres nas empresas, e mesmo em toda a sociedade, Margarida Couto, presidente da associação GRACE – Empresas Responsáveis, lembra que a igualdade de género é “um tema que tem raízes culturais profundas e enviesamentos inconscientes nas mentes de todos nós”, por isso “não me parece que seja capaz de se resolver numa geração”. **Emília Freire**

“Portugal tem assistido à transformação da presença das mulheres no mercado de trabalho, nas últimas décadas, representando hoje mais de metade dos licenciados e a quase paridade na população ativa”, afirma o estudo sobre “Gestão e Liderança Feminina em Portugal”, incluído no “Retrato do Tecido Empresarial”, publicado pela Informa D&B em março de 2020.

O documento refere que “empresas cotadas, grandes empresas do Estado e grandes empresas privadas foram aquelas onde se verificaram as evoluções mais significativas, em especial no último ano, no que respeita à participação feminina em cargos de gestão” e adianta: “Para esta evolução contribuiu a Lei 62/2017, que regula a representação equilibrada entre géneros nos órgãos de administração e fiscalização das empresas do setor empresarial do Estado e das empresas cotadas em bolsa, tendo promovido uma rápida subida da presença feminina nos seus conselhos de administração, desde 2013 – o primeiro ano completo após a diretiva europeia segundo a qual os 27 Estados-membros devem garantir uma maior presença feminina em cargos decisórios.”

No restante tecido empresarial, conclui a Informa D&B, “a participação feminina nos cargos de liderança e gestão tem crescido de

forma mais lenta, mas consistente, atingindo 1/3 dos cargos de poderes de decisão (sócios, acionistas, cargos de gestão e cargos de direção) das empresas”.

No entanto, de acordo com o Índice de Diversidade de Género 2020 (GDI) da European Women on Boards (EWOB), divulgado em janeiro, Portugal está na cauda da Europa relativamente à percentagem de mulheres em lugares de gestão de topo.

“O GDI [sigla em inglês], o estudo que analisa a representatividade de género nos conselhos de administração e nos cargos executivos das maiores empresas europeias, revela que as 600 empresas registadas no STOXX Europe de 16 países europeus, incluindo Portugal, têm progredido, embora lentamente, relativamente à igualdade de género. Contudo, o estudo apresenta grandes disparidades quando se observa individualmente cada país”, refere-se em comunicado.

As empresas cotadas em bolsa da Noruega, França, Reino Unido, Finlândia e Suécia estão mais próximas de ter uma liderança equilibrada em termos de diversidade de género, com as mulheres a assumirem cargos de gestão de topo. Mas as empresas da Polónia e da República Checa estão longe de ser equilibradas nas suas escolhas de liderança, adianta o documento.



“

As quotas são um mal necessário, não como solução permanente mas como uma alavanca (...). Esperemos que as quotas tenham esse efeito desbloqueador e que a lei deixe de fazer falta o mais depressa possível.



**Margarida Couto,
presidente da
associação GRACE**

“Portugal está em 13.º no ranking, dentro dos 16 países do STOXX Europe 600 abrangidos nesta análise. Com uma pontuação de 0,44 no GDI, que permite comparar países e empresas, esta pontuação é 0,12 pontos abaixo da média europeia e 0,30 pontos abaixo do ranking dos 45 melhores países. Portugal tem uma pontuação inferior à média em quase todos os indicadores do índice, com pontuações especialmente baixas para a percentagem de mulheres com cargos executivos de gestão (14%) e mulheres em comités (21%), mais de 15% atrás do país com a pontuação mais alta.”

“NÃO HÁ FÓRMULAS MÁGICAS”

Margarida Couto, presidente do GRACE, frisa que “não há fórmulas mágicas que façam com que um tema que tem raízes culturais profundas e enviesamentos inconscientes nas mentes de todos nós se altere de um momento para o outro”.

A também sócia da sociedade de advogados Vieira de Almeida adianta: “Não me parece que seja tema capaz de se resolver numa geração, mesmo que todos os países e empresas tomassem medidas para cumprir o ODS 5 [relativo à igualdade de género, a todos os níveis], acho que implica sempre uma mudança geracional, por uma razão muito simples: quem hoje lidera as empresas nasceu e foi educado numa cultura que criou enviesamentos inconscientes que têm raízes sociais e culturais profundas e que não se mudam de um momento para o outro.”

Por isso, defende, “só quando a nova Geração Z chegar às empresas é que poderemos ter alguma mudança efetiva”.

Para Margarida Couto, “as quotas são um mal necessário, não como solução permanente mas como uma alavanca, de forma transitória, para desbloquear um mito que se alimenta a si próprio: como não há mulheres com experiência de conselho de administração não se convidam mulheres”. Assim, “alguém tem de começar e mostrar que ter mulheres sentadas nos boards não só é normal como, inclusive – e há vários estudos que demonstram isso –, enriquece a empresa, mesmo até nos indicadores financeiros, tornando a empresa mais resiliente. Esperemos que as quotas tenham esse efeito desbloqueador e que a lei deixe de fazer falta o mais depressa possível”.

A presidente do GRACE lembra que, “na Europa, os países mais próximos da paridade (ou seja, 40/4, sendo os restantes 20% oscilantes) são países que têm lei das quotas há mais tempo, levando a crer que a lei das quotas é um instrumento de política pública que tem de ser usado”. Mesmo assim, salienta Margarida Couto,

“muitos dos cargos de mulheres nos boards são cargos não executivos”.

Outra questão importante para a responsável é a necessidade de evoluirmos para “a paridade da licença parental”, porque permitirá às empresas encarar de outra forma a candidatura de mulheres em idade fértil a cargos de liderança porque haverá menos o ‘perigo’ de elas se ausentarem durante meses. Portugal tem uma maior percentagem de mulheres com filhos que trabalha e a tempo inteiro, face a outros países europeus, onde há muitas que trabalham a tempo parcial ou não trabalham.

Aí, a diferença salarial, que continua a existir, poderá ter também algum peso. Margarida Couto salienta, todavia, que alguma da “culpa” deste gap salarial também é das próprias mulheres. “Há um estudo que mostra que na negociação salarial as mulheres também são muito mais ‘tímidas’ – nesse estudo os homens associam a negociação salarial a jogar um jogo competitivo e as mulheres associam a ir ao dentista. Há por isso um pay gap implícito, porque em muitos casos as mulheres ‘desvalorizam-se’ a elas próprias e exigem muito mais de si próprias.” E adianta: “Se alguém propõe um cargo de liderança a um homem, ele aceita na hora, enquanto se propuser a uma mulher, a maior parte pede para pensar.”



ALTA FINANÇA PINTA-SE DE VERDE COM A EUROPA NA LIDERANÇA



As obrigações verdes valem apenas 3% a 4% do total do mercado, mas uma recuperação da crise de olhos postos nas alterações climáticas promete dar um impulso à dívida sustentável. A União Europeia é uma das principais promotoras da mudança. Gonçalo Almeida





As cartas foram lançadas pela União Europeia (UE) num esforço conjunto inédito nestes 28 anos de vida da instituição. O novo pacote orçamental acordado pelos líderes europeus está desenhado para que grande parte da fatia atribuída a cada país seja destinada a projetos que tenham as alterações climáticas como prioridade. O envelope total é de 1,824 biliões de euros, sendo que destes, 750 mil milhões de euros dizem respeito ao plano Next Generation EU. E segundo Bruxelas, 225 mil milhões de euros deste programa serão obtidos através de emissões de “green bonds”, as chamadas “obrigações verdes” destinadas a financiar projetos de âmbito sustentável.

A Europa lidera esta luta pelas finanças sustentáveis. Segundo os dados da Dealogic, o Velho Continente foi responsável pela emissão de mais de 227 mil milhões de euros de dívida verde, social e de sustentabilidade em 2020. Na América do Norte, este montante não chegou aos 150 mil milhões e no Norte da Ásia ficou-se abaixo dos 50 mil milhões.

De acordo com aquela plataforma de dados de mercados financeiros, o total de emissões sustentáveis realizadas em todo o mundo no ano passado foi cerca de 430 mil milhões de euros, através de 986 operações, um crescimento de 82% face ao dinheiro levantado em 2019. E no final de 2020, este tipo de operação ganhou ainda mais força. “Especialmente significativo foi o desenvolvimento do mercado no último trimestre do ano”, continua a Dealogic, no seu relatório anual, acrescentando que só em setembro foram emitidos 78 mil milhões de dólares.

“[Para 2021] prevemos 375 mil milhões de dólares em ‘green

“

As emissões de obrigações verdes em todo o mundo constituem ainda apenas cerca de 3% a 4% do total das obrigações emitidas.

Clara Raposo, presidente do ISEG



bonds’, 150 mil milhões de dólares em ‘social bonds’ e 125 mil milhões de dólares em dívida de sustentabilidade”, diz Matthew Kuchtyak, analista da Moody’s, no relatório, acrescentando que “esperamos que as ‘green bonds’ venham a disparar cerca de 39% este ano numa altura em que a economia continua a recuperar e os emitentes procuram cada vez mais financiamento para projetos amigos do ambiente”.

A recuperação económica da pandemia deverá pintar-se de verde. Segundo a Moody’s, a China, os Estados Unidos e a Europa vão “voltar a convergir no ataque às alterações climáticas”. Recentemente, a UE atualizou a sua meta de redução de emissões



de carbono para 2030 de 40% para 55%. Joe Biden, o Presidente norte-americano, indicou que o seu plano pretende alcançar as zero emissões de carbono em 2050. A China aumentou também os seus compromissos para a descarbonização até 2030, em linha com o Acordo de Paris.

"A política governamental apoiará ainda mais o crescimento e o desenvolvimento de políticas sustentáveis no mercado de dívida no próximo ano, à medida que os governos em todo o mundo intensificam o seu foco nas mudanças climáticas e vinculam os planos de recuperação económica às metas de desenvolvimento sustentável", pode ler-se no relatório.

UM CONCEITO QUE TARDA EM AFIRMAR-SE

"As emissões de obrigações verdes em todo o mundo constituem ainda apenas cerca de 3% a 4% do total das obrigações emitidas. Isto significa que as obrigações verdes são ainda um produto recente, mesmo a nível mundial", começa por dizer Clara Raposo, presidente do ISEG, acrescentando que o "mercado está em crescimento, mas ainda é de reduzida dimensão".

Apesar do aumento esperado para este ano, a Moody's alerta que a emissão de dívida com fins ESG (ambiente, social e "governance") deverá abrandar à medida que as ajudas orçamentais relacionadas com a pandemia começam a estagnar. A Moody's espera que os títulos sociais cresçam 6% em 2021, depois de aumentar sete vezes em 2020, enquanto os títulos de sustentabilidade crescerão 58% depois de duplicarem em 2020.

Rodrigo Tavares, professor de Finanças Sustentáveis da Nova SBE, diz que "talvez o Brasil possa servir de referência". O país emitiu mais dívida sustentável em janeiro deste ano do que no ano de 2019 todo, refere o professor. "As empresas, potenciais emissoras, aceleraram o passo em direção à sustentabilidade corporativa. Este tema começou a entrar na estratégia e nas operações. Começou-se a perceber que a sustentabilidade leva a um melhor desempenho financeiro", remata.

O desenvolvimento sustentável não é um conceito novo, mas só há relativamente pouco tempo faz parte da agenda mediática em todo o mundo. Recuemos até 1987. As Nações Unidas, numa tentativa de responder aos impactos da atividade humana no ambiente, criaram este modelo de desenvolvimento económico como parte do relatório de Brundtland. No fundo, esta prática olhava para as necessidades da sociedade no presente, mas sem comprometer a atuação das gerações futuras. Mas foi preciso esperar cerca de 30 anos para ver este modelo ser aplicado em massa.

O Banco Europeu de Investimento (BEI) revela ao Negócios que, apesar de a sua resposta aos financiamentos não estar influenciada por quotas predefinidas, o "banco avalia os projetos apresentados com base na análise de sua viabilidade técnica, económica e financeira", em que a componente sustentável tem peso. Em 2020, o BEI adotou o roteiro do Banco do Clima para disponibilizar 1 bilião de euros a projetos de "ação climática e sustentabilidade ambiental durante a década crítica que termina em 2030".

Para cumprir este nível, o banco prevê aumentar o financiamento de forma gradual para este tipo de projetos "verdes". Em 2025, a percentagem de dinheiro que irá correr para projetos que visem responder às alterações climáticas será de 50%, sendo que todo o financiamento do BEI passa a ser alinhado com os objetivos do Acordo de Paris. A partir deste ano vai ainda eliminar qualquer investimento em operações que incluam combustíveis fósseis. 



A VELHA DIVISÃO NO BCE PODE ATRASAR A LUTA PELA SUSTENTABILIDADE

A revisão dos mandatos do banco deverá trazer políticas que visem uma maior sustentabilidade, mas a divisão interna na instituição pode atrasar a tomada de medidas. **Gonçalo Almeida**

De um lado, vozes como a de Christine Lagarde, presidente do Banco Central Europeu (BCE), ou de François Villeroy de Galhau, presidente do Banco de França. Do outro, Jens Weidmann, líder do Bundesbank. As velhas divisões internas, que costumam pautar a histórica atuação do BCE, estão a vir novamente à tona da água por causa de um novo problema: usar os poderes do banco ao serviço da saúde do planeta.

No ano passado, Lagarde abriu as portas a uma alteração dos mandatos do banco, que se espera que seja realizada no final deste ano, para os tornar mais amigos do ambiente. A presidente francesa disse que queria tornar o BCE um pioneiro na luta pelas

alterações climáticas, reduzindo as suas compras de ativos emitidos por empresas de combustíveis fósseis ou outros emissores de carbono.

E entre os especialistas, essa é também a convicção. Dois terços dos 33 economistas questionados pelo Financial Times acreditam que a revisão dos mandatos resultará na decisão do BCE de romper com seu antigo princípio de "neutralidade do mercado", que faz com que o BCE compre vários tipos de ativos em proporção ao mercado.

"O BCE irá certamente incluir algumas alterações no seu enquadramento de política monetária para ter em conta o requisito



O BCE irá certamente incluir algumas alterações no seu enquadramento de política monetária para ter em conta o requisito da transição ecológica.

Eric Dor, economista e professor do IESEG

da transição ecológica”, diz Eric Dor, economista e professor do IESEG, acrescentando que “a incerteza é mais sobre a magnitude dessas mudanças e os instrumentos a usar”.

Mas parece que nem todos os membros do BCE concordam com esta mudança. É o caso do presidente do banco central alemão, que, num texto de opinião ao Financial Times, diz que não cabe aos bancos centrais “corrigir as distorções do mercado e as ações ou inações políticas”, adiantando que o “preço do mercado do carbono” é o problema que os governos têm de resolver.

“O maior receio de Weidmann é subordinar a política monetária a objetivos ecológicos, em vez de se concentrar na estabilidade de preços que deve manter a prioridade”, diz o professor.

Um estudo do próprio BCE do ano passado, conduzido por vários economistas do banco e intitulado “Opções para uma revisão estratégica da política monetária”, conclui que “os riscos de sustentabilidade ambiental afetam os objetivos primários do banco central” e, por isso, recomenda “que o BCE se concentre prioritariamente em aumentar a inflação, mas que também defina uma taxa de crescimento sustentável como meta de longo prazo”.

Recentemente, o presidente do Banco de França propôs mesmo que o BCE opere uma espécie de “descarbonização” dos ativos que detém, “de forma gradual e direcionada para todos os ativos corporativos, sejam eles mantidos no balanço do banco central como compras ou como garantia”. No ano passado, a instituição europeia passou a aceitar dívida ligada a projetos sustentáveis como colateral. Também o governador do banco central holandês, Klaas Knot, referiu que os bancos centrais deveriam “redesenhar os seus instrumentos de política monetária” para se ajustarem ao risco das alterações climáticas. Um estudo recente da Greenpeace e da New Economics Foundation mostrou que 63% dos ativos de empresas detidos pelo BCE pertenciam a setores com empresas emissoras intensivas de dióxido de carbono. 



“TRAVAR O AQUECIMENTO GLOBAL É DECISIVO PARA A SEGURABILIDADE DOS RISCOS”

As seguradoras poderão ter um papel fundamental na transição energética em todo o mundo graças ao seu papel simultâneo de investidor e de tomador de riscos. A Associação Portuguesa de Seguradores garante que “há uma enorme vontade” em contribuir. **Gonçalo Almeida**



O setor dos seguros é preponderante para a transição energética, já que está presente nos dois lados da barricada: de um lado, enquanto investidor; do outro, enquanto tomador de risco. Por isso, qualquer discussão sobre alterações climáticas deverá sempre incluir estas empresas, mas “é preciso um ambiente regulatório que favoreça este processo”, garante José Galamba de Oliveira, presidente da Associação Portuguesa de Seguradores (APS), ao Negócios.

“Há uma enorme vontade e necessidade do setor em contribuir para esta transição, há alguns passos já dados na direção certa”, garante Galamba de Oliveira, acrescentando que, em termos regulatórios, “muito está ainda por fazer”. “Esta transição é um caminho que está ainda no início. Há muita legislação, nacional e europeia, em preparação e é muito importante assegurar que essa legislação é realista e preveja prazos de implementação exequíveis”, continua.

O líder da APS conclui que “considerando que a esmagadora maioria da carteira das seguradoras – cerca de 70% – está investida em títulos de dívida pública e privada, é fácil perceber que são especialmente relevantes para o setor os desenvolvimentos legislativos e regulamentares associados à criação de requisitos para as “obrigações verdes e/ou que ajudem a identificar claramente o que são ativos ou projetos considerados sustentáveis”.



A transição para uma economia neutra em carbono em 2050 implica um aumento ou uma realocação do financiamento privado.

**José Galamba de Oliveira,
presidente da APS**



Entre 2000 e 2016, as catástrofes relacionadas com o clima verificadas anualmente a nível mundial aumentaram 46%, enquanto as perdas económicas resultantes de fenómenos meteorológicos extremos a nível mundial aumentaram 86%, entre 2007 e 2016.

De acordo com o CRO Forum, que avalia a gestão do risco por parte das seguradoras, existem entre 12 biliões e 15 biliões de dólares em risco para as seguradoras em todo o mundo devido, apenas, à possibilidade de inundações costeiras, por exemplo. A Net-Zero Asset Owners Alliance, uma aliança das Nações Unidas com investidores institucionais comprometidos em tornar as suas carteiras de investimento neutras em carbono até 2050, é constituída por 26 membros, dos quais 12 são seguradoras.

O presidente da APS garante que “a transição para uma economia neutra em carbono em 2050 implica um aumento ou uma realocação do financiamento privado. Isso significa que tem de haver um alinhamento do sistema financeiro em geral, incluindo das empresas de seguros, com as necessidades de investimento associadas à neutralidade carbónica, uma vez que os recursos públicos disponíveis não são suficientes. Aliás, o setor privado e as famílias deverão ser responsáveis pela maior parte destes investimentos”.

“Por outro lado, o aumento da frequência e severidade das catástrofes naturais constitui um dos maiores desafios para os seguradores enquanto tomadores destes riscos. As alterações climáticas são um desafio para a nossa sociedade e os seguradores serão sempre chamados a desempenhar um papel crucial para ajudarem a sociedade a adaptar-se e a mitigar os seus efeitos”, adianta.

Segundo os dados revelados pela associação, o número registado de perdas relacionadas com eventos climáticos triplicou desde 1980 até hoje e as perdas das seguradoras aumentaram de uma média anual de 10 mil milhões para 50 mil milhões de dólares na última década. E, entre 2000 e 2016, as catástrofes relacionadas com o clima verificadas anualmente a nível mundial aumentaram 46%, enquanto as perdas económicas resultantes de fenómenos meteorológicos extremos a nível mundial aumentaram 86%, entre 2007 e 2016.

“Se conseguirmos travar o processo do aquecimento global do nosso planeta estaremos a dar um passo decisivo para a segurabilidade dos riscos”, adianta Galamba de Oliveira, justificando que “por estes números se vê a importância de sermos bem-sucedidos neste objetivo”.

Um estudo da Boston Consulting Group mostra que a atual pandemia veio evidenciar a necessidade de as seguradoras se mobilizarem para combater as alterações climáticas. O inquérito a 3.000 pessoas em oito países evidenciou que 70% dos entrevistados estão mais cientes agora do que antes da covid-19 de que a atividade humana é uma ameaça para o ambiente. De todas as empresas questionadas, 87% disseram que devem integrar as preocupações ambientais nos seus produtos. “Nesse ambiente, as seguradoras têm a oportunidade de redobrar os seus esforços de alterações climáticas. Aqueles que o fazem podem aumentar a sua vantagem competitiva no mercado e ajudar a sociedade a enfrentar um dos principais desafios do nosso tempo”, pode ler-se no estudo. 



PORTUGAL, O PAÍS DOS “POUCOS BONS EXEMPLOS” NA LUTA SUSTENTÁVEL

Apesar da tentativa de promoção de um Portugal “mais verde”, o país continua atrasado nesta luta, comparando com outros países na Europa. A emissão de dívida soberana para fins sustentáveis foi abordada, mas ainda não saiu do papel. **Gonçalo Almeida**



Em 2017, Mário Centeno, então ministro das Finanças de Portugal, lançou a ideia de se emitir as chamadas “green bonds”, dívida para financiar projetos de sustentabilidade. Três anos depois, a intenção volta a ser reforçada no Plano de Recuperação Económica de Portugal, mas teima em não sair do papel. Polónia (2016) foi pioneira nesta causa, numa lista europeia a que se juntaram países como Suécia, França ou Alemanha.

“Portugal está atrasado na emissão de dívida pública verde. Mais de duas dezenas de países já o fizeram. Nesta área tem havido um descompasso entre a consistente promoção internacional de Portugal como potência verde e a adoção de instrumentos financeiros inovadores”, diz ao Negócios, Rodrigo Tavares, professor de Finanças Sustentáveis da Nova SBE.

No que toca a obrigações verdes por parte das empresas, também aqui se nota um “atraso” face a outros países, refere o professor.

“Temos poucos bons exemplos e muitos maus exemplos”, confessa. Por cá, entre as cotadas do PSI-20, apenas três empresas já se estreadam na emissão de “green bonds”. A EDP foi a primeira, em 2018, e é também a mais experiente. Nesta data, a empresa arrecadou 600 milhões de euros, numa operação que mereceu “aplausos” por parte dos investidores, dado que a procura superou os 1,9 mil milhões de euros, de acordo com a Bloomberg.

Segundo a definição no site da CMVM (Comissão de Mercado de Valores Mobiliários), as obrigações verdes são títulos de dívida que



Entre as cotadas do PSI-20, apenas três empresas já se estrearam na emissão de “green bonds”.

visam “o financiamento dos emitentes e constituem instrumentos especificamente destinados a projetos climáticos e ambientais” e que “podem ser emitidas por Estados e por emitentes privados”.

Depois da EDP, seguiram-se algumas empresas nacionais. Foi o caso da Altri (emissão de 50 milhões de euros), através da subsidiária Sociedade Bioelétrica do Mondego, ou até da Corticeira Amorim (40 milhões). Entretanto, a juntar à de 2018, a EDP realizou cinco emissões. Também o grupo hoteleiro Pestana se juntou a esta lista de emitentes com uma colocação de 60 milhões em 2020. A REN só agora obteve um certificado que lhe dá luz verde para passar a realizar este tipo de emissão. Somando todas estas operações realizadas por empresas portuguesas, foram emitidos até ao momento cerca de 2,5 mil milhões de euros em obrigações verdes. Sendo que, só no ano passado, a EDP levantou quase 1.500 milhões de euros sozinha.

BANCOS EMPENHADOS, MAS É PRECISO MAIS

No ano passado, a Sonae concretizou um conjunto de operações de refinanciamento no valor de 150 milhões de euros, que estão relacionadas com o cumprimento de indicadores ESG. Entre as operações, surge uma emissão obrigacionista de 50 milhões de euros organizada pelo BPI, naquela que foi uma das primeiras operações de natureza ESG na Europa e a primeira na Península Ibérica associada a indicadores de performance específicos para a liderança no

feminino. Já este ano, a EDP foi uma das empresas escolhidas para integrar o índice de Igualdade de Género Bloomberg, que seleciona as companhias cotadas mais envolvidas no desenvolvimento da igualdade entre homens e mulheres no mundo.

A banca nacional tem-se aliado às empresas para financiar projetos que tenham tais preocupações em conta, mas “comparativamente a bancos que operam em outros países, não é possível afirmar que as instituições bancárias em Portugal tenham destaque”, diz Rodrigo Tavares, ao nosso jornal. Ainda assim, tanto o Millennium bcp, a Caixa Geral de Depósitos ou o BPI se mostram “empenhados” em ajudar a tornar Portugal “mais verde”, através do financiamento ou mediação de operações com objetivo de mitigar a pegada ambiental.

A Caixa Geral de Depósitos, em declarações ao Negócios, considera que “o setor financeiro, sendo um dos principais impulsores do desenvolvimento económico”, tem um papel “estruturante na alavancagem de uma economia de baixo carbono e no acesso a produtos que contribuem para dar resposta aos desafios que a sociedade enfrenta”.

“Esta é uma área em que investimos com convicção e que acompanhamos de forma muito próxima”, refere ao Negócios, fonte oficial do BCP, assumindo que “no que respeita a operações de ‘project finance’, fizemos dois financiamentos em 2020 na área ESG: 84 milhões de euros no financiamento da compra de seis centrais hídricas de produção de eletricidade e 77,4 milhões de euros no refinanciamento da Iberwind”.

Além do BCP e CGD, também o BPI diz ao Negócios que, na hora de aprovar o financiamento de projetos, “tem em conta o risco meio ambiental”, tendo definido “um conjunto de exclusões relacionadas com as atividades com especial impacto no risco meio ambiental, além das exclusões gerais relacionadas com a utilização de trabalho infantil ou trabalhos forçados ou participação em abusos dos direitos humanos e o cumprimento das normas em vigor em matéria de saúde e segurança no trabalho”.



RICARDO MOURINHO FÉLIX

“A emissão de ‘green bonds’ implica implementar de raiz um sistema de validação”

Vice-presidente do Banco Europeu de Investimento, diz que a partir do final deste ano todas as operações de financiamento da instituição terão de estar alinhadas com os objetivos do Acordo de Paris. **Gonçalo Almeida**

O Banco Europeu de Investimento já tem uma quota definida do seu investimento para projetos de ação climática?

Temos como meta atingir 50% do total da nossa atividade de financiamento em projetos de ação climática, em linha com o objetivo estabelecido no Roteiro do Banco do Clima. Neste momento, estamos perto de 40% e queremos que esta percentagem cresça de forma gradual até 2025. Em todos os projetos que financiaremos, haverá sempre uma avaliação do risco climático. A partir de 2021, todas as novas operações de financiamento do BEI serão alinhadas com os objetivos do Acordo de Paris o que significa, por exemplo, que não financiaremos projetos de exploração de petróleo. Em novembro de 2019, o BEI demonstrou o compromisso de apoiar a transição energética ao adotar a New Energy Lending Policy (ELP), uma nova política de financiamento de projetos na área da energia que, entre outras medidas, descontinuará progressivamente até ao final de 2021 o apoio a projetos que dependam de combustíveis fósseis.

Considera que esta altura de crise é a ideal para finalmente haver um impulso maior no campo das finanças sustentáveis?

Há dez anos, se disséssemos que íamos ter um peso de 40% de ação climática nos nossos projetos como temos hoje, provavelmente ninguém acreditaria. Era visto quase como algo radical, juvenil, uma utopia. O que é certo é que em dez anos houve um avanço muito significativo nesta parte. A recuperação económica pós-covid é uma oportunidade para reforçarmos esta ambição. Qualquer crise deve ser encarada como uma oportunidade de mudar um conjunto de coi-



sas, para fazer reformas e tornar o crescimento económico o mais sustentável possível. O que fizermos daqui em diante que seja feito com a ideia de que a ação climática deve estar sempre presente.

Acha que Portugal está atrasado em relação ao resto da Europa, em termos de políticas de finanças sustentáveis?

Enquanto secretário de Estado [Adjunto e das Finanças, entre 2015 e 2019], sempre trabalhei no sentido de que Portugal pudesse avançar para a emissão de “green bonds”. A questão, e por isso é que há apenas um conjunto muito limitado de empresas em Portugal a fazê-lo, é que a emissão de “green bonds” implica implementar de raiz um sistema de validação da elegibilidade e monitorização dos projetos pelos emitentes. Esse sistema é caro, não só do ponto de vista financeiro, mas também de recursos humanos, e sobretudo a sua aplicação à despesa pública e ao Orçamento do Estado, que não tem por base um conceito de orçamentação por projetos. Uma segunda questão tem que ver com a necessidade de ter uma massa crítica de projetos suficientemente grande que permita a emissão regular de “green bonds”. A emissão de “green bonds” implica que os títulos sejam líquidos, sob pena de se tornarem pouco interessantes para os investidores. Mas acredito que Portugal o faça a não muito longo prazo. Há um trabalho que tem vindo a ser feito e que está seguramente a ser continuado. 

“

A partir de 2021, todas as novas operações de financiamento do BEI serão alinhadas com os objetivos do Acordo de Paris.



**QUE A PASTA DE PAPEL DÁ ORIGEM AO PAPEL, TODA A GENTE SABE.
O QUE PROVAVELMENTE NÃO SABE, É QUE TAMBÉM FAZ CRESCER FLORESTAS.**

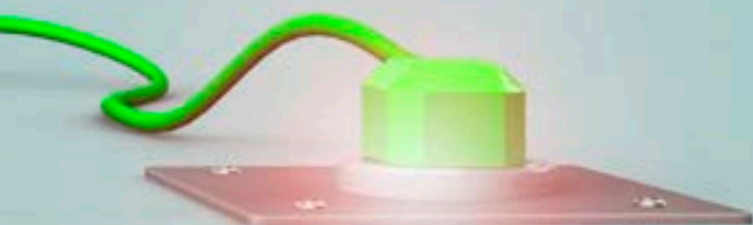
A Altri gere através de um processo industrial sustentável 83 mil hectares de floresta certificada pelo Forest Stewardship Council (FSC®) e pelo Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC™) preservando a biodiversidade. Hoje, somos uma das produtoras de pasta de papel mais eficientes da Europa. Agora já sabe.





TECNOLOGIA E SUSTENTABILIDADE: UM MATCH CADA VEZ MAIS PERFEITO

A busca de eficiência e melhores resultados financeiros tem sido um dos grandes drivers para o investimento tecnológico, mas são cada vez menos os únicos. Reduzir a pegada ambiental tornou-se estratégico.





Atingimos um ‘tipping point’ no qual os investimentos em software e migração para a cloud já não apresentam valores proibitivos para a realidade portuguesa. Cada vez mais empresas estão a investir e a tirar partido de economias de escala mais eficientes e sustentáveis.

Rui Vaz, partner da Deloitte

A pandemia trouxe resiliência, melhor capacidade de adaptação a flutuações e obstáculos e acelerou a transformação digital das empresas. O “statement” é da Deloitte e é uma das principais conclusões de um estudo que avalia tendências de investimento nos próximos dois anos e meio.

A pesquisa mostra que o investimento das empresas em tecnologia tem-se orientado para alcançar operações mais ágeis e eficientes, mas também para melhorar a capacidade de resposta a flutuações da procura e necessidades dos clientes.

Alinhada com estas prioridades e à boleia da tecnologia, a sustentabilidade tem ganho espaço nos orçamentos das empresas. Com a intenção clara de reduzir a pegada ecológica, ou na busca de eficiências, o facto é que Portugal não é exceção e multiplicam-se os investimentos que contribuem para operações de negócio mais sustentáveis, em diversas frentes.

IMPACTO REPUTACIONAL AJUSTOU ESTRATÉGIAS

“Claramente, existe já em Portugal uma procura, através da transformação digital, para a definição de modelos de negócio mais sustentáveis. Em larga medida, o motivo da procura é a perceção do impacto negativo, para o negócio e para a reputação das empresas” que não o fazem, admite José Tavares, diretor de Inovação e Soluções da SAP Portugal.

O Business Council for Sustainable Development Portugal trabalha há 20 anos para incentivar o compromisso das empresas com a transição para a sustentabilidade. Hoje soma 100 companhias de referência em Portugal.

Em retrospectiva, João Meneses, secretário-geral, identifica duas grandes tendências de investimentos tecnológicos sustentáveis hoje no país: a conservadora, com projetos que resultam em ganhos incrementais, e a disruptiva, reconhecendo que já há muitos bons exemplos desta última.

“Temos já hoje um conjunto de empresas com novos modelos de negócio na fronteira entre sustentabilidade e digital.” Destaca aqui as chamadas empresas da economia da partilha “com uma base tecnológica e que por definição vão permitir otimizar recursos”. Também sublinha a adoção de soluções que utilizam recursos da indústria 4.0, como a sensorização, algoritmos, “blockchain” ou realidade virtual.

FABRICANTES DE SOLUÇÕES DÃO O EXEMPLO

O caminho para uma economia sustentável é uma espécie de puzzle com peças distribuídas por diferentes atores, fabricantes de software incluídos. A SAP é líder nos índices de sustentabilidade Dow Jones da indústria de software há 14 anos. Acaba de integrar também o índice das 100 empresas mais sustentáveis do mundo (Global 100 Index 2021 da Corporate Knights), que reconhece a estratégia da fabricante para alcançar uma oferta de serviços TI neutros em emissões de carbono.

A empresa subscreve igualmente o programa Climate 21 das Nações Unidas e comprometeu-se a “dotar com métricas de sustentabilidade o portefólio de soluções SAP. Queremos, com isso, auxiliar as empresas nossas clientes a quantificar o CO2 que foi emitido durante o desenvolvimento e produção dos seus diferentes produtos e serviços”, detalha José Tavares, diretor de Inovação e Soluções da SAP Portugal.



Segundo a Intelligence Unit do The Economist, há cinco tecnologias que estão a desempenhar um papel determinante na forma como as empresas incorporam os chamados fatores ESG (Environment, Social and Governance): “data mining”, inteligência artificial, analítica, Internet das Coisas e “blockchain”, pelo contributo que têm dado para conhecer, monitorizar e otimizar operações, com ganhos ambientais.

“BLOCKCHAIN” TROUXE RASTREABILIDADE ÀS CADEIAS DE VALOR

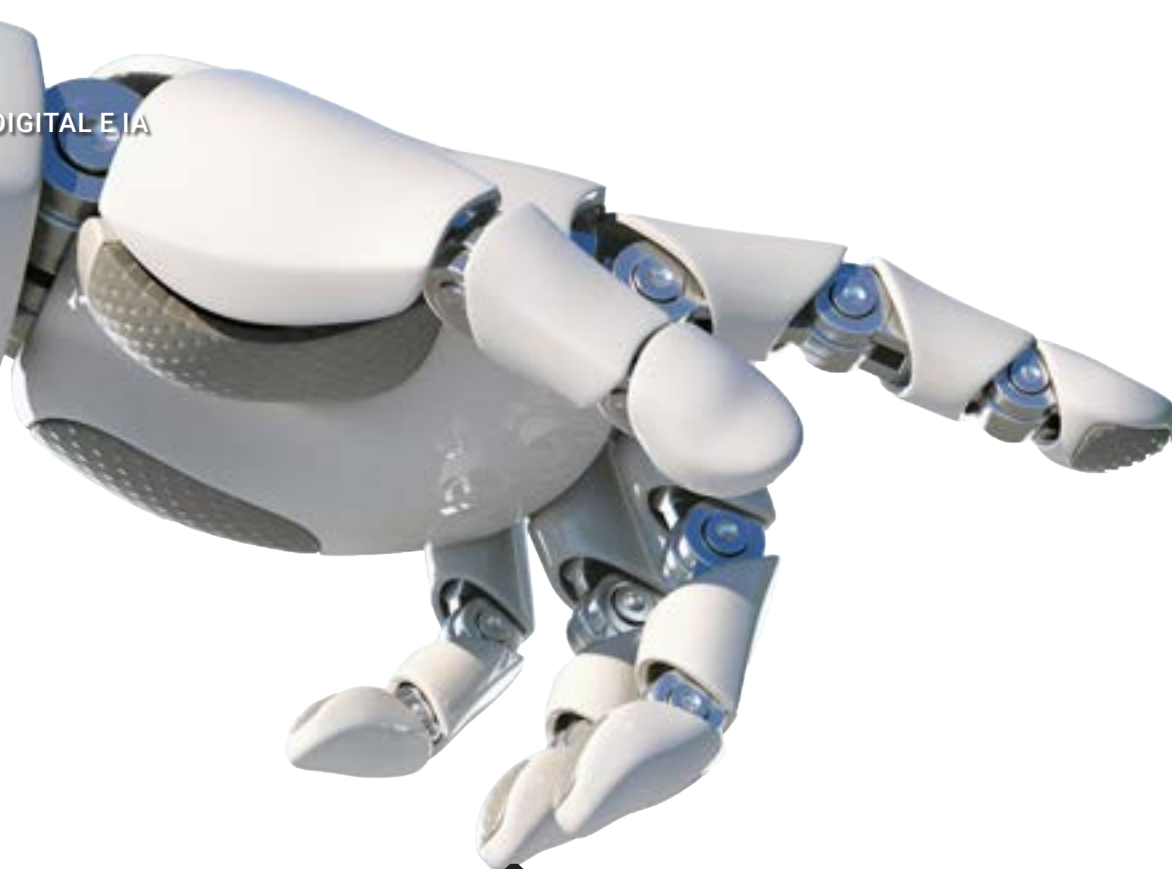
No caso do “blockchain”, sucedem-se aliás os exemplos de projetos que tornam possível rastrear todo o percurso de uma cadeia de valor, da matéria-prima ao produto final. Na moda, indústria alimentar e outras, marcas e clientes passaram a poder tomar decisões baseadas na pegada ambiental gerada por cada ciclo de produção.

“Internacionalmente os casos estão mais desenvolvidos do que em Portugal”, mas também por cá “existem empresas com soluções baseadas em ‘blockchain’, que estão a operar em áreas como a rastreabilidade da cadeia de valor, o comércio de ‘commodities’ em ecossistema. E há diferentes prestadores de serviços de ‘blockchain’ com provas de conceito ou soluções-piloto em operação”, confirma Rui Serapicos, presidente da Aliança Portuguesa Blockchain.

Mas há outros domínios em que a tecnologia tem sido – e promete ser cada vez mais – um driver para investimentos sustentáveis, como o “digital workplace”, destaca Rui Vaz, partner da Deloitte. “Antes da pandemia, algumas empresas já estavam a equacionar formas de trabalhar que combinassem trabalho presencial com trabalho remoto, oferecendo uma maior flexibilidade aos trabalhadores, que acaba por resultar também numa menor pegada ecológica”. No pós-pandemia, o cenário terá uma escala muito maior. Outro driver importante tem sido a migração para a cloud. “Recentemente atingimos um ‘tipping point’ no qual os investimentos em software e migração para a cloud já não apresentam valores proibitivos para a realidade portuguesa.” Cada vez mais empresas estão a investir e a “tirar partido de economias de escala mais eficientes e sustentáveis”, acrescenta o responsável. 🔗

TENDÊNCIAS A MARCAR O INVESTIMENTO TI EM PORTUGAL

No Tech Trends 2021, a Deloitte identificou 10 tendências que prometem criar oportunidades e desafios para as empresas nos próximos 18 a 24 meses. Apontando o foco à realidade portuguesa, destaca três, que já estão a dar o mote para o investimento empresarial em tecnologia, ou que tendem a fazê-lo nos próximos meses. São elas a migração de processos “core” para a cloud, recorrendo a modelos inovadores que acelerem e suavizem o impacto da transição, como sejam o outsourcing ou a utilização de tecnologias “low-code”. Em destaque continuarão também o “aprofundar de uma linha cada vez mais ténue entre experiência física e digital”, que a Deloitte ilustra com as experiências de compra “zero touch” no retalho, ou “a utilização de ‘machine learning’ e inteligência artificial no controlo de fronteiras, ao abrigo do que está a ser feito na Comissão Europeia”, elege Rui Vaz, partner da consultora.



CONVERGÊNCIA ENTRE AGENDA DIGITAL E AGENDA VERDE NO CENTRO DA ESTRATÉGIA POLÍTICA

O Governo está a montar um conjunto de iniciativas para materializar uma visão que é europeia.

A inovação tecnológica e a sustentabilidade estão no topo da agenda europeia e vão absorver boa parte dos fundos disponíveis para a próxima década. “A intersecção entre a Agenda Digital e a Agenda Verde é algo incontornável e que faz todo o sentido. É hoje consensual que a tecnologia pode potenciar a eficiência na resposta ao desafio das alterações climáticas e que o investimento na sustentabilidade é uma enorme oportunidade para o setor tecnológico”, sublinha André Aragão de Azevedo.

O secretário de Estado da Transição Digital recorda que a materialização dessa dupla prioridade está refletida no programa do Governo, no Plano de Ação para a Transição Digital e nos instrumentos financeiros que estão a ser desenhados e negociados pela União Europeia.

“É essa consciência que está na base de alocar à transição digital cerca de 31% dos Fundos do Plano de Recuperação e Resiliência”, destaca, verba que Portugal vai aplicar em três eixos: capacitação da população, transição digital nas empresas e digitalização dos serviços públicos.

EMPRESAS A VÁRIAS VELOCIDADES

A realidade díspar das empresas em Portugal pode ser um desafio adicional nesta maratona para fazer assentar a competitividade da economia em inovação sustentável, à luz das ambiciosas metas do Pacto Ecológico Europeu. “A realidade do nosso tecido empresarial é muito heterogénea: temos cerca de 28% das nossas empresas a declararem que já concluíram a sua transição digital, 50% que estão basicamente a meio do processo e cerca de 22% a declararem ainda não ter sequer começado”, admite André de Azevedo.



Portugal está muito empenhado em promover a adoção de um Selo de Maturidade Digital, que deverá decompor-se em quatro grandes dimensões: Sustentabilidade, Privacidade, Cibersegurança e Acessibilidade/Usabilidade.

André de Aragão Azevedo, secretário de Estado da Transição Digital

GRANDES EMPRESAS PORTUGUESAS UNIDAS EM PACTO PARA A SUSTENTABILIDADE

São essencialmente grandes empresas nacionais ou a operar em Portugal, as que integram a iniciativa Act4Nature, um compromisso a 10 anos para alinhar estratégias empresariais, com a necessidade de minimizar, ou até reverter, a perda de biodiversidade e degradação dos ecossistemas. As signatárias juntam a 10 compromissos comuns, duas novas metas individuais a cada dois anos. O pacto reflete, por exemplo, a intenção da Lipor migrar a 100% para energias renováveis até 2021, o projeto de criação de um sistema de informação geográfica da biodiversidade em todos os aeroportos da ANA até 2030, ou o plano do grupo Amorim para melhorar a eficiência energética dos seus processos de produção em 2% ao ano, até 2024, entre outros. O Act4Nature é coordenado pelo BCSD Portugal.

E pode o Estado dinamizar esse posicionamento? O governante acredita que sim. “Desde logo alargando a oferta de serviços públicos de base digital, mas promovendo também internamente na Administração Pública uma maior capacitação de funcionários e lideranças dos organismos.” Exemplos apontados: a recém-aprovada Estratégia Cloud para a Administração Pública, a agilização da contratação pública de projetos de base tecnológica, ou a facilitação de processos de captação de talento internacional.

Durante o ano o Governo pretende ainda pôr no terreno uma iniciativa de certificação. “Portugal está muito empenhado em promover a adoção de um Selo de Maturidade Digital, que deverá decompor-se em quatro grandes dimensões: Sustentabilidade, Privacidade, Cibersegurança e Acessibilidade/Usabilidade”.

O objetivo é sensibilizar as empresas para o valor acrescentado que este tipo de certificação pode trazer, ajudando na confiança dos clientes e no próprio processo de internacionalização. “Portugal quer ser pioneiro neste conceito e espera lançar os selos digitais durante o ano de 2021”, adianta o secretário de Estado. ➡

Portugal foi pioneiro no apoio à iniciativa “Digital With a Purpose”, promovida pela Global E-Sustainability Initiative, movimento que junta entidades públicas e privadas comprometidas com estratégias de criação de valor, alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.



FINANCIAMENTO CRESCE AO RITMO DE NOVOS PROJETOS

Há cada vez mais startups em Portugal a criar soluções com impacto ambiental, direto ou indireto. O resto do mercado incorpora as mesmas preocupações e o investimento disponível multiplica-se.



No ecossistema das startups, a sustentabilidade tem ganho tração e há cada vez mais projetos alinhados com estes objetivos. António Miguel, “managing partner” da Maze Impact, identifica aí algumas tendências: “O crescimento da economia da partilha como solução de escala para modelos circulares; a digitalização de cuidados de saúde como fator de acessibilidade; produtos orientados para as necessidades específicas das mulheres (‘female tech’); e novos modelos de financiamento para a aprendizagem ao longo da vida.”

A sociedade de investimento criada pela Fundação Calouste Gulbenkian foi pioneira em Portugal no investimento de impacto em startups de base tecnológica, um universo que não tem parado de crescer, garante António Miguel.

Algo que reflete “uma nova vaga de empreendedores, que procuram resolver problemas sociais e ambientais, como parte integrante das soluções e modelos de negócio que criam”, defende, numa “consequência natural de vários anos de desenvolvimento do ecossistema no nosso país”, que resultaram na proliferação de programas, financiamento e orientação deste tipo de startups.

FATORES AMBIENTAIS, SOCIAIS E DE GOVERNANCE TORNAM-SE ESTRATÉGICOS

Mas a tendência é transversal e a pressão dos investidores não é alheia à prioridade que as empresas de diferentes dimensões, níveis de maturidade e setores começam a dar às questões ambientais, sociais e de governação (ESG, na sigla em inglês).

“A sustentabilidade é já uma inevitabilidade. Temos verificado que as empresas mais consistentes, resilientes a fatores exógenos que cada vez mais vão surgindo (como a covid-19) e que apresentam tendencialmente uma performance menos volátil, são de facto aquelas que integraram nos seus modelos de negócio os

CONSULTAS À DISTÂNCIA: 100 MIL VIAGENS QUE NÃO ACONTECERAM

A Knok é um exemplo das soluções tecnológicas de impacto que o ecossistema nacional de startups tem produzido. Criou uma plataforma que facilita o acesso a cuidados de saúde primários e que, na mesma aplicação (no PC ou telemóvel), permite escolher um médico, marcar hora, assinalar sintomas, pagar e ter uma videoconsulta.



De janeiro a novembro de 2020, foram investidos em fundos com ativos sustentáveis 288 mil milhões de dólares globalmente, num aumento de 96% face a 2019, sublinhou Larry Fink, CEO da BlackRock, na carta anual a clientes e gestores, na qual sublinhou que não ter uma estratégia nesta área será cada vez mais penalizador para as empresas.

vários 'layers' da sustentabilidade", destaca Duarte Costa, founder & managing partner da Grosvenor Investments.

"Temos a forte convicção de que os investimentos em empresas e projetos sustentáveis serão claramente, e cada vez mais, incontornáveis, pelos resultados que daí advirão", acrescenta o gestor, que lidera um novo fundo português nesta área e que, na realidade portuguesa, destaca os progressos já alcançados em setores como as energias renováveis e as "clean tech".

O capital de risco está de olhos postos no tema, como provam os recordes obtidos por fundos orientados a fatores ESG em 2020 ou a reorientação de grandes gestoras de ativos (7,8 biliões de dólares), como a BlackRock, neste sentido, mas os mecanismos de financiamento que premeiam estratégias sustentáveis multiplicam-se também noutras vertentes. Dos tradicionais subsídios às linhas de crédito, passando pela dívida, ou até por seguros que mitigam o risco de investimento em tecnologias mais eficientes, incentivando os primeiros passos das PME nesta caminhada. 

No último ano suportou 100 mil consultas, que pouparam outras tantas deslocações. 85% destas consultas resolveram o problema sem necessidade de outro tipo de seguimento, 35% foram feitas a pessoas com mais de 65 anos e muitas levaram o "acesso à saúde a pessoas que provavelmente não teriam acesso aos médicos", sublinha José Bastos, cofundador e CEO da Knok.

O serviço também é usado por seguradores e grupos privados de saúde, em Portugal. Chega já ao Brasil e à África do Sul e ultima a entrada no Reino Unido. Os próximos passos na expansão vão beneficiar do investimento de 1,7 milhões de euros que a Knok angariou no final de 2020, numa ronda liderada pela Mustard Seed Maze.

CAPITAL DE RISCO, SUBSÍDIOS OU SEGUROS?

A lista de fundos, linhas de crédito e programas que apoiam projetos sustentáveis é longa. Estes são apenas alguns exemplos, para diferentes perfis de empresas.

Mustard Seed Maze: 40 milhões de euros para chegar a 35 startups

Este fundo soma mais de duas dezenas de investidores internacionais e 40 milhões de euros. Quer criar um portefólio de 35 startups europeias, já tem 15, em que se incluem várias portuguesas, como a Knok Healthcare ou a Kitch. Investe em projetos de base tecnológica cujas soluções contribuam para a resolução de desafios sociais e ambientais.

InnovFund: Europa subsidia trajeto para a neutralidade carbónica

O InnovFund visa projetos de grande e pequena escala, com tecnologias inovadoras mas já prontas a chegar ao mercado de energias renováveis, indústrias intensivas em energia, armazenamento de energia; captura, utilização e armazenamento de carbono. Decorre até 21 de março a primeira "call" para projetos de pequena escala (com despesas de capital entre 2,5 e 7,5 milhões). Há 100 milhões de euros para investir, via subvenções, até 60% da despesa elegível.

Sustainable Innovation Fund: Grosvenor estreia-se com 50 milhões de euros

Em fase de lançamento, este fundo de Inovação para a Sustentabilidade português quer "captar empresas com uma liderança forte e perfil disruptivo, que contribuam para a criação e reforço de um ecossistema pautado por critérios sustentáveis de longo prazo".

Setores prioritários: agricultura, indústria, energias renováveis, economia do mar, saúde e ciências da vida. Capital disponível: 50 milhões de euros.

ESI: um seguro para investir em eficiência energética sem risco

O Energy Savings Insurance é dirigido a PME que invistam em tecnologias para melhorar a sua eficiência energética. Caso os níveis de poupança prometidos pelo fabricante não se concretizem, o seguro cobre o risco e indemniza a empresa. Iniciativa europeia, coordenada pelo BCSD e operacionalizada com seguradoras portuguesas.



CLARA GONÇALVES

“A EUROPA TEM DE APROVEITAR ESTE EMBALO DIGITAL”

Num mundo dominado pela covid-19, a transição digital acelerou o ritmo e os desafios do desenvolvimento sustentável entraram definitivamente na agenda. Mas é a sustentabilidade da própria digitalização que também está em causa, alerta Clara Gonçalves, responsável pela área de parcerias na ENSICO. **Lúcia Crespo**

Tem sido elo de ligação entre academia e indústria. Clara Gonçalves, responsável pela área de parcerias na ENSICO (Associação para o Ensino da Computação) e ex-diretora executiva do Parque de Ciência e Tecnologia da Universidade do Porto (UPTec), é uma das mentoras do evento Future of Computing e foi distinguida em 2018 com o prémio Champion of the Year, atribuído pela Business Innovation Network (BIN), rede de partilha de conhecimento que reúne universidades, empresas e investidores.

De que forma é que a digitalização contribui para a sustentabilidade?

Existem vários exemplos desse contributo e o caso da economia circular é paradigmático, uma vez que estimula a inovação de processos, produtos e serviços, diminuindo a pressão ambiental e potenciando (acreditamos nós) o crescimento económico, bem como a resiliência humana. Mas enfrentamos múltiplos desafios: esta mudança de paradigma assenta em complexos processos de desmaterialização, com base em formatos de computação, ferramentas e algoritmos, que também põem em causa a sustentabilidade da atividade – ou seja, a própria computação tem de mudar o paradigma, que é muito pesado ambientalmente. Falo da energia envolvida nos processos de digitalização, como o “storage” de dados e a capacidade alucinante de processamento. Algumas das maiores tecnológicas já colocaram servidores em zonas geladas do planeta para diminuir a pegada ecológica, e há muita tecnologia a ser desenvolvida nesse sentido – porque a digitalização só existe se também existirem ferramentas para a poder executar, manter e fazer evoluir.

A sustentabilidade da própria digitalização é um desafio. Que outras questões destacaria?

Um dos desafios reside na educação e na forma como, enquanto

sociedade, nos preparamos para essa digitalização. Devemos preocupar-nos com a formação das futuras gerações, dotando-as de ferramentas que lhes permitam alcançar uma literacia e ética digital. É isso que tentamos fazer na ENSICO, associação que resulta da iniciativa de um conjunto de pessoas que, há mais de 20 anos, lançaram um movimento de alerta da sociedade civil e dos órgãos de decisão sobre a necessidade de inserir no currículo pedagógico ferramentas de pensamento computacional. A ideia é permitir aos mais novos perceberem o que está por trás da tecnologia que intuitivamente utilizamos, e compreenderem assim o impacto das suas ações com base na utilização dessa mesma tecnologia. Paralelamente, há um grande desconhecimento (ao nível dos alunos do 1.º ciclo ao secundário) no que à história da computação diz respeito. Com estes conteúdos, em conjunto com o estímulo do pensamento criativo e a ligação a várias disciplinas basilares, estaremos a ajudar a criar gerações mais preparadas para compreender o mundo e os seus desafios tecnológicos.



Com a pandemia, o discurso da sustentabilidade passou para as ações.



Clara Gonçalves,
responsável pela área de
parcerias na ENSICO –
Associação para o Ensino da
Computação.



Em que fase se encontra o projeto?

Começámos há um ano e meio. O primeiro piloto teve início em 2020 e, numa primeira fase, foi feito exclusivamente com professores de diferentes áreas em dois agrupamentos do Porto – o Agrupamento de Escolas do Cerco e o Agrupamento de Escolas Garcia de Orta – e no Colégio de Nossa Senhora de Lourdes. É nossa convicção que o pensamento computacional tem de existir desde tenra idade e deve ser transversal ao currículo, do 1.º ao 12.º ano. Mas o objetivo não é persuadir os alunos a escolherem áreas tecnológicas, e sim dotar “a escola” de ferramentas computacionais que, aliás, são “unplugged”, sem necessidade de utilização de computadores, pelo menos até ao 9.º ano. O nosso primeiro computador é um caderno quadriculado! Em setembro de 2020, iniciámos a segunda fase do piloto com mais de 200 alunos do segundo e terceiro ciclos destes agrupamentos. Numa terceira fase, contamos alargar a uma comunidade muito maior de alunos, de norte a sul do país. Não estamos a inventar a roda e não estamos a fazer isto sozinhos, trabalhamos com colegas do Reino Unido, que começaram este movimento há cerca de 10 anos.

Foi uma das mentoras do Future of Computing, evento que juntou diversos especialistas da computação na cidade do Porto. Quais os principais temas em cima da mesa?

No fundo, o Future of Computing é uma “summer school” que reúne pessoas de áreas como a computação quântica, computação neuromórfica, química, genética, entre outras. Depois de percebermos a tecnologia e para onde é que essa tecnologia vai evoluir, tentamos antecipar os modelos de negócio do futuro e visualizar como é que as grandes tecnológicas e as start-ups se irão posicionar. Sendo eu uma otimista, quero acreditar que o futuro vai ser sempre muito melhor e que os abanões que vamos sentindo na vida – e este último está a ser muito forte – nos obrigam a refazer certezas. Os desafios relacionados com o desenvolvimento sustentável entraram definitivamente na agenda. Com a pandemia, o discurso passou para as ações, houve uma grande aceleração dos processos de digitalização e sentimos como nunca a necessidade dessa transição. Os desafios encontravam-se identificados, mas estava a ser feito muito pouco para os alcançar.

A Europa pode aproveitar este embalo digital?

A Europa tem de aproveitar este embalo. Sou portuguesa, sou europeia, e tenho muito orgulho em sê-lo. Temos uma herança cultural riquíssima que nos faz ponderar bastante e tomar decisões de forma mais pensada. Mas, na minha opinião, estávamos



a caminhar a passos muito lentos no que ao posicionamento económico, inovação e desenvolvimento tecnológico diz respeito. A Europa deu agora um salto muito grande, não sei quanto tempo vai durar, e não sei se depois da pandemia não iremos desacelerar e voltar a olhar para as nossas burocracias internas, que também têm de ser desmaterializadas – pois geralmente fazem com que caminhemos de forma realmente lenta, e esse é um dos grandes entraves para que o embalo da Europa seja eficaz e permanente.

A transição digital é aliás um dos reptos da presidência portuguesa da União Europeia.

Já todos tínhamos esquecido o abanão que a Humanidade sofreu com a II Guerra Mundial e a capacidade de resiliência que teve então de desenvolver. Voltámos agora a lembrar-nos, sendo que depois de “uma guerra” há sempre um crescimento acelerado. Devemos continuar o caminho do desenvolvimento da tecnologia, pensando nos impactos que tem na nossa vida, quer em termos micro, quer macro – nos ecossistemas. Penso que pela primeira vez assistimos realmente a uma grande preocupação com a sustentabilidade e estamos de facto a pensar sobre isso. Por exemplo, no documentário “The Social Dilemma”, que reflete sobre os efeitos das redes sociais, ouvimos relatos de pessoas que assumiram que iriam mudar o mundo para melhor, mas depois perceberam que não o fizeram, de todo! Há muitos desafios envolvidos



A própria computação tem de mudar o paradigma, que é muito pesado ambientalmente.



Algumas das maiores empresas tecnológicas colocaram servidores em zonas geladas do planeta.

mentas que lhes permitam ser responsáveis num mundo onde serão eles os principais atores.

E num mundo onde as questões éticas provavelmente terão de ser ainda mais debatidas.

Muitas empresas tecnológicas já criaram departamentos de ética e de sustentabilidade social. Ética, transparência e sustentabilidade são três “chavões” fundamentais – tornaram-se palavras muito usadas, por vezes em vão. Estas expressões não devem entrar levemente no léxico comum, têm de continuar a ser especiais, para não correrem o risco de serem esvaziadas.

Como surgiu a sua paixão pela ciência da computação?

Tem que ver essencialmente com a minha vivência dentro da universidade, com o apoio a start-ups e empreendedores, muitos deles vindos das universidades, sobretudo de áreas como engenharia de software, ciências da computação e engenharia eletrotécnica. Sou licenciada em Engenharia Agrónoma, mas acabei por trabalhar ao longo da minha vida em transferência de conhecimento, faço a ligação entre universidades e indústria. É um mundo muito rico que me permitiu participar, desde o início, na construção do Parque da Ciência e da Tecnologia da Universidade do Porto (UPTEC) e ser agora responsável de transferência de conhecimento e inovação na Escola de Medicina da Universidade do Minho. Tenho conhecido muitos destes empreendedores, e grande parte deles são hoje meus grandes e bons amigos. Criámos assim um grupo interessante que partilha estas preocupações com outras comunidades, como a Data Science Portugal (DSPT) – que todos os anos realiza uma conferência sobre ciências da computação.

Dizia-me que a computação envolve também uma história de paridade.

A história da computação é uma história linda de paridade, mas sempre foi vendida como sendo apenas de homens, e não é assim. Isso está parcialmente retratado no filme “Hidden Figures”, que conta a vida de três matemáticas (Katherine Johnson, Dorothy Vaughan e Mary Jackson) que tiveram um papel fundamental na exploração espacial, sobretudo em aplicações da computação na NASA. As questões da igualdade de género são por isso fundamentais neste discurso, porque o mundo é de todos. Essa literacia também está a ser feita, e com muita força. 

no mundo das grandes ferramentas tecnológicas e acredito que são uma preocupação de todos nós.

Uma das grandes lutas é o combate às “fake news”, por exemplo.

Aponto novamente a literacia como resposta para enfrentar questões como as “fake news” e os “deepfakes”. Essas preocupações foram aliás abordadas na 2.ª edição do Future of Computing. O que aconteceu no Capitólio, nos Estados Unidos, é um culminar de tudo isto. Outra preocupação tem que ver com a questão da cibersoberania: enquanto um computador puder ser “hackeado” em qualquer altura, o nível de vulnerabilidade a que as atuais democracias estão sujeitas é enorme.

E essa vulnerabilidade combate-se apenas com literacia, e não com regulação...?

A regulação é uma questão muito complexa, eu tenho uma posição muito liberal. Uma legislação apertada e restritiva, e essa é a tendência de um conjunto de iniciativas da União Europeia, pode travar o desenvolvimento da tecnologia e da própria economia, dado que estamos num mercado global. Acredito plenamente na autorregulação e na liberdade individual, temos de trabalhar a capacitação do ser humano e o desenvolvimento de tecnologia “human-centered”. Isso passa por dotar os mais novos de ferra-





TRANSPARÊNCIA É A MELHOR ARMA

Comunicar a sustentabilidade, seja ambiental ou social, não é tão fácil como parece. Enquanto a sociedade civil se move, com poucos meios, em prol do planeta Terra, as empresas têm do seu lado o enorme poder de comunicar para as massas e assim influenciar e alterar os padrões de consumo.

Helena C. Peralta

A ativista ambiental Greta Thunberg ficou conhecida por liderar o movimento de greve das escolas pelo clima.



Admire-se ou não, uma coisa é certa: o estilo de comunicação de Greta Thunberg funciona. Em poucos meses, a ativista sueca, que em 2018, apenas com 16 anos, esteve vários dias de greve em frente ao Parlamento do seu país, tornou-se uma das personalidades mais conhecidas do mundo no que à defesa do ambiente diz respeito. Muitos especialistas em comunicação são unânimes em afirmar que as características próprias do seu discurso – que espolteou o chamado “efeito Greta Thunberg” – funcionam. Comunicação clara, simples, consistente e autêntica, sustentada no equilíbrio e na emoção, com mensagem forte que representa um “murro no estômago”, suportada em factos e dados, mas pouco complexos e exaustivos, é a estratégia por ela seguida. Manipulada ou não – as críticas são muitas nesse sentido –, a verdade é que se trata de uma jovem que abraçou uma causa, e esta é, para muitos, a ferramenta mais poderosa que existe em comunicação.

Com tão pouca experiência na bagagem e uma síndrome que tinha tudo para a prejudicar (foi diagnosticada com Asperger, a forma mais ligeira de autismo) mas que, por ser diferente lhe dá superpoderes, como gosta de dizer, tornou-se o rosto do combate às mudanças climáticas e, em finais de 2019, foi considerada personalidade do ano pela prestigiada revista Time.

PORQUE RESULTA ESTA FORMA DE COMUNICAR?

Massimiano Bucchi, professor de Ciência e Tecnologia da Universidade de Trento, e autor de inúmeros livros, refere em artigo de opinião que cada vez menos os líderes políticos tradicionais e os ativistas ambientais chegam aos públicos relevantes e cada vez menos mobilizam as massas. Por outro lado, os cientistas, embora tidos como credíveis e confiáveis, não são vistos, sobretudo pelas gerações mais jovens, como modelos de comportamento inspiradores.

Talvez, como explica o autor, devido à crescente especialização das suas pesquisas, ao declínio do grau de intelectualização dos públicos ou porque foram surgindo novas figuras e modelos, como os gurus das tecnologias, que substituíram o papel tradicionalmente atribuído aos cientistas. Assim, este especialista refere que a adesão das massas ao apelo da jovem Greta Thunberg se prende sobretudo com a sua autenticidade, pela força da mensagem que veicula facilmente nas redes sociais e por ter uma abordagem não partidária, longe das clivagens políticas, das fronteiras nacionais ou de interesses específicos.

COMO A SOCIEDADE SE ENVOLVE NA SUSTENTABILIDADE

Comunicar a sustentabilidade, sobretudo por parte dos negócios, a atividade que cria riqueza às populações, não é tarefa fácil. Mas também não o é para a sociedade civil que se mobiliza em redor de um objetivo comum, o da defesa do planeta Terra, a nossa única casa. Ou seja, a premissa não é apenas fazer, individualmente, o que é mais sustentável, mas sim divulgar e induzir à mudança de comportamentos que trarão resultados no futuro. O mundo dos negócios e do consumo está a mudar. A pressão por parte



Massimiano Bucchi,
professor de Ciência
e Tecnologia da
Universidade de Trento.



Comunicar a sustentabilidade, sobretudo por parte dos negócios, a atividade que cria riqueza às populações, não é tarefa fácil.

do consumidor é cada vez maior, o seu nível de conhecimento obriga a maior exigência, a fazer as escolhas mais acertadas para a sustentabilidade do planeta e a sua mobilização já começou. E a urgência é tal que a sociedade civil se envolve tanto ou mais do que os organismos e entidades governamentais.

Leila Teixeira, licenciada em Comunicação e acérrima defensora da questão ambiental, decidiu, após cinco anos a trabalhar em consultoria de gestão, que teria de dar voz à sua missão de vida: a educação e a sensibilização ambiental. Criou, para esse objetivo, o Âncora Verde, um projeto que pretende tocar o público para esta temática, e é cofundadora da Raízes Mag, uma revista online dedicada também à sustentabilidade. Além disso, participa em diversos projetos de voluntariado ambiental em Portugal e em Cabo Verde.

"A revista surgiu porque havia uma lacuna grande entre a parte científica e as pessoas. A ideia é tornar os conceitos simples e acessíveis a todos", explica. Acredita que "temos um grande problema de comunicação por parte da ciência e a revista pretende informar sem julgar.

Queremos que a mensagem chegue a todos de uma forma simples, mas não simplista". Leila Teixeira é autora da obra "Defender o Futuro", um manual para o cidadão consciente e também ele assente numa comunicação simples, factual, com dicas sobre

aquilo que os consumidores comuns podem fazer para a redução da sua pegada ecológica.

Tal como Greta Thunberg – embora defenda que a forma de a jovem comunicar não é a mais correta, por ser acusatória e agressiva, esta conseguiu criar desconforto –, está envolvida na sua missão de deixar um planeta sustentável às gerações seguintes. No mesmo acredita Nysse Arruda, jornalista náutica de origem brasileira que vive em Portugal há 20 anos e que está fortemente envolvida na preservação dos oceanos, com os quais se relaciona há cerca de três décadas. "Acompanhei de perto a evolução do impacto da poluição nos oceanos. O mundo náutico foi o primeiro a sentir o problema dos plásticos", explica. Foi em função dessa vivência que escreveu o seu primeiro livro sobre os oceanos e foi fazendo reportagens para diversos meios de comunicação social com os quais colabora. Nessa senda avançou com a criação, em 2018, do Centro de Comunicação dos Oceanos, uma associação sem fins lucrativos sediada em Lisboa e que tem como missão divulgar conhecimento sobre os mares, aumentando a conscientização sobre a poluição marinha.



Leila Teixeira, ativista e fundadora da Âncora Verde e Raízes Mag.



Nysse Arruda, do Centro de Conhecimento dos Oceanos.

Através deste projeto, que tem o apoio, entre outros, da Unesco, a jornalista criou um fórum global através do qual, em livestream, especialistas das mais diversas áreas relacionadas com os oceanos partilham o seu conhecimento com o público de língua portuguesa. Em 19 palestras promovidas, muitos oradores passaram a mensagem da importância e da urgência da sustentabilidade dos mares. “Acredito no poder da informação e do conhecimento para mudar as mentalidades e criar uma mudança de comportamentos. Para mim, esta é a forma certa de mobilizar as pessoas”, afirma.

Já Susana Fonseca, reconhecida especialista da organização ambientalista Zero, que acompanha a questão das novas sociedades sustentáveis, acredita também que as empresas devem fazer parte desta equação. Ou seja, a organização, que tem como objetivo principal acabar com as desigualdades no país, mobilizar a sociedade para a participação ativa e influenciar os decisores nesse sentido, entende que enquanto a forma de avaliar o crescimento de um país for o PIB, os modelos de produção e de grande consumo não se alteram de forma significativa.

Susana Fonseca entende que atuar junto dos agentes de produção é a melhor forma de passar a mensagem da sustentabilidade. “Acreditamos numa mudança estrutural e temos de promover essa reflexão. Queremos criar mais pontes entre a componente económica e a ambiental, e isto faz-se junto dos agentes económicos”, explica.

Uma das ferramentas de comunicação adotadas pela Zero é a da formação junto dos produtores, comunicando com clareza e genuinidade, e mostrando alternativas viáveis. Este grupo de agentes está aberto a conhecer novas alternativas e tem o poder de influenciar o consumidor. Esta organização tem também um importante papel de influenciador das políticas em prol do ambiente. Faz, no fundo, o chamado lóbi, atividade que ainda tem alguma

conotação negativa na Europa, mas que está regulamentada no sentido da transparência dos grupos de interesse e faz parte de um sistema democrático.

Este tipo de pressão realizada pela sociedade é fundamental para a mudança de comportamento, pois só esta poderá levar o mundo a atingir as tão ambicionadas metas de descarbonização. Recentemente, uma coligação de 65 organizações da sociedade civil, envolvendo ativistas de várias áreas, desde a ambiental ao comércio justo, publicou uma estratégia sombra para o futuro dos setores do têxtil e calçado na União Europeia, na qual pede à Comissão Europeia a responsabilização das empresas nestes setores – alguns dos que têm maior impacto ecológico –, ao nível de toda a cadeia de aprovisionamento.

EMPRESAS ATUAM NO PALCO PRINCIPAL

Nesta causa, os agentes económicos têm, de facto, o papel principal. São as empresas que ditam as tendências e têm o poder de redirecionar os consumos de massa. Duarte Pitta Ferraz, professor catedrático de Governança e Banca na Nova SBE e administrador não executivo em diversas empresas, relembra que existem dois modelos de governança, um centrado na criação de valor para o acionista, um modelo anglo-saxónico, e outro, continental, mais virado para a comunidade. Neste último, é assumido que a empresa não serve apenas para gerar lucros e a sustentabilidade assume um papel central no negócio.





DICAS PARA COMUNICAR A SUSTENTABILIDADE

Sete passos que a sua empresa deve seguir para comunicar bem o tema da sustentabilidade:

- 1 – Começar pelo propósito e traçar um plano de ação;
- 2 – Não ficar apenas pelas intenções descritas num relatório, avance com iniciativas concretas;
- 3 – Entenda e assimile o que o seu negócio vai ganhar com a sustentabilidade;
- 4 – Não comunicar antes de ter medidas aplicadas e, de preferência, alguns resultados para mostrar;
- 5 – Envolver os seus colaboradores e torne-os embaixadores da sua empresa;
- 6 – Manter transparência na comunicação, mostrar o lado bom e o menos bom para criar confiança;
- 7 – Não fazer greenwashing (ou ecobranqueamento), pois vai trazer sabores num futuro próximo.

Os critérios ESG (do inglês Environment, Social, Governance) são a base para a atuação das empresas socialmente responsáveis e cada vez mais têm impacto na economia. “As empresas têm vantagens em seguir os princípios da sustentabilidade, seja no acesso ao capital seja na atração e retenção de talento”, afirma o especialista. Por exemplo, o Banco Europeu de Investimento (BEI) tenciona passar a financiar apenas atividades com impacto sustentável. Além disso, há grupos de empresas que só trabalham com fornecedores que sigam também um modelo de governança sustentável.

O outro lado da questão, e uma vez que comunicar a sustentabilidade traz vantagens aos negócios, é sobre a ética e a transparência dos dados apresentados. Para Duarte Pitta Ferraz há aqui diferentes posições: os que fazem “lip service” (dizem que fazem mas não provam) e os que fazem e não comunicam. “É importante que digam o que estão a fazer, mas que também provem o que estão a fazer. Tem de haver transparência na comunicação. Além disso, é importante ir além da lei, ou seja, seguir as melhores práticas, não porque é obrigatório, mas porque é o mais correto. Quem cuida tem o retorno da sociedade”, explica.

Por exemplo, a marca americana de roupa outdoor Patagónia é um case study mundial por ter feito uma inovadora campanha anticonsumo, na época do Black Friday, em 2011, na qual pedia ao consumidor que não comprasse um dos seus blusões mais vendidos, incentivando a compra do estritamente necessário e, assim, reduzir o consumo. A campanha agradou, e hoje é considerada um dos expoentes máximos do capitalismo sustentável. Porém, ser sustentável não pode ser usado como ferramenta de marketing. O futuro do mundo dos negócios pertence às empresas que estão realmente comprometidas com o desenvolvimento sustentável, e os seus relatórios, por exemplo, não podem simplesmente ser meras cópias dos anos anteriores. Francisco Neves, managing partner e fundador da Stravillia, empresa de consultoria em sustentabilidade, é especialista em apoiar empresas na construção dos seus relatórios de sustentabilidade. “O relatório é apenas um culminar de todo o trabalho, um trabalho que começa a ser importante em termos financeiros, quer para a avaliação do crédito bancário, quer na relação com os clientes e fornecedores”, explica.

A GRI (Global Reporting Initiative) é uma organização independente, sediada em Amesterdão, na Holanda, que apoia os negócios a comunicar da melhor forma os seus impactos na sociedade, através da definição de standards. É através destas normas que a Stravillia atua junto dos seus clientes: primeiro faz um levantamento da situação, das preocupações e das áreas a melhorar, o que culmina num relatório de atividade. “Como consultores, incentivamos os nossos clientes a não comunicar o que não seja verdade, a transmitir um equilíbrio que possa ser mantido”, diz. Para ele, o melhor é ter uma comunicação transparente e equilibrada, descomplexada, mesmo em relação às coisas que não correram tão bem. “A credibilidade é maior quando se comunica o bom e o mau”, explica.



Isabel Augusto, fundadora e CEO da GreenMedia, especialista em comunicação e imagem, dá particular atenção a esta temática. A GreenMedia, que existe há 15 anos no mercado nacional, desenvolveu, em meados de 2020, um pacote que designou de Programa de Sustentabilidade com base nos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) traçados pela ONU na Agenda 2030, para apresentar aos seus clientes empresariais. "Trata-se de um guia para a sustentabilidade, destinado a apoiar as empresas a refletirem sobre esta questão, e implementarem uma mudança de cultura", explica a responsável.

A iniciativa conta com a colaboração de vários especialistas, entre eles Pedro Norton de Matos, organizador do GreenFest, e Francisco Ferreira, presidente da Zero, para apoiar as diversas iniciativas delineadas no programa. Este é aplicado à medida de cada empresa, com base num manual definido para 18 setores de atividade, e conta atualmente com mais de mil medidas concretas. "Ao fazermos o diagnóstico, obrigamos as empresas a fazerem uma reflexão interna sobre esta questão. A sustentabilidade implica atingir resultados, para que se possa comunicar. É importante medirem a sua pegada ecológica para atuarem e melhorarem", afirma Isabel Augusto.

Propósito e estratégia são os dois conceitos base que Charlotte Mure-Ravaud, da Sustainable Society Initiative, do grupo GCI, aplica na sua atividade de consultoria. Apoia as empresas a estabelecer os seus objetivos e a planear as ações tendo por base quatro grandes pilares ligados aos 17 objetivos da ONU: governança, colaboradores, comunidade e ambiente. "Temos uma metodologia simples que ajuda as PME em poucos dias a estabelecer o seu plano estratégico", diz. E avança alguns conselhos para as empresas comunicarem bem as suas ações de sustentabilidade: terem sempre um propósito, saber porque fazem as ações e qual o real impacto na sociedade.

Depois de envolvida a gestão de topo, há que envolver sempre os colaboradores: eles serão os embaixadores da sustentabilidade da sua empresa. Além disso, alguma colaboração com ONG ou associações que apoiem causas são uma boa solução para mudar os comportamentos.

Algumas empresas procuraram estes serviços de consultoria também para avançarem com uma certificação B Corp, distinção que surgiu através de um movimento nascido em 2007 nos Estados Unidos designado de Benefits Corporations. Esta certificação destaca as empresas que fazem negócios a pensar no equilíbrio entre o lucro e o propósito e tomam decisões a pensar no impacto que terão nos trabalhadores, clientes, fornecedores, comunidade e ambiente. Há mais de 3.700 empresas no mundo com esta certificação, e algumas em Portugal, que têm de cumprir um conjunto de padrões sociais e ambientais. A Hovione, empresa farmacêutica nacional, obteve esta certificação em 2017, tornando-se a primeira empresa da área química e farmacêutica do mundo a integrar esta rede de negócios certificados para a sustentabilidade. 

Os perigos do greenwashing

Negócios devem evitar comunicar o que não têm ou não fazem, em nome da sustentabilidade da própria marca. Comunicar alegações que não existem pode ser um tiro no pé.

Ser sustentável não pode ser usado como uma ferramenta de marketing. Esta tem de ser a base do negócio, ou este não sobreviverá. Os consumidores são cada vez mais exigentes, mais conscientes e criteriosos, como explica Leila Teixeira, ativista ambiental. Por isso mesmo, há algumas empresas que, não querendo perder mercado, se apoiam em estratégias de vendas menos corretas, a que se chama de greenwashing, ou, em português, ecobranqueamento. No fundo, esta prática existe quando uma entidade utiliza ações de marketing no sentido de mostrar que mantém boas práticas ambientais, quando, na verdade, faz muito menos do que apregoa, ou, simplesmente, não as faz.

A Comissão Europeia divulgou há uns dias os resultados de uma ação de rastreio sobre uma série de sítios web destinados a identificar violações da legislação, que este ano se centrou no ecobranqueamento. Esta fiscalização incidiu sobre as alegações de linha ecológica em vários setores de atividade, como vestuário, cosméticos e equipamentos domésticos. A nível europeu foi identificado que em 42% dos casos as alegações eram exageradas, falsas ou enganosas, e podem ser consideradas práticas comerciais desleais ao abrigo das normas da União Europeia. Das 344 alegações duvidosas, as autoridades concluíram que, em 59% dos casos, os comerciantes não forneceram elementos de prova para apoiar a sua alegação. Em 37% dos casos, a alegação incluía informações vagas e gerais, como "consciente", "ecológico" e "sustentável". Ora isto mostra que o ecobranqueamento aumentou e que os consumidores procuram cada vez mais comprar produtos respeitadores do ambiente.

Segundo um relatório desenvolvido pela TerraChoice, agência canadense de marketing ambiental, são diversos os "pecados" associados ao greenwashing, entre eles o pecado da promessa vaga, o pecado da falta de prova e o pecado da irrelevância (isto é, quando a alegação talvez seja verdade, mas não existem provas disso). Será que os consumidores estão atentos às armadilhas provocadas pelo marketing das empresas? Não é fácil perceber quando estão a ser conduzidos para determinada escolha. Para além do termo greenwashing há já quem fale em brainwashing: a contrainformação pode conduzir os consumidores a pensarem que estão a fazer as escolhas mais inteligentes e a contribuir para mudanças positivas no mundo. 

*Bem-vindo de volta, futuro.

Welcome back Future



**Entre numa nova era com o Novo
Fiat 500 Elétrico, a partir de 460€/mês.****

**Novo Fiat 500 87 kW 118cv Icon, inclui despesas de legalização e transporte, em renting 60 meses/50.000 km. Aluguer mensal, sem entrada, inclui manutenção preventiva e corretiva, IUC, assistência em viagem 24h, seguro de danos próprios 4% franquia, pneus ilimitados e viatura de substituição, nos termos do contrato, condicionado à aprovação da Leasys. Condições válidas até 30/04/2021. Saiba mais em leasys.com. Consumo elétrico em ciclo combinado WLTP: de 13 kWh a 14,9 kWh/100km. Sem emissões de CO2 WLTP.

FIAT



LUÍS MERGULHÃO

“DEIXOU DE SE FALAR EM CIDADÃOS OU CONSUMIDORES, PARA SE FALAR EM PESSOAS. DEIXOU DE SE FALAR NUM MUNDO GLOBAL, PARA SE FALAR NO PLANETA”

Especialista em comunicação de marcas, entende que muitas empresas ainda não perceberam o impacto que têm na mudança de comportamentos, e que já não se fala em mundo global, mas no planeta. Quem não entender isso ainda está a agir como no pico do século passado. Helena C. Peralta

Dedicou toda a sua vida ao mundo da comunicação. Foi no início dos anos 90, do século passado, que Luís Mergulhão entrou nesta indústria, ao fundar diversas empresas nesta área, entre elas a central de compras TMP, em 1991, construída em parceria com a WPP e a Omnicom e a agência de meios OMD, fundada em 1995. Anteriormente, durante os anos 80, fora vice-presidente do Instituto Português de Cinema e presidente da Tóbis Portuguesa e administrador da RTC – Rádio Televisão Comercial.

Ao longo da sua carreira, ocupou vários cargos associativos: foi presidente da APMP (Associação Portuguesa para a Promoção da Multimédia), presidente da CAEM (Comissão de Análise e Estudos de Meios), vice-presidente da CSP (Confederação de Serviços de Portugal), membro da direção da APAME e da APEIP (associação que integra agências de meios), entre outras. Em novembro de 2019 foi nomeado pró-reitor da Universidade Nova, cargo que acumula com o de CEO do grupo que fundou.



Nos últimos anos, a sustentabilidade tem estado cada vez mais na ordem do dia. Qual a importância para as empresas em comunicar bem este assunto?

As empresas, assim como outras entidades, quer políticas, quer organizações da sociedade civil, aperceberam-se de que se torna urgente não apenas trabalhar, a cada um dos níveis da sua atividade e das suas responsabilidades, nas questões da sustentabilidade, na sua introdução nos processos organizativos, produtivos, nas suas relações com parceiros, mas também em saber comunicá-lo. E não se trata somente de comunicar a sua atenção a estas questões, que ganharam um palco gigante no limiar deste século. Não basta dizer que se adere a esses princípios, torna-se necessário explicar quais as suas metas, quais os seus propósitos. Percebeu-se enfim que tudo, ou quase tudo, deve ser feito para as pessoas, para o planeta. Quem não o faça não só está a perder uma linha estratégica fundamental, como se vê de repente percecionado como antigo, desajustado, pouco responsável e, por vezes mesmo, é alvo de reparo ou de indicações incontornáveis por acionistas ou analistas de mercados, sempre atentos.

Como tem evoluído a comunicação de sustentabilidade na última década? O que têm aprendido os profissionais de comunicação e as empresas neste processo?

Hoje, todas as empresas, todas as marcas, falam em sustentabilidade, dizem que são sustentáveis. Se, por um lado, isso é positivo – sinal da importância dessa abordagem – é preciso entender que não devemos estar num terreno comum de uma forma indiferenciada: o importante não é o comunicar sobre a adesão aos princípios da sustentabilidade, mas antes dizer o que se está a fazer, quais as características de novos produtos ou serviços, quais as metas definidas quando não se possam mudar de imediato todos os processos e produtos nas formas em que são disponibilizados, o que se vai ganhar com essa mudança e, principalmente, quais os propósitos por trás dela. Quem não o entenda fica apenas no plano do indiferenciado, no meio de um estádio cheio de empresas e de marcas que, mais do que “velhas”, se percebe que não sabem para “onde ir”, apenas reclamando que “estão a ir”.

Esta evolução é uma exigência do mercado, dos próprios consumidores? É uma questão de “vida ou morte”?

É uma exigência universal e premente. Basta ver as novas gerações, as suas preocupações a este nível, o “olhar crítico” que muitas vezes lançam sobre os “mais antigos”. E não se pense que é apenas uma preocupação do mundo “mais desenvolvido”. Este conceito deixou de existir quando estamos no plano de ter acesso a informação que circula universalmente, e com uma rapidez e disseminação incríveis. E sabemos que quanto mais dificuldades vivemos no nosso dia a dia, mais aspiracionais são esses valores, mais indelével ficam na nossa memória. E não sendo “uma questão de vida ou de morte” no curto prazo, não tenhamos dúvidas: perante alternativas, as pessoas escolhem quem lhes pareça mais próximo dos esforços que sentem como necessários, mesmo que nem tudo esteja atingido. E se não tiverem alternativa, não “esquecem”, tudo fica no “deve e haver” dos atributos positivos/negativos da marca. Os danos a médio prazo conhecemo-los, e serão difíceis de contornar ou ultrapassar.



Luís Mergulhão, CEO da Omnicom Media Group.

“

Não basta dizer que se adere a esses princípios, torna-se necessário explicar quais as suas metas, quais os seus propósitos.



Enquanto se pensar que apenas se tem de comunicar sobre a sustentabilidade, e não antes mudar, planejar a mudança, e executá-la, e tudo fazer para o conseguir, tudo será espúrio e inútil.

As empresas e as instituições têm a real noção do papel deste tipo de comunicação na mudança de comportamentos, na consciencialização, e de influenciador dos consumidores?

Muitas ainda não! Enquanto se pensar que apenas se tem de comunicar sobre a sustentabilidade, e não antes mudar, planejar a mudança, e executá-la, e tudo fazer para o conseguir, tudo será espúrio e inútil. Hoje o principal trabalho ainda não é o da comunicação, mas o do planeamento estratégico das empresas e marcas, no desenho de produtos, na gestão. Ao mesmo tempo, muitas organizações ainda estão longe de desenvolver uma correta comunicação interna, para os seus colaboradores, para quem está mais próximo, no dia a dia, no terreno, na loja, ou num back office virtual. Sem essa comunicação interna, a mudança nunca se concretizará. Naturalmente poderá ser imposta, mas sem a adesão dos colaboradores, das “pessoas” que constroem por dentro as empresas e as marcas, fica frágil.

Não corremos o risco de se banalizar a comunicação de sustentabilidade, uma vez que ajuda a criar valor? Há campanhas que anunciam produtos sustentáveis de uma forma muito forçada...

Para isso vale a pena fazer uma leitura retrospectiva dos últimos decénios, nomeadamente a partir do pós-guerra do século passado, ao querer-se um mundo sem guerra e em desenvolvimento. Com isso surgiu, primeiro, a livre circulação de bens, ou seja, o livre comércio, depois a livre circulação de serviços, ou seja, de capitais. E veio de seguida o advento da internet. Passou-se de ter empresas e marcas com presença internacional para uma presença global, o pensar global. E com esse processo apareceram as preocupações ecológicas, verdes. Hoje o mundo é diferente: deixou de se falar em cidadãos ou consumidores, para se falar em pessoas; e deixou de se falar num mundo global, para se falar no planeta. Aqui está toda a diferença, e quem não o entender na sua comunicação está ainda a agir no pico do século passado: temos de falar do nosso propósito, do que estamos a fazer, e para que serve. Não vale apenas dizermos “que somos sustentáveis”. Adianta pouco, ou mesmo quase nada.

Falando do lado menos positivo da comunicação, o greenwashing é um perigo e pode virar-se contra a própria empresa... Que regras devem ser seguidas e acauteladas?

As pessoas não são desprovidas de capacidade de análise e de discernimento. Deve-se ser verdadeiro e, principalmente, não comunicar (ou dar a entender nessa comunicação) que se está a evoluir num sentido, quando isso não é verdade. As pessoas percebem-no, os parceiros quererão outras empresas e marcas com atributos mais fortes e (reais) nessas áreas, os nossos colaboradores serão os primeiros descrentes e, mais do que tudo, acionistas e analistas perceberão rapidamente que a empresa está num caminho sem futuro.

Acredita que este processo deve ser o mais transparente possível? As marcas ganhariam mais com isso?

Temos de assumir sempre o que ainda somos, mas dizer o que estamos a fazer, e para quando, para mudar essa nossa trajetória que se pretende positiva e construtiva. Não podemos, nem devemos, esconder ou renegar o nosso passado, devemos ter mesmo orgulho do que fizemos, do que construímos, mas ao mesmo tempo dizer que

não estamos parados ou desatentos às necessidades prementes das pessoas e do planeta. Esse é sempre um desígnio importante das empresas.

Quais as principais características que deve ter uma boa comunicação de sustentabilidade?

Penso que temos de ter orgulho do que foi feito, e se for o caso reconhecer o que fizemos menos bom. Devemos sempre explicar os nossos propósitos, já que tudo o que fazemos hoje, pessoas, empresas ou instituições, deve ter um propósito. Depois há que dizer o que na prática muda (ou vai mudar), quando, e que benefícios concretos tem. É importante dar a cara, pois é uma evidência deste compromisso. Há que saber que mesmo num momento difícil, numa inesperada contrariedade, as questões de sustentabilidade devem estar presentes, serem tidas em conta, se não no imediato pelo menos no curto prazo, e isso deve ficar claro. E, por fim, é importante ter alegria, confiança, vontade de futuro: é o melhor que podemos e devemos partilhar com as pessoas nossas clientes ou a quem pretendemos dirigir-nos, num planeta que é de todos.

Como se podem ou devem medir os resultados de uma comunicação efetiva e daí retirar ensinamentos para o futuro?

O sucesso da comunicação depende, em primeiro lugar, da verdade do produto ou do serviço. Depois, temos de estar atentos às novas plataformas de comunicação, aos novos códigos, às novas aspirações. Qualquer métrica deve, pois, estar baseada nestes dois planos. E quem trabalha em marcas sabe bem que não há uma única métrica para medir o sucesso. Este, mesmo que conseguido, torna-se nesse momento frágil. Há que o manter. Para isso a investigação, a análise, a melhoria, a mudança possível, mas sempre a verdade, no encontro com as pessoas e o planeta. No fundo, estes são os “consumidores” no “lugar” e “ambiente” onde tal acontece. 

O AMANHÃ GANHA-SE HOJE

CANDIDATURAS

Prémio
Nacional de
Sustentabilidade

20  30
negócios



PROJETOS DE SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL, SOCIAL E ECONÓMICA



A humanidade enfrenta inúmeras ameaças que não conhecem fronteiras. Desafios de saúde pública, económicos, sociais e ambientais, que não podem ser ignorados.

São temas complexos que estão inter-relacionados e que resultam das ações do ser humano.

O mundo, a Europa e Portugal precisam de desenvolver novas estratégias de desenvolvimento, assentes em critérios de sustentabilidade e inclusão social, promovendo economias locais e regionais. A comunidade científica deixou vários alertas. Se não forem tomadas medidas corretivas da ação humana, o planeta enfrenta um risco elevado de chegar a um ponto de não retorno.

Na prática, todos os anos a humanidade consome os recursos equivalentes a 1,75 planetas Terra. O tempo não pára. Temos até 2030 para mudar. Toda a pressão exercida pelo consumo desenfreado dos recursos naturais da Terra tem consequências na sustentabilidade dos recursos naturais, do ambiente e na qualidade de vida do ser humano.

Esta é uma realidade mais expressiva nos países com clima mediterrânico, como é o caso de Portugal, onde as alterações climáticas avançam a um ritmo 20% superior ao de outras regiões do planeta.

É obrigatório a sustentabilidade estar presente em todas as vertentes das estratégias de desenvolvimento do país. Impõe-se uma ação concertada que leve a uma mudança de comportamento no Estado, nas empresas e na sociedade civil.

Para ajudar a elaborar uma reflexão cuidada sobre estes assuntos, o Jornal de Negócios lançou uma iniciativa única em Portugal.

Com o Negócios Sustentabilidade 20/30, o jornal assumiu um compromisso: informar e quantificar a evolução e os resultados das várias novas iniciativas sustentáveis que estão a ser desenvolvidas em Portugal, na Europa e no mundo.

A informação passou a estar veiculada todas as semanas na edição do Negócios, através de um espaço regular dedicado à sustentabilidade todas as quartas-feiras que está disponível em papel e no site. À informação veiculada semanalmente, o Negócios acrescentou conferências digitais que deram voz a vários especialistas e que serviram para mostrar os caminhos, desafios e avanços que foram alcançados em Portugal nesta matéria.

Esta iniciativa do Jornal de Negócios inclui o Prémio Nacional de Sustentabilidade Negócios 20/30 que, nesta primeira edição, contou com mais de uma centena de candidaturas distribuídas por sete categorias, a saber: Descarbonização; Economia circular; Bem-estar e cidades sustentáveis; Igualdade e diversidade; Comunicação de sustentabilidade; Digital & IA; Finanças sustentáveis.

Um total de 88 candidaturas foram elegíveis para o Prémio Nacional de Sustentabilidade. São esses projetos que são divulgados nesta secção, dando a conhecer as muitas iniciativas que são desenvolvidas em Portugal em matéria de sustentabilidade ambiental, social e económica. ➡



Erradicar a pobreza



Erradicar a fome



Saúde de qualidade



Educação de qualidade



Igualdade de género



Água potável e saneamento



Energias renováveis e acessíveis



Trabalho digno e crescimento económico



Indústria, inovação e infraestruturas



OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DA ONU

A 1 de janeiro de 2016 entrou em vigor a resolução da Organização das Nações Unidas intitulada “Transformar o nosso mundo: Agenda 2030 de Desenvolvimento Sustentável”, constituída por 17 objetivos, desdobrados em 169 metas, que foi aprovada pelos líderes mundiais a 25 de setembro de 2015.

Nessa resolução assumiu-se que ambiente e desenvolvimento são questões inseparáveis. Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são de ordem social, económica e ambiental e visam orientar a criação de um novo modelo de desenvolvimento global que acabe com a pobreza, promova a prosperidade e o bem-estar de todos, proteja o ambiente e combata as alterações climáticas.

O Prémio Nacional de Sustentabilidade Negócios 20/30 está alinhado com os ODS, como se verifica em todos os projetos que apresentamos nesta secção da revista.

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



BRUNO MARQUES,
Associate Partner da Deloitte

A SUSTENTABILIDADE COMO ALAVANCA DE CRIAÇÃO DE VALOR

A sustentabilidade é hoje um desígnio global, assumido de forma cada vez mais evidente por pessoas, empresas e governos, deixando de ser encarada como uma obrigação ou um requisito de compliance, que impõe restrições ao negócio e contribui para a destruição de valor. Efetivamente, os desafios associados à sustentabilidade têm vindo a acentuar-se e a ganhar visibilidade global. Prova disso é que, em 2020 e 2021, os cinco principais riscos globais identificados pelo World Economic Forum pertencem às categorias ambiental e social.

Neste âmbito, e a título de exemplo, é esperado que a trajetória de aquecimento global acima de 2°C até 2050 origine migrações massivas de populações devido à subida do nível das águas, a proliferação de doenças infecciosas, a escassez de água potável e perda de biodiversidade. Estas tendências deverão agravar as desigualdades e injustiças sociais, numa altura em que 1% da população apresenta mais do dobro da riqueza de 6,9 biliões de pessoas e os homens possuem mais 50% de riqueza do que as mulheres.

Em paralelo, importa realçar as crescentes expectativas e exigências de stakeholders, como governos, investidores, colaboradores ou consumidores, relativamente à ação e transparência das organizações neste contexto. A título de exemplo, as maiores gestoras de investimento têm exercido a sua influência para canalizar fundos para modelos de negócio que incorporem fatores ambientais, sociais e de governo (ESG) no seu ADN.

Torna-se assim evidente que a sustentabilidade deixou de ser algo acessório, muitas vezes entendido como uma restrição ao desenvolvimento do negócio ou até uma “moda”, passando a ter um papel central no desenvolvimento do negócio, enquanto alavanca e oportunidade de criação de valor. As organizações devem passar a integrar os temas ESG no seu ADN, no processo de tomada de decisão e na operação diária.

Esta alteração de paradigma traduz-se em tensões inevitáveis entre o desempenho financeiro de curto prazo e as bases para a criação de valor de longo prazo – a definição de sustentabilidade. Os líderes das organizações deverão ser pragmáticos e encontrar um equilíbrio, fazendo escolhas que assumam a sustentabilidade como alavanca de criação de valor e vantagem competitiva, assegurando o crescimento, mas também a proteção das marcas. Do ponto de vista do crescimento, existem alguns casos de sucesso que evidenciam diferentes formas de criação de valor a partir da sustentabilidade. Por exemplo, as construtoras automóveis tiveram de incorporar a sustentabilidade no core do seu negócio e lançar veículos híbridos e elétricos, que representaram **novas fontes de crescimento e inovação**. As marcas de “Sustainable Living” de um grupo líder global de FMCG cresceram 69% mais rápido do que o resto do negócio em 2019, o que representou 75% do crescimento da empresa, demonstrando a importância da **diferenciação da marca e lealdade do consumidor**. Um fabricante global de alimentos e bebidas reportou



Fernando Guerra

A sustentabilidade deixou de ser algo acessório, muitas vezes entendido como uma restrição ao desenvolvimento do negócio ou até uma “moda”, passando a ter um papel central no desenvolvimento do negócio.

mais de US \$375M de redução de custos atribuíveis a iniciativas de sustentabilidade entre 2010 e 2015, o que demonstra a **otimização de recursos, redução de desperdícios e eficiência de custos**. As empresas com forte compromisso com a sustentabilidade têm reportado uma redução de 25% a 50% na rotação dos seus colaboradores, em paralelo com um aumento geral na produtividade de até 13%, o que prova o benefício na **atração e retenção de talento**.

Adicionalmente, atuar de acordo com princípios de sustentabilidade também protege as organizações relativamente a riscos reputacionais, à possibilidade de perder a licença para operar e ao risco de degradação de contexto macroeconômico, social e ambiental.

O principal desafio para as organizações está normalmente associado à capacidade de incorporar a dimensão sustentabilidade no seu dia a dia, em cada uma das suas atividades ou tomada de decisão. Para aumentar a sua maturidade na gestão da sustentabilidade, as **organizações deverão ser capazes de atuar nos eixos estratégico e operacional, de forma coordenada e consistente**.

Do ponto de vista estratégico, as organizações devem procurar consensualizar os tópicos mais relevantes para os principais stakeholders (e.g. colaboradores, investidores, reguladores, clientes), os requisitos dos principais índices e ratings de ESG (e.g. Ecovadis, Sustainalytics, CDP, DJSI), integrando-os na sua estratégia e planos de investimento, definindo critérios e métricas de

ESG, e definir metas para melhor selecionar investimentos, iniciativas e portfólio de produtos de acordo com critérios de ESG.

No que respeita ao modelo operativo, torna-se fundamental que a abordagem seja transversal a toda a empresa e integrada nas suas diferentes dimensões de atuação, desde os processos de planeamento e operação, à relação com fornecedores e clientes, ou à gestão dos seus colaboradores. Neste âmbito, podem considerar-se temas como a medição e otimização da pegada de carbono, a avaliação de fornecedores, a avaliação e mitigação de riscos climáticos, a seleção das iniciativas de investimento na comunidade, ou a adequação de processos internos a requisitos regulamentares.

Todos estes vetores são importantes para que as organizações consigam demonstrar uma maior proposta de valor para os seus clientes, mas também atrair e reter os melhores talentos. Nesse sentido, a criação de iniciativas como o Prémio Nacional de Sustentabilidade é fundamental para a promoção da necessidade de construção de modelos mais sustentáveis e eficientes.

Para capturar o valor associado à sustentabilidade, é essencial capacitar e orientar as organizações para esta transformação. Há um longo caminho a percorrer, mas hoje é reconhecido que as intenções, ainda que boas, já não são suficientes.

É imperativo agir, já!

"O melhor momento para plantar uma árvore foi há 20 anos, o segundo melhor momento é agora" (provérbio chinês). 🌱



JÚRI

ANTÓNIO MARTINS DA COSTA

Membro do Conselho de Administração Executivo da EDP

PRESIDENTE DO JÚRI



Destacar as empresas e os projetos que contribuem para a transformação sustentável das sociedades é o mérito inovador deste prémio. O caminho para a neutralidade carbónica e o bem-estar social faz-se mais firme com o contributo da comunicação social.

FRANCISCO FERREIRA

Presidente da ZERO – Associação Sistema Terrestre Sustentável



Os resultados obtidos nas candidaturas ao Prémio Nacional de Sustentabilidade mostram ser possível um caminho ambicioso para a neutralidade climática.

JOANA PORTUGAL PEREIRA

Autora do 6.º Relatório de Avaliação do IPCC. Investigadora convidada do Imperial College London



O Prémio Nacional de Sustentabilidade é uma excelente iniciativa para promover a descarbonização do setor privado e acelerar os esforços necessários para atingir as metas do Acordo de Paris.

JÚLIA SEIXAS

Professora e presidente do DCEA, FCT UNL



O Prémio Nacional de Sustentabilidade revela o enorme potencial de inovação dos atores nacionais para transformar a economia em modelos mais ecológicos e inclusivos.



Esta categoria inclui iniciativas, serviços ou produtos que criam um impacto positivo a nível da redução das emissões de gases com efeito de estufa e que promovem a luta contra as alterações climáticas.

São valorizadas a integração de soluções tecnológicas e a reengenharia de processos inovadores, que promovem a mudança dos comportamentos da sociedade civil, a industrialização inclusiva e sustentável e a melhoria da gestão das infraestruturas existentes, tornando-as mais sustentáveis e resultando numa menor pegada carbónica.

**LUÍS URMAL
CARRASQUEIRA**

Managing director
da SAP Portugal



“É urgente ajudar as empresas a quantificarem a emissão de CO₂ pela produção dos seus produtos. Em conjunto, com os consumidores, construiremos uma economia livre de carbono.

**PEDRO MARTINS
BARATA**

Coordenador da equipa que
elaborou o Roteiro para
a Neutralidade Carbónica.
Partner da Get2C.



“Uma transição energética em curso, novos materiais, novos produtos para uma nova sociedade. Descarbonização: um desafio social e aos modelos de negócio.

DESCARBONIZAÇÃO



ALCANÇAR A NEUTRALIDADE CARBÓNICA EM 2050

Esta iniciativa visa compensar dois milhões de toneladas de carbono por ano, através do financiamento de projetos de proteção da floresta, de desenvolvimento de energias alternativas, entre outros.

Em fevereiro de 2020, a bp anunciou a ambição de atingir a neutralidade carbónica (net zero) até 2050 e de ajudar o mundo a alcançar o mesmo objetivo. Desde então, a pandemia de covid-19 mudou a vida além do que poderíamos imaginar. A crise reforçou a crença da bp em reinventar a energia e manter a ambição e os objetivos definidos pela empresa em fevereiro.

A bp lançou, no dia 22 de julho, a iniciativa Drive Carbon Neutral que pretende compensar todas as emissões de carbono provenientes dos abastecimentos dos condutores em Portugal efetuados nos postos de abastecimento da bp. Através desta iniciativa, a empresa está a compensar as emissões de carbono de todos os combustíveis de gásóleo, gasolina e GPL através do programa bp Target Neutral, utilizando créditos de carbono gerados a partir de projetos globais que financiam a utilização de energias renováveis, baixo carbono e a proteção das florestas. Para compensar as emissões dos clientes, o bp Target Neutral aplica as melhores práticas, sustentadas por padrões internacionais. Os créditos de carbono provêm de projetos de redução de carbono que são verificados e selecionados de forma independente por um painel de Organizações Não Governamentais (ONG). Ao longo dos últimos 14 anos ajudaram clientes a compensar 6 milhões de toneladas de carbono, angariando mais de 24 milhões de euros para projetos de redução de carbono em todo o mundo. Os condutores que beneficiam do programa Drive Target Neutral em Portugal estão a apoiar uma série de programas que incluem um projeto de instalação de fogões eficientes no México e um projeto de proteção e plantação florestal na Zâmbia. Estes projetos não só reduzem as emissões de carbono como também proporcionam benefícios de subsistência em linha com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. Em 2019, apoiaram um portefólio que ajudou mais de 1,2 milhões



Em 2019, as ações da bp ajudaram mais de 1,2 milhões de pessoas no acesso a melhores cuidados de saúde, providenciou formação e educação a mais de 8.000 pessoas e protegeu mais de 40.000 hectares de floresta.

de pessoas no acesso a melhores cuidados de saúde, providenciou formação e educação a mais de 8.000 pessoas e protegeu mais de 40.000 hectares de floresta, muito significativos a nível mundial.

A iniciativa Drive Carbon Neutral visa contribuir para a nova ambição da bp de atingir a neutralidade carbónica (net zero) até 2050 e ajudar o mundo a atingir o mesmo objetivo. Paralelamente, a bp está a trabalhar para ajudar os seus clientes a gerir a transição para baixo carbono: os combustíveis avançados bp Ultimate, com tecnologia ACTIVE oferecem mais eficiência para veículos, ajudando os condutores a utilizar menos combustível por viagem; também desenvolveram uma parceria com a EDP para o carregamento elétrico nos postos de abastecimento, em linha com os objetivos do programa Drive Carbon Neutral.

COMO SÃO ESCOLHIDOS OS PROJETOS

O bp Target Neutral assume uma abordagem orientada à qualidade para selecionar projetos de compensação de carbono. Os projetos têm de cumprir com padrões internacionais e demonstrar

que a redução das emissões é real, adicional (que não aconteceriam sem o projeto), permanente e única. Além do potencial de redução de emissões, pedimos também que os fornecedores divulguem o seu impacto alargado na sociedade e no ambiente utilizando os ODS - objetivos como saúde de qualidade, energias renováveis e acessíveis, trabalho digno e crescimento económico.

Os clientes querem saber que os créditos de carbono que a bp usa para os ajudar a compensar as suas emissões de carbono atendem aos mais altos padrões, razão pela qual empregam um processo de três etapas.

A primeira assenta na seleção de projetos que cumprem totalmente os requisitos do Código de Boas Práticas da ICROA - a Aliança Internacional para Redução e Compensação de Carbono, uma organização sem fins lucrativos composta pelos principais fornecedores de redução e compensação de carbono no mercado voluntário de carbono. Isto significa que foram verificados de forma independente face aos padrões internacionais aprovados estabelecidos no Código, como o Verified Carbon Standard (VCS), Gold Standard ou o Mecanismo de Desenvolvimento Limpo das Nações Unidas (MDL).

Estes padrões fornecem uma estrutura metodológica, um processo de verificação independente e um registo para garantir que as reduções de emissões são reais. Auditores externos são envolvidos para garantir que o projeto leva a cabo uma contabilidade rigorosa de carbono e que está em conformidade com as leis locais e nacionais aplicáveis.

A segunda etapa passa por verificar se um projeto faz parte da lista restrita, o Fórum de Seleção de Projetos do bp Target Neutral avalia cuidadosamente a sua robustez e capacidade de oferecer benefícios socioeconómicos e



Empresa: **bp Portugal**

Nome do projeto: **bp Drive Carbon Neutral**

Data de início: **22/07/2020**

Data de conclusão: **22/07/2023**

Principais beneficiários da iniciativa: **Comunidade em geral.**

2 MILHÕES
de toneladas de
carbono por ano
compensados.



ambientais com base na sua contribuição para os ODS. O Fórum compreende ONG independentes que estão envolvidas no setor da compensação voluntária de carbono.

Na terceira e última etapa, visitam cada projeto para garantir que o trabalho de contabilidade de carbono dos auditores é da mais alta qualidade.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

A iniciativa impacta diretamente os objetivos



Energias renováveis e acessíveis



Cidades e comunidades sustentáveis



Ação climática

Os projetos de compensação de carbono apoiados pelo bp Target Neutral, e que se encontram associados à campanha, apoiam os ODS



Erradicar a fome



Saúde de qualidade



Educação de qualidade



Igualdade de género



Água potável e saneamento



Energias renováveis e acessíveis



Trabalho digno e crescimento económico



Indústria, inovação e infraestruturas



Ação climática



Proteger a vida terrestre



Parcerias para a implementação dos objetivos



AUTOCARRO ELÉTRICO MOVIDO A HIDROGÉNIO

Melhorar o transporte urbano com uma solução de mobilidade mais limpa, silenciosa, segura, mas com elevado conforto e acessibilidade para os seus passageiros.

As redes urbanas exigem meios de transporte mais verdes, seguros e economicamente sustentáveis. O Caetano H2.City Gold é uma solução inovadora que expone os benefícios económicos e ambientais do hidrogénio rumo a uma sociedade descarbonizada e que simboliza mais um passo significativo no desenvolvimento de soluções de mobilidade, para o transporte coletivo de passageiros, com zero emissões. O desenvolvimento deste sistema de gestão de energia, mais racional, ecológico e eficiente contribuirá de forma direta para o reforço e implementação de soluções de mobilidade elétrica no transporte coletivo de passageiros,

A autonomia do H2.City Gold pode ultrapassar os 400 quilómetros e o tempo de abastecimento é inferior a 9 minutos.

possibilitando a diminuição da utilização de combustíveis fósseis e, consequentemente, a diminuição da pegada de carbono deste setor. O desenvolvimento e comercialização do autocarro Caetano movido a hidrogénio é uma oportunidade de mercado que permite colocar Portugal na linha da frente da mobilidade elétrica devido à pouca oferta ainda existente deste tipo de produtos inovadores e com tecnologia de ponta. Importa referir que a CaetanoBus foi a primeira empresa em Portugal a desenvolver um autocarro movido a hidrogénio e a primeira da Europa a usar a tecnologia de pilha de combustível da Toyota.

CARACTERÍSTICAS DO H2.CITY GOLD

O autocarro H2.City Gold já se encontra inteiramente desenvolvido e iniciou a produção em série e comercialização. Destaca-se pela sua modularidade, autonomia e lotação elevada, segurança e simplicidade de utilização. Disponível nas versões LHD (volante à esquerda) e RHD (volante à direita) com duas ou três portas com 10,7 m ou 12 m, adapta-se facilmente a qualquer ambiente urbano. O facto de ter uma autonomia que pode ultrapassar os 400 quilómetros com um tempo de abastecimento inferior a 9 minutos garante que os requisitos operacionais das rotas dos operadores de transportes urbanos não são comprometidos.

Até hoje, já foram vendidas 27 unidades do modelo H2.City Gold de 12 m, volante à esquerda, para quatro países diferentes: Alemanha, Espanha, França e Arábia Saudita. De momento, estão a ser realizadas demonstrações com o autocarro a hidrogénio com diferentes operadores europeus. Além de ser um autocarro zero emissões que promove a mobilidade verde, é produzido



CaetanoBus

Empresa:
Caetano Bus

Nome do projeto:
Autocarro a hidrogénio – H2.City Gold

Data de início:
18/10/2019

Data de conclusão:
31/12/2020

Principais beneficiários da iniciativa:
Operadores de transportes públicos e privados.

Nos grandes centros urbanos, muitas vezes, a poluição sonora atinge níveis altamente prejudiciais à saúde. Ter zonas urbanas mais silenciosas é um objetivo comum no horizonte das cidades do futuro. O H2.City Gold possui um baixo nível de ruído e por ser um autocarro zero emissões contribui para cidades mais agradáveis e limpas.

Para melhorar o nível de conforto e acessibilidade aos seus passageiros, as baterias, os tanques de hidrogénio e a pilha de combustível foram colocados no tejadilho. Esta medida permitiu otimizar o espaço interior do autocarro tornando-o mais amplo.

MAIOR FLEXIBILIDADE AOS OPERADORES DE TRANSPORTE

Este modelo a hidrogénio oferece maior flexibilidade à operação uma vez que não existe necessidade de paragem para carregamento durante a mesma no caso de rotas mais longas e associa um melhor desempenho à eliminação de emissões gasosas nocivas, comparativamente aos autocarros a gasóleo ou até mesmo aos autocarros híbridos.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

3



Saúde de qualidade – Promove o bem-estar para todos em todas as idades.

8



Trabalho digno e crescimento económico – Promove o crescimento económico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos.

11



Cidades e comunidades sustentáveis – Torna as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis.

12



Produção e consumo sustentáveis – Assegura padrões de produção e de consumo sustentáveis.

17



Parcerias para a implementação dos objetivos – Fortalece os meios de implementação e revitaliza a parceria global para o desenvolvimento sustentável.



através de materiais amigos do ambiente, recicláveis e mais leves. Todos os dias, a CaetanoBus procura a possibilidade de utilizar novos materiais e técnicas que tornem os seus autocarros mais sustentáveis.

As semelhanças a um veículo convencional permitem uma adaptação fácil e uma condução agradável. Este autocarro foi desenvolvido no âmbito da mobilidade sustentável sem deterioração do conforto, acessibilidade e usabilidade para os passageiros e motoristas.

31
unidades vendidas.

9
cidades vão incluir o H2.City Gold nas suas frotas de transportes.



ATUAMOS NO CLIMA



Reduzir para metade as emissões diretas de carbono e utilizar eletricidade 100% renovável são algumas das medidas já alcançadas por esta iniciativa.

A iniciativa "Atuamos no Clima" está enquadrada no plano de ação "Avançamos", traçado e desenvolvido em conjunto pela The Coca-Cola Company e pela Coca-Cola European Partners (CCEP). A fábrica em Azeitão da CCEP Portugal produz cerca de 90% dos produtos comercializados pela empresa no nosso país e conta com 400 colaboradores nas suas operações no continente e ilhas, e promove indiretamente mais de 8.400 postos de trabalho. A estimativa de contribuição do sistema Coca-Cola para a economia portuguesa é de 418 milhões de euros, cerca de 0,20% do PIB segundo os resultados do último estudo de impacto económico realizado em 2019.

A CCEP entendeu que sem um plano concertado que englobasse todo o sistema não conseguiriam atingir os objetivos a que se propuseram em temas de sustentabilidade. Com metas SMART e rigor no acompanhamento dos resultados foi delineado o plano de ação "Avançamos", que mobiliza o sistema Coca-Cola ao longo de toda a cadeia de valor, para os objetivos de desenvolvimento sustentável, entre os quais a descarbonização da economia.

OBJETIVOS ATINGIDOS

Os objetivos da iniciativa "Atuamos no Clima" têm por base o ano 2010 e foram traçados como metas a alcançar até 2025. Alguns dos objetivos

52%
de redução nas emissões
diretas de carbono.

30,5%
de redução nas emissões
em toda a cadeia de
valor.

100%
de utilização de
eletricidade renovável.

inicialmente propostos já foram ultrapassados e nos restantes estão muito próximos dos níveis que pretendem alcançar em 2025.

Nas emissões diretas de CO₂ já reduziram a nível absoluto mais de 52% das emissões de GEE em toda a CCEP (objetivo era 50%) e já alcançaram uma redução de 30,5% nas emissões de CO₂ em toda a cadeia de valor, quando a meta é de 35%. Por último, a totalidade da eletricidade utilizada nas operações já é proveniente de fontes renováveis.

Estas reduções representaram uma descida de 1,3 milhões de toneladas de GEE nas operações diretas e, em toda a cadeia de valor, a redução atingiu os 1,6 milhões de toneladas face aos valores de 2010.

MELHORAR A EFICIÊNCIA ENERGÉTICA DA FÁBRICA

O primeiro trabalho de descarbonização começou na fábrica da Coca-Cola em Azeitão, com uma melhoria da eficiência industrial na gestão de água, energia e resíduos. O investimento em soluções de eficiência energética centrou-se na melhoria ou substituição de equipamentos, particularmente nos que tinham maior consumo.

Desde 2010 foram investidos cerca de 1,55 milhões de euros em medidas exclusivas de eficiência energética, o que se traduziu numa



redução de custos de 3,2 milhões de euros e de emissões de CO₂ de 17.400 t. O modelo integrado de gestão de energia permitiu à CCEP Portugal alcançar uma melhoria sustentada na eficiência energética de 33%, desde 2010. A fábrica de Azeitão tem em curso a instalação de uma central fotovoltaica de 1,8 MWp, com um custo aproximado de 1 milhão de euros, o que permitirá satisfazer cerca de 20% das necessidades em eletricidade e aumentar a eficiência da operação em Portugal.

REPENSAR A OPERAÇÃO DE FRIO

A Coca-Cola European Partners disponibiliza equipamentos de frio em regime de comodato aos seus clientes, para que os consumidores possam desfrutar de bebidas refrigeradas à temperatura ideal. Os equipamentos refrigeradores abertos foram substituídos por fechados devido ao seu elevado desperdício de energia e substituídos gradualmente por soluções de iluminação LED. A medida mais significativa para a redução do consumo energético foram os controladores EMS (Electronic Management System) em substituição dos termostatos. Com estas medidas, conseguiram alcançar em Portugal uma redução de emissões de CO₂ de cerca de 46% nos equipamentos de frio (2019 vs. 2010), ainda que só tenham reduzido cerca de 14% o número de equipamentos de frio instalados.

TRANSPORTES MAIS ECOLÓGICOS

Na área de transportes e mobilidade, a CCEP fez progressos em conjunto com os seus parceiros logísticos para reduzir as emissões associadas ao transporte a montante e a jusante, na otimização de carga e rotas, na utilização de paletes reutilizáveis, transportes coletivos e "carsharing" entre os colaboradores e ainda a redução de importações.

Um exemplo de parceria bem-sucedida é com a CHEP e a utilização das paletes de madeira reutilizáveis. Com esta parceria conseguiram uma redução de 60% nas emissões de CO₂ relacionadas com as embalagens terciárias. Com a movimentação dos quartos de paleta foi possível diminuir em 8.200 toneladas de CO₂ e reduzir o consumo de madeira nas paletes de uso único, equivalendo a salvar 18.400 árvores e evitar resíduos equivalentes a cinco anos de acumulação de resíduos em Lisboa. Também relevante foi a passagem das frotas de veículos de transporte dos parceiros como a TJA para camiões a gás, permitindo uma redução das emissões de CO₂.



Empresa: **Coca-Cola European Partners**

Nome do projeto:
Atuamos no Clima

Data de início:
06/11/2017

Data de conclusão:
01/01/2025

Principais beneficiários da iniciativa:

As pessoas e o planeta.

PRIORIDADE ÀS EMBALAGENS

No pilar dedicado às embalagens traçaram três objetivos até 2025 que afetam diretamente a redução das emissões de CO₂ provocadas pelas mesmas. Ter 100% das embalagens recicláveis, incorporar 50% R-PET e recolher 100% das embalagens que colocam no mercado. Para atingir esses objetivos ambiciosos, criaram o Sustainable Packaging Office (SPO) que tem analisado em pormenor todas as alterações possíveis nas embalagens para as tornar mais sustentáveis, reduzindo ou alterando materiais, aumentando a reciclabilidade, melhorando soluções de reutilizáveis e soluções "package-less", apostando na liderança da inovação e trabalhando em parceria com os gestores de resíduos.

Este trabalho cuidadoso permitiu que 99% das embalagens comercializadas em Portugal sejam recicláveis, conseguiram também incorporar mais de 30% de PET reciclado nas embalagens, e estão a trabalhar em parceria com vários recicladores para aumentar a sua disponibilidade para incorporar nas embalagens. O objetivo de em 2025 incorporar 50% de R-PET deverá ser alcançado em 2022. Também a destacar a forte aposta da empresa no vidro retornável ou reutilizável no canal Horeca, embalagem que permite em média cerca de 30 reutilizações.

ACELERAÇÃO DA DESCARBONIZAÇÃO

No final do ano de 2020, a CCEP actualizou e acelerou os seus compromissos na descarbonização do negócio, comprometendo-se a reduzir as emissões de GEE de toda a cadeia de valor em 30% até 2030 (em comparação com 2019) e definiu o caminho para se tornar uma empresa com emissões zero em 2040, em linha com o acordo de Paris para limitar o aquecimento global a 1,5°C.

Para implementar este plano de ação, a Coca-Cola European Partners investirá 250 milhões de euros na Europa Ocidental durante os próximos três anos para fornecer apoio financeiro à descarbonização nas diferentes áreas de atividade.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Energias renováveis e acessíveis



Indústria, inovação e infraestruturas



Produção e consumo sustentáveis



Ação climática



ALTERNATIVAS AO TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE MERCADORIAS



Este projeto promove o estudo das várias rotas que diminuem a pegada de carbono do transporte junto das empresas ou apresenta uma solução de transporte intermodal, sempre que este se apresente mais eficiente.

A empresa de transitários Klog organiza transporte por todo o mundo. O maior impacto ambiental da sua atividade são as emissões de CO₂. Nesse sentido, elaboraram uma iniciativa com o objetivo de promover o transporte sustentável junto dos clientes. Primeiro, começaram por aplicar práticas sustentáveis internamente e, em 2020, essas iniciativas foram aplicadas nos clientes através da iniciativa KGREEN (Klog Green). O objetivo do KGREEN é tornar o transporte rodoviário complementar a outros meios

de transporte intermodais, no apoio de proximidade aos Portos e Terminais rodo/ferroviários, ao nível da 1ª e última milha de transporte, diminuindo as emissões por unidade de carga. Desta forma, os clientes da Klog conseguem transportar o produto final com uma pegada de carbono reduzida em termos de ciclo de vida e, ao mesmo tempo, a sociedade tem ao seu dispor produtos com menor impacto ambiental. Com base neste pressuposto, a Klog apresenta soluções que podem substituir o transporte



rodoviário por ferroviário, transporte Short-Sea (transporte marítimo de curtas distâncias) ou RoRo (Roll On/Roll Off, a carga que entra no navio pelos seus próprios meios. Camiões, máquinas, carros, autobetoneiras, tratores, através de uma rampa de acesso, entram no navio sem necessitar de guias para o seu carregamento). Nestas três opções, a Klog diminui as emissões de CO₂. Para fazer chegar a carga aos terminais, a empresa recorre a camiões de carga de transportadores que utilizam veículos Euro VI, diminuindo também as emissões de CO₂ associadas aos produtos transitados. Aliado à melhor performance ambiental, as soluções apresentadas representam uma redução do custo do transporte, o que potenciou o aumento de linhas de negócio com os maiores clientes, na sua grande maioria líderes mundiais no seu segmento de actividade.



Empresa: **Klog**

Nome do projeto:
KGREEN

Data de início:
01/01/2020

Data de conclusão:
31/12/2021

Principais beneficiários da iniciativa: **Empresas, empreendedores e comerciantes que pretendam transportar os seus produtos.**

8.000 kg
de CO₂ reduzidos em
2020.

+60%
do que a redução de
CO₂ alcançada em
2019.

30.000
cargas retirados das
estradas europeias.

Promover a alteração de comportamentos por parte das organizações ao consciencializar para formas de transporte alternativas e sustentáveis.

COMBOIO TIRA CAMIÕES DAS ESTRADAS EUROPEIAS

Para comparar a redução das emissões de carbono para a atmosfera por cada camião retirado da estrada, a Klog utiliza o exemplo do comboio usado entre Alfarelos (Portugal) e Tarragona (Espanha). Este comboio tem capacidade para levar 34 caixas que equivalem a 34 reboques de camiões. A empresa de transitários fez uma parceria com o gestor desta linha de comboio, para que o comboio fosse gerido por eles quatro vezes por semana à exportação e à importação. Só nesta rota, a Klog tem a capacidade de retirar 272 camiões da estrada por semana (4 dias vezes 34 caixas vezes 2 [ida e volta]). Analisando o ano de 2020, apenas nesta rota, a redução foi de 14.416 camiões.

Além desta, a Klog possui outras 3 rotas de comboio com capacidade e frequências idênticas à de Alfarelos-Tarragona, no eixo centro/leste europeu e que representa uma transferência de 10.000 cargas da estrada no no eixo acima referido.

A esta transferência é possível ainda juntar os volumes do Short-Sea e RoRo contribuindo para a retirada da estrada em mais 10.000 camiões retirados durante 2020.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

13 
Ação climática

17 
Parcerias para a implementação dos objetivos

FÁBRICAS PRODUZEM ENERGIA RENOVÁVEL PARA AUTOCONSUMO

Quatro unidades industriais localizadas no Montijo, Torres Novas, Milharado e Santarém vão passar a produzir uma parte da sua energia, reduzindo significativamente a pegada carbónica.



Foram instalados um total de 11.100 painéis solares fotovoltaicos, com uma potência de 3.500 kWp, ao longo de 2020. Este projeto foi implementado após ter sido realizada a substituição integral dos sistemas de iluminação tradicional por tecnologia LED, com reduções superiores a 1400 MWh/ano, na totalidade das unidades industriais do Grupo Montalva/Izidoro.

A implementação deste projeto permitirá ao grupo uma redução das emissões de 2.400 toneladas de CO₂ por ano, além de que os mais de 5.400 MWh/ano produzidos seriam o equivalente ao abastecimento de 1.200 lares por ano.

A preocupação da Izidoro com o meio ambiente e a sustentabilidade é uma prioridade, pelo que a opção de avançar com a produção de energia renovável nas próprias unidades foi uma decisão lógica e natural.

No âmbito da política ambiental do Grupo Montalva/Izidoro, foram implementados painéis solares fotovoltaicos em quatro das suas unidades industriais, passando a produzir uma parte muito relevante da sua energia através de fontes renováveis, reduzindo significativamente a pegada carbónica.

As instalações localizadas no Montijo, Torres Novas, Milharado e Santarém beneficiaram de um investimento de cerca de 3 milhões de euros para a instalação de unidades de produção de energia renovável para autoconsumo (UPAC), fruto da parceria a 15 anos estabelecida com a Helexia, o parceiro e promotor deste projeto, e a Profit Energy no desenvolvimento técnico e financeiro do projeto.



Empresa: **Grupo Montalva/Izidoro**

Nome do projeto: **Aposta em energias renováveis**

Data de início: **01/01/2020**

Data de conclusão: **31/12/2020**

Principais beneficiários da iniciativa: **A empresa, os portugueses e o planeta.**

A implementação deste projeto vai permitir ao Grupo Montalva/Izidoro a produção de energia renovável equivalente ao abastecimento de 1.200 lares por ano.

11.100
painéis solares fotovoltaicos instalados.

5.400 MWh/ano
produzidos de energia renovável.

2.400 toneladas
de CO₂ reduzidas em cada ano.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Energias renováveis e acessíveis



Indústria, inovação e infraestruturas

CRIAR PARA ALIMENTAR O PRESENTE E O FUTURO

ESTE É O DESAFIO QUE ADORAMOS PARTILHAR



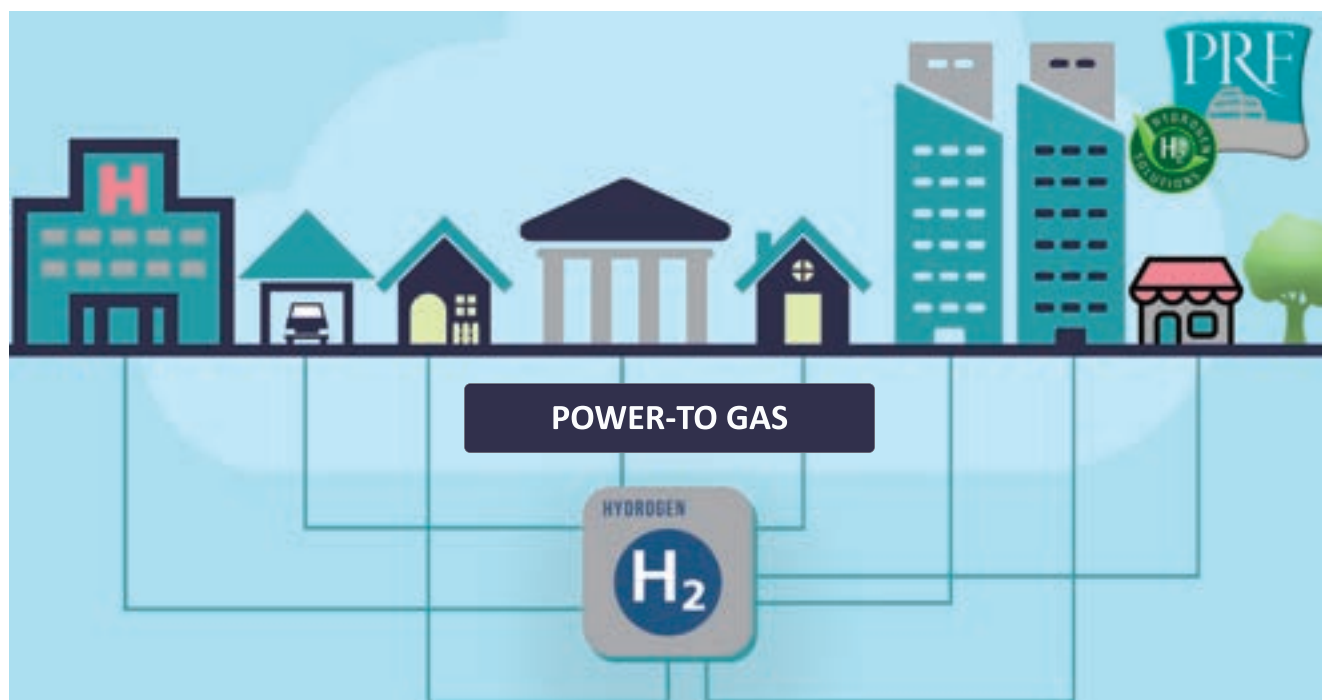
Somos uma marca centenária especialista em proteína, com um legado em carne que nos orgulha, mas plenamente atentos aos novos hábitos de consumo e à relevância da sustentabilidade ambiental. O lançamento da nova gama Veggie Lovers Izidoro, em particular dos dois novos produtos frescos, Vegan Steak e Vegan Burgers, vem reforçar a oferta da marca em produtos 100% origem vegetal - que incluía já salsichas. Ao utilizar nestes dois novos produtos uma embalagem mais amiga do ambiente, que representa uma redução de 70% de plástico, e ao desenvolver a primeira embalagem Abre e Fecha do mercado na categoria de fiambres, que permite prolongar a vida útil da embalagem, a Izidoro apresenta mais duas soluções que reflectem o nosso compromisso de sustentabilidade, onde a qualidade e o sabor estão presentes desde a criação.

IZIDORO
SOMOS CRIADORES



HIDROGENIO VERDE NA TRANSIÇÃO ENERGÉTICA COMO ALTERNATIVA AOS COMBUSTÍVEIS FÓSSEIS

O primeiro projeto de demonstração português, em pequena escala, produzirá 10 Nm³/h de hidrogénio verde para ser injetado numa rede secundária de gás natural.



O hidrogénio (H₂) verde é um portador de energia com elevada densidade energética, o que lhe permite ser uma solução para processos industriais intensivos, armazenar energia produzida através de fontes renováveis e possibilitará a substituição de outros combustíveis nos transportes pesados e ligeiros.. A PRF tem vindo a desenvolver uma série de projetos que incluem o hidrogénio como energia alternativa em três áreas: mobilidade, injeção na rede de gás natural e aplicação na indústria. Em parceria com a Gestene e a GGND, a PRF construiu e montou o primeiro projeto de demonstração português, em pequena escala,

A médio e longo prazo, as redes de gás transportarão mais energia de origem renovável do que de origem fóssil, ou até somente de origem renovável.

para a injeção numa rede de gás natural que fornece 80 instalações (principalmente casas) no Seixal.

A abordagem passou pela mistura de hidrogénio (blending) com o gás natural. No longo prazo, esta solução poderá mesmo conduzir à descarbonização completa do sistema de gás natural.

Este projeto-piloto servirá para desenvolver equipamentos que permitem a injeção de hidrogénio verde nas redes de gás natural. Para esse efeito a PRF construiu um protótipo em pequena escala que proporcionou, numa primeira fase, o desenvolvimento de grande

parte da tecnologia associada à mistura nas redes de gás portuguesas. Em relação à gestão da infraestrutura de distribuição, este projeto permitirá adquirir know-how em relação ao comportamento operacional da rede de distribuição de polietileno (PE) para transportar até 100% hidrogénio e à adequação do dispositivo de controlo da mistura hidrogénio e gás natural. O projeto no Seixal possibilitará analisar a adequação dos procedimentos operacionais para a entrega de misturas de gás natural e hidrogénio.

ESTAÇÕES DE ABASTECIMENTO DE HIDROGÉNIO

A PRF tem em desenvolvimento vários projetos que envolvem a conceção, o desenvolvimento e a construção e montagem de estações de abastecimento de hidrogénio para viaturas ligeiras e pesadas associadas a centros de logística, indústrias e frotas de transportes. São estações de abastecimento a hidrogénio "chave na mão" que incluem a vertente de apenas armazenagem e enchimento e outras com produção local por via de eletrólise. Um dos métodos preferidos para produção local de hidrogénio é utilizando energia renovável, com recurso a painéis solares fotovoltaicos, usando um eletrolisador para produção ou com recurso a energia eléctrica de origem renovável que pode ser adquirida diretamente da rede pública de distribuição. Como alternativa, o hidrogénio pode ser produzido num outro local e depois entregue à estação de abastecimento. Estes sistemas de produção local de hidrogénio, poderão ser também um fator importante de desenvolvimento das comunidades de energia, podendo utilizar a energia excedentária que exista nas horas de vazio dos sistemas electro-produtores próprios, para produzir o h2 que será injetado nas suas redes de gás natural. Assim, não só se produzirá a energia eléctrica renovável localmente nessas comunidades, como também se produzirá o seu gás renovável.

Um posto de abastecimento de hidrogénio é uma infraestrutura projetada para abastecer um veículo que utilize pilha de combustível a hidrogénio. Pode fazer parte de uma estação multifuncional ou de uma infraestrutura independente. Os componentes técnicos necessários para a construção de uma estação de reabastecimento de hidrogénio incluem sistemas de produção local, sistemas de armazenamento de hidrogénio de tamanho adequado, compressores que levam o hidrogénio ao nível de pressão de gás desejado, um sistema de pré-arrefecimento e dispensadores para fornecer o combustível.



Empresa: **PRF**

Nome do projeto:
Novas soluções para promover a cadeia de valor do hidrogénio rumo à descarbonização.

Data de início:
01/10/2018

Data de conclusão:
31/12/2040

Principais beneficiários da iniciativa: **Todos os consumidores de gás natural, frotas de transportes ligeiros ou pesados. sistema nacional de gás natural e eletricidade.**

COMO FUNCIONA O ABASTECIMENTO?

Antes de o hidrogénio entrar no veículo, deve ser comprimido a altas pressões. As pressões de abastecimento típicas são de 350 bar para veículos pesados, como camiões e autocarros, e 700 bar para veículos ligeiros. Estas pressões são atingidas através da instalação de compressores. Após a sua compressão, o hidrogénio é armazenado em cilindros de alta pressão. Desta forma é possível armazenar maior quantidade de hidrogénio a pressões superiores. Outra vantagem do armazenamento a alta pressão é que torna os abastecimentos mais rápidos. Enquanto o abastecimento de um veículo elétrico pode demorar algumas horas, o abastecimento de um veículo a fuel cell demora cerca de cinco minutos, tornando-se uma vantagem no ponto de vista do utilizador.

Finalmente, para poder abastecer, é necessário um dispensador, com mangueira e bocal apropriado à pressão de abastecimento. Existe um bocal próprio para veículos que utilizam 350 bar e outro dedicado aos veículos que são abastecidos a 700 bar. Para impedir o aumento de temperatura do tanque do veículo, é realizado um pré-arrefecimento do hidrogénio. Desta forma garante-se um abastecimento mais seguro, e, por consequência, mais rápido também.

APLICAÇÃO DE HIDROGÉNIO NA INDÚSTRIA

O hidrogénio também tem potencial para substituir o gás natural como fonte de calor na indústria, em processos nos quais a eletrificação não é possível ou economicamente ineficiente, em setores que utilizam altas temperaturas, como são o caso do aço e do cimento, podendo obrigar à adaptação ou substituição de equipamentos, mas sem necessidade de elevado grau de pureza do hidrogénio.

Nestes casos, a PRF está a trabalhar em sistemas de produção de h2, armazenagem e injeção nos equipamentos industriais consumidores de gás.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Energias renováveis e acessíveis



Indústria, inovação e infraestruturas



Cidades e comunidades sustentáveis



Ação climática



Proteger a vida terrestre



AUTOCARROS MOVIDOS A BIODIESEL

Um combustível sustentável, livre de energia fóssil, compatível com a tecnologia diesel, que permite descarbonizar o transporte urbano de passageiros.



Em Portugal, a mobilidade representa 25% das emissões totais de gases com efeito de estufa (GEE). Isto significa que, quando nos movemos, não acumulamos só quilómetros, acumulamos também a libertação de milhares de quilos de GEE para a atmosfera. A Prio e a Carris juntaram-se e decidiram testar soluções sustentáveis para os motores diesel convencionais, transformando autocarros a gasóleo da Carris num meio de transporte 100% renovável e livre de energia fóssil, movido a biodiesel produzido a partir de óleos alimentares usados (OAU).

O projeto "Movido a Biodiesel" foi o resultado da vontade da Prio e da Carris em realizar um teste com o Zero Diesel (B100, biodiesel 100% avançado) na linha de autocarros 702, que faz o percurso da Serafina até ao Marquês de Pombal. O projeto promoveu a mobilidade



Empresa: **Prio**

Nome do projeto:
Movido a Biodiesel

Data de início:
01/08/2018

Data de conclusão:
31/05/2020

Principais beneficiários
da iniciativa: **Cidade de Lisboa.**

sustentável nos centros das cidades através de fontes de energia alternativas, como o biodiesel, ao mesmo tempo que sensibilizou para a importância da reciclagem de óleos alimentares usados, que podem ter uma segunda vida como matéria-prima para o combustível para a mobilidade.

Com o Zero Diesel da Prio, conseguiu-se transformar autocarros convencionais em meios de transporte 100% renováveis, sem combustíveis fósseis e sem alterar nada além do combustível utilizado.

Em termos de impacto ambiental, verificou-se que a passagem de gasóleo convencional para Zero Diesel no abastecimento dos veículos da carreira 702, que ao longo de 22 meses transportou 2 milhões de passageiros, permitiu evitar a emissão de 500 toneladas de CO₂ nos 340.000 km percorridos pelos seis autocarros.

AUTOCARROS SEM PROBLEMAS DE MANUTENÇÃO

Apesar de o Zero Diesel ser um pouco mais caro do que o gasóleo simples, a descarbonização por esta via é menos onerosa para os operadores de transporte, uma vez que não exige substituição de veículos, ao contrário de outras soluções, como o gás natural veicular e a energia elétrica.

O projeto “Movido a Biodiesel” mostrou a viabilidade de aplicação deste combustível em grandes frotas de transportes públicos e não só. Tendo em consideração que os motores convencionais não foram especificamente concebidos para acomodar uma solução de combustível com estas características, foi de extrema importância avaliar o impacto que uma solução desta natureza apresentava no desempenho funcional e ambiental dos veículos, especialmente com uma utilização intensiva. No seguimento dos testes e ensaios realizados em ambiente real, verificou-se que os veículos exclusivamente abastecidos com Zero Diesel não registaram qualquer tipo de incidente de manutenção associado à introdução do Zero Diesel produzido com uma elevada percentagem de OAU, tendo a Carris seguido o seu plano de manutenção habitual. Adicionalmente, os motoristas dos autocarros abastecidos com B100 não reportaram qualquer situação anormal quanto ao comportamento e desempenho dos veículos utilizados.

A utilização de Zero Diesel mostrou ser uma solução viável para frotas de veículos diesel, podendo ser replicável em outras frotas e cidades.



6
autocarros da carreira
702.

22
meses

2 MILHÕES
de passageiros
transportados.

500
toneladas de CO₂
evitadas.

220.500
litros de óleos
alimentares utilizados.

**O Zero Diesel
contribui para
a redução de
84% de emissão
de gases com
efeito de estufa,
assegurando-se
como uma
alternativa mais
amiga do ambiente,
quando comparado
com o diesel
convencional.**

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

6

Água potável e saneamento

– garantir a disponibilidade e a gestão sustentável da água potável e do saneamento para todos.

7

Energias renováveis e acessíveis

– garantir o acesso a fontes de energias fiáveis, sustentáveis e modernas para todos.

9

Indústria, inovação e infraestruturas

– construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável, e fomentar a inovação.

11

Cidades e comunidades sustentáveis

– tornar as cidades e as comunidades inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis.

12

Produção e consumo sustentáveis

– garantir padrões de produção e de consumo sustentáveis.

13

Ação climática

– adotar medidas urgentes para combater as alterações climáticas e os seus impactos.

17

Parcerias para a implementação dos objetivos

– reforçar os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

RECICLAR ÓLEOS ALIMENTARES USADOS

Em Portugal, cerca de 60% de todo o óleo alimentar usado acaba no sistema de esgotos e, em última análise, nos rios e oceanos. Um litro de óleo alimentar usado pode poluir até 1 milhão de litros de água.

O projeto “Movido a Biodiesel” provou ser possível reciclar óleos alimentares usados no mercado nacional, valorizando um resíduo poluente e salvaguardando a qualidade das águas, ao mesmo tempo que se descarboniza o transporte urbano de passageiros.

A utilização do Zero Diesel na carreira 702 da Carris, num período de 22 meses, implicou a reciclagem de um total de 220.500 litros de OAU, prevenindo a poluição de 220,5 mil milhões de litros de água.



CIMENTO COLA MAIS SUSTENTÁVEL E LEVE, MENOS DESPERDÍCIO E ESFORÇO

Este produto, que utiliza 30% de matérias-primas recicladas, permite ter sacos com 12,5 kg que permitem fazer os mesmos metros quadrados que as argamassas tradicionais em sacos de 25 kg.

Em Portugal, o consumo de recursos renováveis (biológicos) e não renováveis (metais, minerais e combustíveis fósseis) aumentou 10 vezes desde o início do século XX. Estima-se que este valor pode duplicar até 2030 como resultado do desenvolvimento industrial e tecnológico e da evolução dos padrões de consumo.

O setor da construção é o principal responsável pela evolução do consumo interno de materiais, de acordo com o Relatório sobre o Estado do Ambiente (REA), uma vez que os minerais

não metálicos são fortemente utilizados no setor, representando em 2016 cerca de 58% do consumo interno de materiais.

Com o peso que o setor da construção tem nas questões ambientais e sendo o grupo Saint-Gobain um dos membros do World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), faz parte da estratégia do grupo incentivar a economia circular, criando sinergias entre empresas de diferentes áreas de negócio tentando diminuir a pesada pegada ecológica que a indústria dos cimentos e materiais

As matérias-primas que tornam o produto webercol flex lev como sustentável são as escórias e o granulado de borracha.

derivados aportam. Nesse sentido, a Saint-Gobain desenvolveu um cimento-cola sensorial para colagem de ladrilhos que foi lançado em maio de 2020 designado webercol flex lev. Este produto foi criado no laboratório de Investigação e Desenvolvimento da Saint-Gobain em Aveiro, que é o centro de competências da Saint-Gobain no desenvolvimento de argamassas para colagem de cerâmica, à escala internacional.

CIMENTO-COLA SENSORIAL PARA COLAGEM DE LADRILHOS

O webercol flex lev é uma argamassa superleve baseada na utilização de agregados leves, incluindo borracha reciclada, polímero redispersível e uma combinação de cimento Portland com escória, como aglutinantes inorgânicos. Este cimento-cola incluiu na sua constituição mais de 30% de matérias-primas recicladas (granulado de borracha + escória). Como sistema de ligantes utiliza uma combinação entre cimento Portland e escória, que é essencial para dar suporte à trabalhabilidade, promover a facilidade na aplicação, reduzir o nível de retração e assegurar a adesão após imersão em água. O resultado é uma cola C2TES1, classificação dada de acordo com o European Standard 12004-1. Trata-se de um cimento-cola com menor densidade de pó que um produto convencional ($0,60 \text{ g/cm}^3$) que permite ter sacos com 12,5 kg a fazer a mesma área de aplicação que os sacos de 25 kg das argamassas de colagem tradicionais. Com base na utilização de agregados leves e na presença de materiais muito finos, este produto apresenta uma cremosidade superior promovendo a facilidade de aplicação.

VANTAGENS DE TER MENOS PESO

Há vários aspetos positivos que se relacionam com o peso deste produto. Um saco de webercol flex lev pesa metade do que um saco habitual para o mesmo rendimento e, ao ser metade do peso, facilita o seu transporte reduzindo os custos e as emissões de CO_2 . O impacto positivo também se verifica a nível de produção industrial e gestão de stocks,



Empresa:
**Saint-Gobain
Portugal S.A.**

Nome do projeto:
webercol flex lev

Data de início:
22/05/2020

Data de conclusão:
22/05/2025

Principais beneficiários da iniciativa: **Os profissionais do setor da construção, com especial destaque para distribuidores e aplicadores**

-15%
de emissões de CO_2
por metro quadrado
quando comparado
com uma cola
tradicional da mesma
classe normativa.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Indústria, inovação e infraestruturas – Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;



Produção e consumo sustentáveis – Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis.

uma vez que todo o processo de fabrico e manuseamento tem associado menores gastos energéticos. Devido à sua leveza e facilidade de aplicação, o esforço de exercido pelos aplicadores reduz-se consideravelmente face ao vulgarmente necessário para a aplicação de um produto convencional, melhorando o conforto de quem executa os trabalhos de instalação.

BENEFÍCIOS AMBIENTAIS

O cimento é o elemento fundamental do betão, o material de construção mais utilizado em todo o mundo. Cada tonelada de cimento produzido em muitas unidades de produção equivale a uma tonelada de CO_2 emitido. Todos os anos são produzidos mais de 4 mil milhões de toneladas de cimento. São os processos químicos e térmicos de combustão, associados à sua produção, uma importante fonte de emissões de CO_2 que representa cerca de 8% das emissões globais de CO_2 anuais.

As matérias-primas que tornam o produto webercol flex lev como sustentável são as escórias e o granulado de borracha. A escória de alto-forno é um subproduto do processo metalúrgico. É obtida durante a fundição dos metais, quando as impurezas são separadas e removidas em diversas faixas granulométricas cuja composição química e reatividade é similar ao cimento Portland. Por tal, as escórias permitem uma combinação funcional capaz de reduzir a quantidade de cimento associada às argamassas de colagem.

O granulado de borracha resulta do processamento de pneus em fim de vida e funciona como agregado leve, permitindo reduzir o impacto associado ao uso de agregados de origem natural.



BETÃO PRODUZIDO COM GRANULADO DE CORTIÇA



Um processo de construção mais sustentável, que reduz as emissões de CO₂ na obra e no ciclo de vida de utilização do edifício devido às propriedades térmicas. Ao valorizar um subproduto da indústria corticeira está-se a promover toda a cadeia de valor da cortiça.

O betão estrutural com cortiça desenvolvido pela Secil em parceria com o arquiteto João Luís Carrilho da Graça, a Itecons e a Amorim Revestimentos foi extensivamente aplicado na obra do novo Terminal de Cruzeiros de Lisboa, inaugurado em novembro de 2017. Esta inovadora solução de betão foi aplicada em obra pela Unibetão, empresa associada da Secil, através do fornecimento de cerca de 1.000 m³.

Este betão utiliza como matéria-prima principal, além de cimento, areia, agregados, adjuvantes e água, uma significativa componente – cerca de 50% em volume – de granulado de cortiça, proveniente do processo industrial de produção de artefactos em cortiça da Amorim Revestimentos.

Ao incorporar um subproduto da indústria corticeira na produção de betão, numa proporção variável entre 30 e 60% do volume, obtém-se uma redução significativa de consumo de agregados naturais, poupando recursos não renováveis, ao incorporar menos

50%
de aumento de
capacidade isolante
térmica.

30%
de redução de peso
do betão.

agregados provenientes da exploração de rochas naturais, evitando a exploração de cerca de 0,7 a 0,9 toneladas de rocha natural a explorar por m³ de betão produzido.

Desta inovadora fórmula de fabrico resulta um betão mais leve, em cerca de 30%, com mais capacidade isolante, cerca de 50% face ao betão corrente, mas que mantém características de resistência estrutural, de trabalhabilidade em obra e durabilidade.

O menor peso associado a uma construção em betão estrutural de cortiça leva a uma redução das cargas do edifício, consequentemente a uma redução das secções das peças estruturais, a um menor consumo de materiais e a um menor impacto da construção, reduzindo as emissões de CO₂.

O aligeiramento da estrutura permite a conceção de peças estruturais mais arrojadadas, como aconteceu com as fachadas principais do novo Terminal de Cruzeiros de Lisboa.

Um edifício em betão estrutural de cortiça tem uma baixa necessidade de manutenção. Neste

A obra do Terminal de Cruzeiros de Lisboa, em Santa Apolónia, serviu como projeto pioneiro para a aplicação do betão com cortiça.

caso, também há uma diluição dos impactos ambientais ao longo do ciclo de vida da construção, gerados em fase, como o fabrico de materiais e a construção, evitando ciclos de reconstrução próximos e substituição de materiais.

MENOR CONSUMO ENERGÉTICO

Este betão estrutural com cortiça ao substituir recursos não renováveis por um material natural de origem biogénica e sem emissão de CO₂ associada à sua produção beneficia diretamente o produto final e a construção em que o mesmo é utilizado, reduzindo proporcionalmente a pegada global do edifício. É ao longo da fase de utilização do edifício que ocorrem os grandes consumos energéticos de uma estrutura. Qualquer redução desse consumo tem um impacto importante na pegada global do edifício, atendendo à vida útil da infraestrutura. Graças às melhores propriedades térmicas do produto, o edifício beneficia de uma redução dos consumos energéticos para níveis de conforto equivalentes, reduzindo as emissões de CO₂



Dá forma às ideias

Empresa: **Secil**

Nome do projeto:
Betão com cortiça

Data de início:
01/06/2015

Data de conclusão:
01/11/2017

Principais beneficiários da iniciativa:

O público em geral utente do novo Terminal de Cruzeiros de Lisboa e a entidade gestora do espaço.



QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

8

Trabalho digno e crescimento económico – Inovação de produto.

12

Produção e consumo sustentáveis – Economia circular.

13

Ação climática – Pela menor intensidade carbónica.

15

Proteger a vida terrestre – Biodiversidade e valorização dos sobreiros.

17

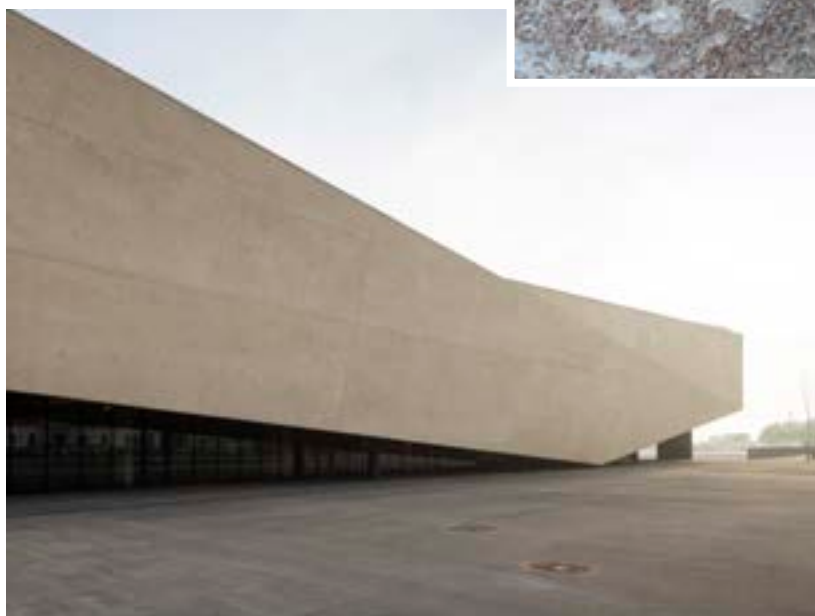
Parcerias para a implementação dos objetivos – Parcerias com o arquiteto, Secil, Amorim, Itecons, consórcio construtor, dono e obra.

e melhorando as propriedades acústicas e vibratórias do Terminal de Cruzeiros de Lisboa, em Santa Apolónia, devido ao efeito neutralizador e inertizador do granulado de cortiça.

APLICAÇÃO EM DIVERSAS CONSTRUÇÕES

A obra do Terminal de Cruzeiros de Lisboa, em Santa Apolónia, serviu como projeto pioneiro para a aplicação do betão com cortiça. O produto está disponível e pode ser fornecido, em formulações próprias, em todo o tipo de obras que se revelem compatíveis, como equipamentos culturais e desportivos, públicos ou privados.

Na construção de edifícios privados e unifamiliares, pode permitir assegurar o conforto térmico e a economia energética com recurso a uma só parede exterior neste material em substituição da parede dupla habitual reduzindo assim recursos, tempos de execução e custos associados. Do ponto de vista social, edifícios com a utilização de materiais mais sustentáveis e inovadores e esteticamente enriquecedores associados a uma arquitetura de excelência dão corpo a cidades mais humanizadas e harmoniosas que nos beneficiam a todos.





EFICIÊNCIA ENERGÉTICA NO IMOBILIÁRIO

O programa Bright® começa com uma avaliação e modelagem do uso real da energia num ativo imobiliário e de seguida identifica onde e como ocorrem ineficiências destacando as melhorias mais eficazes, assim como os benefícios económicos e ambientais correspondentes.



A Sonae Sierra desenvolveu o Bright®, um programa de eficiência energética concebido para reduzir os gastos com energia e melhorar a pegada de carbono dos ativos imobiliários. Através do programa Bright®, a empresa investiu 2,7 milhões de euros em 28 ativos que permitiram reduzir o consumo de eletricidade, equivalente a 2,8 milhões de euros de custos em 2019.

Esta ferramenta transformou-se num programa abrangente de gestão e melhoria energética que pode ser fornecida como um serviço completo chave na mão ou em serviços individuais para clientes. Foi testado em todo o portefólio de ativos da Sonae Sierra na Europa e no Brasil, o que permitiu avaliar e aperfeiçoar a ferramenta. O Bright® adota uma abordagem holística que analisa todos os aspetos das operações de um ativo imobiliário, desde a construção e dos sistemas energéticos, ao comportamento das pessoas que o utilizam e aos fatores específicos do local. Usa dados reais para permitir um retorno máximo do investimento, tanto ambiental quanto económico.

Utilizando a ferramenta de modelação Bright® e envolvendo as equipas, é possível identificar e obter poupanças de energia significativas, muitas vezes com pouco ou nenhum investimento.

O consumo de energia tem um grande impacto ambiental e económico junto dos proprietários e investidores em ativos imobiliários.

Contudo, embora os ativos possam ter características semelhantes, os desempenhos reais do consumo de energia podem variar significativamente consoante os ativos. Saber como a energia é utilizada é fundamental para perceber como estas diferenças ocorrem e identificar onde se devem fazer as mudanças mais efetivas.

Fatores como os sistemas de energia, a infraestrutura, o layout, o projeto, as operações,

21.477.000 kWh
de eletricidade poupada anualmente.

5.700
toneladas de CO₂ e evitadas.

o clima e as condições meteorológicas têm uma influência determinante no desempenho energético de um ativo. Considerar estes fatores e comparar o consumo de energia efetivo com o desempenho energético otimizado é uma tarefa complexa que nenhum serviço no mercado era capaz de fazer até à criação do Bright®.

Paralelamente desde 2012 que a Sonae Sierra adquire eletricidade verde para utilização nos ativos europeus, garantindo que a eletricidade usada provém de fontes de energia renováveis, o que se traduz em zero emissões de CO₂e.

COMPARAR DESEMPENHOS

No seguimento de uma série de estudos entre 2011 e 2013, a Sonae Sierra criou um modelo virtual que tem em conta características relevantes dos edifícios, como a arquitetura, a construção, a iluminação, os sistemas de AVAC e os padrões de utilização. O modelo permite comparar o desempenho de um edifício real com o modelo teórico que dá o consumo otimizado, o que por sua vez permite identificar onde e como ocorrem ineficiências e selecionar as melhorias mais eficazes.

O programa Bright® começa com uma avaliação e modelagem do uso real da energia, seguida da entrega de recomendações para melhorias, incluindo benefícios económicos e ambientais. Para melhor avaliar os resultados e ajustar o modelo, pode fazer-se uma auditoria especializada, o que afina os resultados do modelo e as recomendações que são possíveis retirar.

No portefólio de serviços do programa, é oferecido apoio para definir soluções de instalação e monitorização das melhorias a implementar. A componente de gestão de energia garante que as medidas implementadas continuem a ser mantidas ao longo do tempo.

RESULTADOS ALCANÇADOS

Entre 2013 e 2019, o Bright® identificou 292 medidas de otimização energética em 28 ativos. Contando com um investimento que teve um custo total de 2,7 milhões de euros, 218 destas medidas foram implementadas ou estão em curso, evitando o consumo anual de 21.477.000 kWh de eletricidade, que equivale ao que 3.300 casas portuguesas gastam num ano em eletricidade, poupando a emissão de 5.700 toneladas de CO₂e. Esta redução de consumo energético traduz-se numa poupança de 2,8 milhões de euros em custos anuais. Mais de metade (51%) das ações



**SONAE
SIERRA**

Empresa:
Sonae Sierra

Nome do projeto:
**Bright & Green
Energy**

Data de início:
01/01/2013

Data de conclusão:
31/12/2030

Principais beneficiários da iniciativa:
**Proprietários e
investidores em
ativos de imobiliário.**

implementadas obtiveram resultados rápidos com nenhum ou pouco investimento. A aplicação de 220 mil euros em ações de resultados rápidos gerou 1,05 milhões de euros de poupanças anuais, o que representa 38% de todo o potencial de poupança do projeto. A compra de eletricidade verde adiciona cerca de 2% ao preço standard da eletricidade, totalizando cerca de 185 mil euros de custos acrescidos estimados em 2020. Caso a Sonae Sierra tivesse de comprar licenças de emissão de CO₂e ao mercado ETS (Emission Trading Scheme), teria tido em 2019 um custo estimado em 139 mil euros, considerando uma taxa de 23,81 euros por emissão de tonelada de CO₂e. A utilização de eletricidade verde nos ativos de Portugal, Espanha, Itália, Alemanha e Roménia representa uma poupança aproximada de 225.650 toneladas de CO₂e entre 2012 e 2019, o que equivale a 276 voos de Lisboa a Nova Iorque, ou cerca de 10 anos acumulados da pegada de carbono anual da Sonae Sierra (Scope 1+ Scope 2 de 2019).

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



**Energias
renováveis e
acessíveis**



**Indústria,
inovação e
infraestruturas**



**Cidades e
comunidades
sustentáveis**



**Produção
e consumo
sustentáveis**



**Ação
climática**



JÚRI

JOÃO CASTELLO BRANCO

Presidente, BCSD e chairman da The Navigator Company

ANTÓNIO MIGUEL FERREIRA

Managing director da Ibéria e América Latina, da Claranet

HELENA BENTO

Diretora-geral da Fundação Francisco Manuel dos Santos

HELENA PEREIRA

Presidente da Fundação Ciência e Tecnologia

PRESIDENTE DO JÚRI



Premiar projetos inovadores que promovem a economia circular é investir em negócios resilientes, é apostar num futuro melhor para o planeta e para o Homem.



Tive o privilégio de conhecer projetos que demonstram a força das ideias e da iniciativa, que encontram soluções para o grande desafio da nossa sociedade: viver num planeta sustentável.



A sustentabilidade é um conceito fundamental para a nossa vida em sociedade e um critério de qualidade determinante na investigação de novos produtos ou processos.

Estão contempladas nesta categoria iniciativas, serviços ou produtos que resultam de inovação nas áreas da conceção, design, produção, distribuição e consumo, pela aplicação de princípios de economia circular ao longo do ciclo de vida de um produto, promovendo a recolha, a reutilização, o tratamento/reparação, a renovação, a reciclagem e o reaproveitamento.

São valorizadas ações que desenvolvam uma maior eficiência ambiental da cadeia logística, promovendo a redução/reutilização e a reciclagem de resíduos. Novos modelos de negócio que promovem a extensão da vida útil do produto, a partilha e o produto como serviço.

ISABEL FURTADO

Presidente da direção
da COTEC Portugal



“Indústria e economia sustentável significam, simplesmente, design circular e generativo, inspirado pela natureza, matérias-primas renováveis e, desperdício zero na produção.

PAULO LEMOS

Direção-geral da ENV
e ex-secretário de Estado
do Ambiente



“O Green Deal já tinha dado o primeiro sinal de que precisamos de mudar o nosso paradigma económico. A presidente da Comissão foi clara: o futuro pós-covid será verde e digital. Pela qualidade das candidaturas apresentadas, estou muito otimista.

ECONOMIA CIRCULAR



CERVEJA PRODUZIDA COM ÁGUA RECICLADA

Através de um produto de consumo próximo e facilmente compreendido pelas populações, mostra-se que a água reciclada está apta para diversos usos, permitindo poupar as reservas de água potável para consumo humano e usos mais nobres.



Não é possível continuar a consumir água potável para todos os fins, como a lavagem de ruas, rega de espaços verdes, agricultura e indústria. As Estações de Tratamento de Águas Residuais (ETAR) podem deixar de ser instalações de tratamento e devolução de água usada e assumir protagonismo industrial na economia circular ao introduzir produtos reciclados, oriundos do processo de tratamento.

As ETAR podem ser “fábricas de águas”, intensivas em tecnologia, que permitem a produção de água residual tratada com as características e volumes adequados às

necessidades e a cada tipo de utilização. Para isso é necessário modificar mentalidades, alertando numa primeira fase para a mudança e a adoção de boas práticas, e promovendo alterações comportamentais associadas aos conceitos da economia circular: reduzir, reciclar e reutilizar.

Considerando a importância de preservar a água enquanto recurso escasso, a Águas do Tejo Atlântico lançou uma campanha de sensibilização e comunicação inovadora, orientada para um futuro sustentável, evidenciando que a água, após usada e reciclada nas “fábricas de água”, está apta para diversos usos, permitindo poupar as



A produção de várias qualidades de água+ adequadas a cada finalidade, de acordo com as exigências de segurança e de saúde pública, contribui para a economia circular, para a eficiência do setor da água e para a sustentabilidade do planeta.



reservas de água potável para consumo humano e usos mais nobres.

Estrategicamente, encaram-se as águas residuais recebidas como matéria-prima a valorizar e incorporar na economia circular, respondendo a eventuais necessidades hídricas do país e preservando a água potável para o consumo humano. Foi definido um caminho, sustentado pela inovação e desenvolvimento, em que a orientação base é a alteração de comportamentos sociais.

Esta visão da Tejo Atlântico levou ao desenvolvimento do projeto VIRAr, materializado através da primeira cerveja portuguesa sustentável, produzida com água reciclada, fabricada a partir de "água+" com tratamento adicional através de ozonização e osmose inversa.

A cerveja VIRAr foi criada em parceria com a Cervejeira Cerlinx, produtora artesanal da cerveja Lince, e com a Moinhos Água e Ambiente, empresa responsável pelo tratamento complementar da água+ para segurança no consumo humano.

As alterações climáticas, as secas prolongadas e a escassez de água tornam urgente VIRAr mentalidades, VIRAr conceitos e VIRAr hábitos, de forma a contribuir para a necessária alteração de comportamentos da população no que respeita ao consumo da água.



Empresa: **Águas do Tejo Atlântico, SA**

Nome do projeto: **VIRAr Conceitos e Mentalidades**

Data de início: **26/09/2019**

Data de conclusão: **31/12/2025**

Principais beneficiários da iniciativa: Em Portugal, existem zonas hídricas com mais de uma década de stress. Não é uma realidade que só afeta outras zonas do planeta. Se Portugal não evolui para o paradigma circular, reutilizando todos os recursos disponíveis, todos seremos vulneráveis às realidades ambientais e climáticas que estão prementes no nosso dia a dia. A água não é exceção, pelo contrário, é um produto essencial e escasso.

É importante aumentar a perceção pública da qualidade da água reciclada e do seu potencial uso para fins não potáveis.

REUTILIZAR ÁGUA TRATADA NAS ETAR

A água+, marca registada pela empresa para a produção de água reciclada nas "fábricas de água", tem qualidade exigida para vários usos não potáveis: industriais, agrícolas, lavagens de ruas, rega de espaços verdes, entre outros. A produção de várias qualidades de água+ adequadas a cada finalidade, de acordo com as exigências de segurança e de saúde pública, contribui para a economia circular, para a eficiência do setor da água e para a sustentabilidade do planeta.

O Grupo AdP tem vários projetos em desenvolvimento envolvendo as autoridades competentes, com várias escalas e dimensões, testando as tecnologias disponíveis e inovando processos. Esperam num futuro próximo, com total segurança, aumentar significativamente a disponibilização de água residual tratada, com custos mais reduzidos de produção, para os fins adequados e salvaguardar o uso de água potável para o consumo humano.

Os objetivos comunitários, nacionais e municipais, no que respeitam às metas de reutilização de água, são ambiciosos face à realidade existente. Os investimentos dependem dos pontos de entrega e dos volumes necessários, estando em fase de estudo. Para atingir essas metas, será importante a harmonia objetiva entre todas as partes envolvidas que permita o desbloqueio em particular para a utilização industrial e agrícola.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Água potável e saneamento



Cidades e comunidades sustentáveis



Produção e consumo sustentáveis



Parcerias para a implementação dos objetivos



UMA PLANTA TRANSFORMADA EM EMBALAGENS BIODEGRADÁVEIS

Substituir artigos de plástico por produtos desenvolvidos com a fibra vegetal da conteira é o objetivo deste projeto.

A conteira é uma planta herbácea e rizomática nativa dos Himalaias que foi introduzida nos Açores como planta ornamental no séc. XIX e rapidamente conquistou território. É uma espécie invasora de erradicação quase impossível, com elevados custos e consequências no ordenamento.

O descontrolado e rápido crescimento da planta obriga as entidades públicas, como as câmaras municipais, a Direção Regional do Ambiente, das Florestas e outras entidades reguladoras de estradas e caminhos de penetração agrícolas, à constante manutenção de taludes e bermas, desmatização de margens de ribeiras e limpeza de trilhos.

60 dias
é o tempo de
degradabilidade no solo
destas embalagens.

Para dar resposta a este desafio foi lançada a iniciativa "Fibras de Conteira e Valorização de Produtos Endógenos", da responsabilidade da Cooperativa União Agrícola (CUA), CRL que, em parceria com uma investigação científica coordenada pela Universidade dos Açores, Fundação Gaspar Frutuoso, desenvolveu um projeto que valoriza as fibras de conteira, que são um recurso desperdiçado desta fonte renovável.

A ideia foi utilizar a biomassa da conteira como matéria-prima para produzir embalagens. É um produto natural, abundante e renovável, que não está totalmente explorado. Como matéria-prima é mais económico do que os materiais

As fibras vegetais estão relacionadas com o conceito de sustentabilidade, ao serem provenientes de fontes renováveis e biodegradáveis.



tradicionais, apresentando-se como uma alternativa à produção de produtos inovadores, em particular para o setor das embalagens. O resultado deste trabalho é o Innovation Green Azores (IGA).

APROVEITAR A BIOMASSA DA CONTEIRA

Tudo começa com o aproveitamento e a transformação de resíduos vegetais abundantes que são desperdiçados, provenientes da planta invasora conteira. A matéria-prima é encaminhada para pontos de receção em locais próximos às zonas de crescimento de conteiras. As fibras de conteira são a base de incorporação no processo. As fibras são limpas, trituradas e misturadas com um ligante; caseína, uma proteína extraída do leite. Depois de processadas, dão origem a um ecomaterial adaptado à produção de novos produtos.

Na fase de fabrico procede-se à prensagem ou à injeção do composto, obtendo as peças de acordo com os moldes utilizados. Neste momento, existem moldes para pratos; malgas; saladeiras; copos; cálices; cuvetes e outros, produzidos com este material ecoendógeno. Estes novos produtos possuem um ciclo biológico sustentável de rápida e rica integração na natureza, uma vez que possuem um processo de degradabilidade no solo entre 45 e 60 dias.



Empresa: **Cooperativa União Agrícola, CRL**

Nome do projeto:
Fibras de conteira e valorização de produtos endógenos

Data de início:
01/01/2019

Data de conclusão:
31/12/2020

Principais beneficiários da iniciativa: **Atividades relacionadas com hotelaria, restauração, vitivinicultura, fruticultura e horticultura.**

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

8

Trabalho digno e crescimento económico

9

Indústria, inovação e infraestruturas

11

Cidades e comunidades sustentáveis

12

Produção e consumo sustentáveis

13

Ação climática

17

Parcerias para a implementação dos objetivos

O efetivo aproveitamento do subproduto – resíduos vegetais desperdiçados –, e a implícita riqueza gerada, é acrescido no caso concreto do arquipélago dos Açores, na redução das importações e na diminuição da pegada ecológica indexada aos transportes marítimos de mercadorias. No final, contribui para a eliminação de plásticos em aterros, centros de tratamento de resíduos e nos oceanos.

REDUÇÃO DA EMISSÃO DE GASES COM EFEITO DE ESTUFA

As fibras vegetais estão relacionadas com o conceito de sustentabilidade, ao serem provenientes de fontes renováveis e biodegradáveis. Durante o processo de degradação não emitem gases com efeito de estufa, contrariamente aos plásticos. Os territórios insulares apresentam grande vulnerabilidade às alterações climáticas e para que os Açores cumpram o estabelecido no Plano Regional para as Alterações Climáticas, até ao ano 2030, é preciso efetuar uma diminuição da emissão de gases com efeito de estufa para a atmosfera na ordem das 300.000 toneladas. Neste contexto, os novos produtos produzidos em fibra de conteira – ecomaterial /ecodesign –, com inovadores critérios de conceção e circularidade, vão contribuir para o cumprimento de metas estabelecidas.



SETOR DE AVAC-R EM DIREÇÃO A UM FUTURO SUSTENTÁVEL

Anualmente, é evitada a produção de 250.000 kg de gás virgem na Europa graças a esta iniciativa da Daikin.



A construção de uma economia circular faz parte da estratégia mais ampla da Daikin para minimizar os efeitos ambientais ao longo de todo o ciclo de vida dos equipamentos de ar condicionado, aquecimento, ventilação e refrigeração: do aprovisionamento e fabrico à recuperação e reciclagem. A recuperação de fluidos frigorigéneos é essencial neste processo. O programa LooP by Daikin evita a produção anual de 250.000 kg de fluido frigorigéneo novo ao fornecer aos europeus o acesso a fluido frigorigéneo recuperado. A certificação independente assegura que o fluido recuperado cumpre na totalidade as normas de qualidade e que é corretamente atribuído a bombas de calor VRV LooP by Daikin certificadas.

Os princípios fundamentais do programa são simples: a Daikin recupera os fluidos frigorigéneos de sistemas existentes através da rede de instaladores, transforma-os e recupera-os até à qualidade virgem. De seguida, atribui os fluidos frigorigéneos recuperados a novos



Empresa: **Daikin**

Nome do projeto:
LooP by Daikin

Data de início:
01/04/2019

Data de conclusão:
31/12/2040

Principais beneficiários da iniciativa:

Os instaladores Daikin e empresas de reciclagem.

Esta iniciativa exclusiva da Daikin integra a sua estratégia para se tornar no fabricante com as emissões equivalentes de CO₂ mais baixas do mercado.

sistemas VRV fabricados e vendidos na Europa. O programa é um exemplo perfeito de uma economia circular, tirando partido de todo o ecossistema da Daikin e dos respetivos parceiros comerciais na Europa. Ao estabelecer uma rede de recolha de fluido frigorigéneo, a Daikin incentiva os instaladores da sua rede a adotarem boas práticas no final de vida do equipamento, ao invés de permitirem que o fluido frigorigéneo seja libertado na atmosfera, reduzindo o uso de recursos naturais, as emissões de CO₂ e o desperdício.

Desde o seu lançamento, o LooP by Daikin provou ser popular no mercado europeu. O programa facilita mais do que nunca o reaproveitamento de refrigerantes e foi adotado por outras empresas. Por exemplo, a cadeia de lojas holandesa Action, com mais de 1.400 lojas em toda a Europa, reutiliza refrigerante recuperado das suas lojas antigas em lojas novas ou renovadas. Em Portugal, até à data já foram vendidos 711 sistemas LooP by Daikin. Até 2025, a empresa estima vender aproximadamente 22.000 bombas de calor VRV LooP by Daikin na Europa, das quais 3.500 em Portugal.

Esta iniciativa exclusiva da Daikin integra a estratégia para se tornar no fabricante com as emissões equivalentes de CO₂ mais baixas e para encaminhar o setor de AVAC-R em direção a um futuro sustentável. A Daikin tenciona expandir o programa a outros produtos e fluidos frigorigéneos no âmbito da sua política global de fluidos frigorigéneos como o R-134a, e o R32, entre outros.

22.000
bombas de calor VRV
LooP by Daikin estimadas
na Europa até 2025.

3.500
bombas de calor VRV
LooP by Daikin vendidas
em Portugal até 2025.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



8
Trabalho
digno e
crescimento
económico



9
Indústria,
inovação e
infraestruturas



11
Cidades e
comunidades
sustentáveis



12
Produção
e consumo
sustentáveis



17
Parcerias para a
implementação
dos objetivos



BORRA DE CAFÉ TRANSFORMADA EM COGUMELOS

A primeira quinta urbana de economia circular em Portugal recebe mensalmente 800 kg de borra que permitem produzir 100 kg de cogumelos.

A NÂM é uma empresa de economia circular que reaproveita borras de cafés para produzir cogumelos e gerar valor económico a partir deles. Em 2019, o Grupo Nabeiro assumiu o compromisso de reutilizar e reintegrar no ciclo económico o desperdício do café: a borra. Com este propósito, decidiram apoiar uma start-up fundada pelo belga Natan Jacquemin, a NÂM, que produz cogumelos frescos a partir da borra de café.

A inspiração vem do ciclo da natureza, onde o desperdício não existe. Por isso, expandiram a cadeia de valor do café, e em vez de considerar a borra de café como desperdício, passaram a considerá-la como um recurso. Uma chávena de café contém apenas 1% da biomassa total do café, os restantes 99% são considerados desperdício. Ainda ricas em nutrientes, as borras de café que não são



Empresa: **Delta Cafés**

Nome do projeto:
NÂM

Data de início:
01/08/2020

Data de conclusão:
01/08/2025

Principais beneficiários da iniciativa:
Restaurantes locais a quem são entregues os cogumelos, as empresas que entregam a borra e a Delta.

aproveitadas são um excelente substrato para produzir cogumelos-ostra que são apanhados e entregues a clientes locais no próprio dia.

Todos os dias são recolhidos 150 kg de borra de café em Lisboa, o equivalente a 8.300 chávenas de café. De forma a reduzir a pegada carbónica, é utilizado um sistema de logística inversa. Na prática, aproveita-se a rota de entrega de café nos clientes Delta para fazer também a recolha da borra. O facto de a produção estar localizada a 15 quilómetros do centro da cidade também permite uma grande otimização no processo de entrega, que é feito sempre num veículo movido a eletricidade.

Na quinta, misturam as borras do café recolhido com as sementes de cogumelos e palha.

Passadas seis semanas, os cogumelos estão prontos a recolher.

O processo de produção da NÂM também é



Todos os dias são recolhidos 150 kg de borra de café em Lisboa, o equivalente a 8.300 chávenas de café.

80% mais eficiente em termos energéticos comparativamente com o processo tradicional que exige um alto gasto energético no controlo bacteriológico. O processo de pasteurização é realizado sempre durante a noite permitindo também somar ganhos energéticos.

A grande proposta de valor dos cogumelos é a sua frescura, pois uma vez apanhados são diretamente entregues aos clientes, no próprio dia, o que lhes garante uma frescura, sabor e

1
tonelada de cogumelos produzida.

3
toneladas de borra recolhidas.

2
toneladas de fertilizante vendidas.

6
pessoas contratadas.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Eradicar a fome



Trabalho digno e crescimento económico



Indústria, inovação e infraestruturas



Cidades e comunidades sustentáveis



Produção e consumo sustentáveis



Parcerias para a implementação dos objetivos

aromas naturalmente diferenciadores.

No final, o ciclo não se fecha, e o substrato que serviu para fazer crescer os cogumelos é reaproveitado e distribuído por quintas locais para ajudar outros agricultores a produzir legumes e frutos.

No espaço de cinco anos, a NÃM quer ser a referência em Portugal em termos de processamento sustentável de desperdício e inspirar outros a fazer o mesmo.





RESÍDUOS ORGÂNICOS PARA PRODUZIR BIOGÁS

A primeira fábrica de biogás da Dinamarca capaz de produzir, captar e fornecer CO_2 foi desenhada e construída por uma empresa portuguesa, que também forneceu e instalou todas as máquinas e equipamentos elétricos.

A central de produção de biogás e captura de CO_2 localizada em Korsko, na Dinamarca, está em plena operação desde maio de 2019. É a maior central de biogás da Europa e a Efacec foi a entidade responsável pela implementação global do projeto em regime de chave na mão.

O projeto foi adjudicado pela Nature Energy, o maior produtor de biogás na Dinamarca e um dos líderes mundiais do setor, que tem como objetivo fortalecer a conversão de resíduos orgânicos e maximizar o potencial de biogás como fonte de energia renovável no país.

Korsko é a área com a maior densidade de gado na Dinamarca. A central de biogás foi desenhada com uma estratégia circular desde a sua conceção, tendo como input os resíduos orgânicos das atividades agrícolas e pecuárias locais que são transformados através de digestão

37
MILHÕES DE NM^3
de biogás por ano
são injetados na rede
de gás natural da
Dinamarca.

708
MIL TONELADAS
de biomassa
processadas
anualmente.

anaeróbica em três outputs valorizados. Em primeiro lugar, o biogás que é purificado no que respeita ao metano e injetado na rede energética como biometano – um substituto renovável do gás natural de origem fóssil. Em segundo lugar, o output físico do efluente, tratado e higienizado, rico em nutrientes, é utilizado para fertilizar os campos. Importa sublinhar que estes fertilizantes libertam muito menos metano. Finalmente, em terceiro lugar, o CO_2 que é captado e fornecido à indústria alimentar existente nas proximidades, como, por exemplo, para a produção de cerveja e refrigerantes.

A central pode produzir cerca de 1/3 das necessidades da Dinamarca de CO_2 para fins industriais. É a primeira fábrica de biogás da Dinamarca capaz de produzir, captar e fornecer CO_2 .



O QUE PRODUZ E TRANSFORMA ESTA CENTRAL DE BIOGÁS

A central de biogás tem capacidade para produzir 37 milhões de Nm³ (volume do gás à pressão normal) de biogás por ano, que são injetados na rede de gás natural da Dinamarca. Estimando-se um rendimento energético de 50%, a central tem uma potência aproximada de 13 MWe.

A solução tecnológica implementada pela Efacec na central de produção de biogás e captura de CO₂ de Korskro permite o tratamento simultâneo de diferentes tipos de biomassas, 24h por dia, e com o mínimo de intervenção humana. Todo o sistema de processamento dos resíduos é controlado e monitorizado de forma remota via SCADA (sistema de supervisão, controlo e aquisição de dados).

A central está dotada de capacidade para processar anualmente até 708 mil toneladas de biomassa, das quais se estima que cerca de 521 mil são estrume, aproximadamente 100 mil são palha de cama dos animais, silagem de relva e culturas energéticas, e as restantes 87 mil toneladas são subprodutos orgânicos. No



Empresa: **Efacec Engenharia e Sistemas, S.A**

Nome do projeto: **Central de biogás de Korskro**

Data de início: **11/12/2017**

Data de conclusão: **26/08/2019**

Principais beneficiários da iniciativa: **Agricultores locais.**

No processo de conversão de biomassa em biogás, 60% da massa é convertida em energia, enquanto 40% é libertada em CO₂, o qual é captado e aproveitado para a indústria alimentar.

processo de conversão de biomassa em biogás, 60% da massa é convertida em energia, enquanto 40% é libertada em CO₂, o qual é captado e aproveitado para a indústria alimentar.

No que respeita à produção de biometano, a central está preparada para processar cerca de 4.200 m³/hora de biogás bruto e produzir até 2.300 m³/hora de biometano renovável, que é injetado na rede de gás natural dinamarquesa. Neste projeto da Nature Energy, o CO₂ é capturado e reaproveitado, resultando numa diminuição de 70% das emissões de CO₂, face a uma central de biogás convencional. O CO₂ é posteriormente usado na indústria de alimentação e bebidas num modelo de economia circular bastante desenvolvido.

PROJETO CHAVE NA MÃO

A Efacec foi responsável pelo design, construção, fornecimento e instalação das máquinas e equipamentos elétricos, incluindo o sistema de gestão de redes de energia SCADA, cuja integração possibilita uma operação eficiente otimizada para a fase de digestão anaeróbica.

É de destacar a flexibilidade do sistema para receber biomassa em estado sólido e em estado líquido. Houve também uma grande preocupação em implementar um sistema com baixo consumo energético, assim como uma tecnologia robusta, que assegura a máxima fiabilidade e baixos custos de operação. O sucesso operacional da solução implementada pela Efacec nesta central demonstra a capacidade de criar soluções à medida, tecnicamente viáveis para projetos de produção de biogás a partir de resíduos orgânicos, que contribuem de forma considerável para a redução das emissões de CO₂ e para um mundo mais sustentável. Um exemplo que mostra como Portugal poderia beneficiar com obras deste tipo.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Trabalho digno e crescimento económico



Cidades e comunidades sustentáveis



Produção e consumo sustentáveis



NOVA VIDA AO PLÁSTICO DO MAR

Uma linha de produtos de utilidade doméstica, como escovas, esfregonas, vassouras, baldes ou caixas para arrumação, é produzida com pelo menos 20% de plástico marítimo reciclado.



novas formas de produção. Fruto dessa visão, ao longo dos anos procederam a melhorias frequentes a nível dos produtos, do design, das embalagens e da armazenagem. Foram pioneiros na Europa a produzir caixas para arrumação em plástico reciclado e, em Portugal, a colocar no mercado nacional sacos para lixo com fecho fácil e sacos biodegradáveis e compostáveis. Com a linha OCEAN, um desafio iniciado há cerca de dois anos que resultou de um intenso processo de investigação e de testagem de utilização do plástico marítimo reciclado nos

Com mais de 45 anos, a Fapil preocupa-se, desde a data de fundação, com a criação de valor social, ambiental e económico. A empresa desenvolve, fabrica e comercializa produtos de utilidade para a higiene e limpeza da casa, tratamento da roupa, arrumação e organização do lar, como escovas, esfregonas, vassouras, baldes, caixas para arrumação, entre outros, para fins domésticos e profissionais. Há mais de 20 anos que a Fapil produz produtos com plástico reciclado uma vez que sempre procuraram incrementar melhorias com impacto ambiental positivo e encontrar



Circulam nos nossos oceanos mais de 100 milhões de toneladas de lixo plástico e são acrescentados anualmente cerca de 10 milhões.

produtos, a Fapil deu um passo em frente. A linha de produtos OCEAN é composta por cerca de 35 referências de produtos de utilidade doméstica produzidas com, pelo menos, 20% de plástico marítimo reciclado e uma percentagem de outros materiais reciclados. Em alguns produtos existe a necessidade de colocar uma pequena percentagem de matéria-prima virgem por forma a garantir a qualidade e a funcionalidade do produto. Na procura de reduzir ao máximo os processos, de modo a garantir que esta linha é o mais sustentável possível, a empresa apresenta o



Empresa: **Fapil**

Nome do projeto:
Linha de produtos OCEAN

Data de início:
15/09/2020

Data de conclusão:
31/12/2030

Principais beneficiários da iniciativa: **Indústria piscatória e a população em geral.**

produto tal qual é obtido da máquina, evitando processos acrescidos, o que faz com que estes produtos tenham uma pigmentação característica da mesma.

PROTEGER A VIDA MARINHA

A linha OCEAN resulta da inovação ao nível da conceção e da produção, através da aplicação de princípios de economia circular, promovendo a recolha, tratamento e reciclagem de resíduos da atividade piscatória. Uma iniciativa que promove a preservação do mar e a proteção da vida marinha, com a utilização de plástico marítimo reciclado das artes de pesca, que de outra forma seria deixado no mar. A incorporação de plástico reciclado nos produtos reduz o consumo de matéria-prima virgem e, consequentemente, a emissão de CO₂ em 80% quando comparado com o uso de matéria-prima virgem.



QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

8

Trabalho digno e crescimento económico

12

Produção e consumo sustentáveis

14

Proteger a vida marinha

17

Parcerias para a implementação dos objetivos



MINIMIZAR O IMPACTO DAS EMBALAGENS NO MEIO AMBIENTE

A empresa desenvolveu um plano através do qual se compromete a ter todas as embalagens recicláveis ou reutilizáveis até 2025.

Inovar e alcançar mais com menos recursos. Esta é a visão da Henkel, que quer desenvolver soluções que permitam à população ter um bom nível de vida utilizando cada vez menos materiais. Para a empresa, a chave está em conseguir um equilíbrio entre a economia, o social e o meio ambiente. O importante não é quantas vendas geram, mas como alcançam esses resultados. A ideia principal da estratégia de sustentabilidade da Henkel é triplicar o valor do que geram em relação ao impacto ambiental das atividades, produtos e serviços criados nas áreas de negócio onde atuam, a saber: colas, vedantes e revestimentos especiais; cosmética e cuidado pessoal; detergentes e cuidado do lar.

A embalagem é uma parte fundamental da maioria dos produtos de consumo, visto que têm funções importantes como garantir a higiene e a segurança do conteúdo, proteger a mercadoria durante o transporte ou fornecer informações ao consumidor sobre a utilização do produto. Conscientes da necessidade urgente de encontrar uma forma de minimizar o impacto das embalagens no meio ambiente, a Henkel tem uma abordagem holística que abrange toda a cadeia de valor, desde a compra de matérias-primas e dos materiais para as embalagens, passando pela produção e pela logística, até à aplicação e eliminação do produto pelo consumidor.

Uma das prioridades da empresa para proteger o meio ambiente é a redução de resíduos, nomeadamente através do desenvolvimento de produtos cuja embalagem requiera menos materiais, e que esses mesmos materiais provenham, cada vez mais, de fontes sustentáveis.

Para permitir uma economia circular, a Henkel está empenhada em garantir que as embalagens dos seus produtos possam ser recicladas após o produto ter sido consumido. O seu objetivo é que 100% das embalagens sejam recicláveis ou



reutilizável até 2025. No final de 2020, alcançaram esse objetivo em cerca de 89% das embalagens. Embora muitas das marcas já ofereçam produtos com embalagens feitas a partir de material reciclado, estabeleceram a ambiciosa meta de aumentar, a nível global, a proporção de plástico reciclado para mais de 30% em todas as embalagens de plástico os bens de consumo produtos até 2025. No final de 2020, essa participação era de cerca de 15%.

NOVAS METAS PARA 2025

Apesar desta evolução, a empresa reconhece que ainda há muito por fazer. Esta estratégia conta, desde o início de 2020, com novos objetivos mais ambiciosos, todas as embalagens serão recicláveis ou reutilizáveis até 2025. A exceção é na linha de produtos adesivos, uma vez que os resíduos podem afetar a reciclabilidade ou contaminar as correntes de reciclagem.

Outro objetivo é reduzir em 50% a proporção de novos materiais plásticos de fontes fósseis

89%
das embalagens
da empresa eram
recicláveis ou
reutilizáveis em 2020.

nos produtos de consumo e apoiar iniciativas de recolha e reciclagem de resíduos. Esta meta será alcançada através de um aumento em mais de 30% da proporção de plástico reciclado nos produtos de consumo a nível global, da redução do volume de plástico e da utilização de cada vez mais plásticos de base biológica.

Também 100% do papel e do cartão utilizado nas embalagens será feito a partir de material reciclado ou, quando necessário, de fibras de culturas sustentáveis.

Para concluir o ciclo, a empresa vai promover um comportamento sustentável do consumidor, oferecendo informações específicas sobre reciclagem e apoiando iniciativas de recolha e reciclagem de resíduos. O objetivo é fornecer informações específicas sobre reciclagem a mais de dois mil milhões de consumidores por ano.

PARCERIAS INTERNACIONAIS

A Henkel faz parte da iniciativa New Plastics Economy, que reúne todas as partes interessadas para repensar o futuro dos plásticos e criar um impulso para a economia circular. É também membro fundador da Alliance to End Plastic Waste, que desenvolve e promove soluções que irão minimizar e gerir os resíduos plásticos. Foi a primeira empresa global de bens de consumo a estabelecer uma parceria com o Plastic Bank, uma empresa social que tem como objetivo reduzir o plástico nos oceanos e oferecer oportunidades a pessoas em situação de pobreza, dando-lhes a oportunidade de ganhar dinheiro ou obter serviços ao remover resíduos de plástico do meio ambiente.



Empresa: **Henkel**

Nome do projeto:
Estratégia para as embalagens da Henkel e os novos objetivos para 2025

Data de início:
01/01/2020

Data de conclusão:
31/12/2025

Principais beneficiários da iniciativa:
A população como um todo.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

8

Trabalho digno e crescimento económico

9

Indústria, inovação e infraestruturas

11

Cidades e comunidades sustentáveis

12

Produção e consumo sustentáveis

14

Proteger a vida marinha

17

Parcerias para a implementação dos objetivos

EXEMPLOS EM PORTUGAL

Os últimos lançamentos das marcas da Henkel em Portugal já incorporam embalagens mais fáceis de reciclar. São o caso do Sonasol WC ProNature, que é distribuído com uma embalagem feita a partir de cartão 100% reciclado e com uma embalagem de plástico também 100% reutilizada de resíduos de plástico industrial.

As embalagens da marca Vernel, além de terem uma embalagem feita a partir de plástico 100% reciclado, incluem um design intuitivo que incentiva o consumidor a reciclar o rótulo e a garrafa separadamente. A própria garrafa mostra cada passo a seguir para reciclar a garrafa e o rótulo em separado.

O Rubson AERO 360° é o primeiro desumidificador do mercado feito com materiais reciclados, em que 60% do dispositivo, incluindo tampa e sistema de proteção antiderramamento, é feito a partir de plásticos pós-consumo.

Apenas o tanque é produzido com plástico virgem para garantir o melhor desempenho do dispositivo. Além da utilização de materiais reciclados na produção, a nova embalagem exterior do produto é feita com cartão 100% reciclado.

A Syoss relançou a sua imagem apostando num design mais premium e uma embalagem mais sustentável, feita a partir de 25% de plástico reciclado.





REDUZIR O DESPERDÍCIO ALIMENTAR

Uma abordagem integrada ao desperdício de comida que considera toda a cadeia de valor, desde a produção dos alimentos às operações, terminando nos consumidores e nas comunidades.



Disponibilizar produtos frescos com a qualidade que os consumidores esperam implica cuidados redobrados, atendendo a que se trata de produtos mais sensíveis à temperatura, à forma como têm de ser manuseados e transportados e que têm prazos de validade mais reduzidos. Estas características podem conduzir ao desperdício de comida. O Grupo Jerónimo Martins quer reduzir para metade o desperdício alimentar até 2030, em linha com o objectivo 12.3 dos Objectivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, através de uma gestão mais eficiente dos alimentos ao longo da sua cadeia de valor, envolvendo os produtores e a indústria que disponibilizam os produtos alimentares, os seus próprios colaboradores, os consumidores e as comunidades apoiadas pelas lojas.

Para alcançar este objetivo, o Grupo delineou quatro grandes eixos de atuação: o reaproveitamento de fruta e legumes “feios” - e de outros produtos apreciados pelos consumidores e clientes; ações em loja e envolvimento de consumidores; envolvimento de colaboradores e aproveitamentos em loja; e, por último, surgem as doações de excedentes alimentares.

Jerónimo Martins

Empresa:
Jerónimo Martins

Nome do projeto:
Combate ao Desperdício Alimentar

Data de início:
01/01/2014

Data de conclusão:
31/12/2030

Principais beneficiários da iniciativa:
Produtores, consumidores, colaboradores e as comunidades.

REAPROVEITAMENTO DE FRUTA E LEGUMES “FEIOS”

Em 2014, começaram a comprar fruta e vegetais “feios”, que antes eram deixados a apodrecer no campo, e a incorporá-los nas sopas ou a transformá-los em soluções alimentares prontas a utilizar, como vegetais cortados para sopas ou saladas. Desta forma, além de reduzir o desperdício, conseguiram disponibilizar uma oferta mais conveniente e saudável aos consumidores. Estas parcerias com os fornecedores permitem também vender a preços reduzidos estes alimentos “feios” nas lojas Cash & Carry do Recheio. Também na Jerónimo Martins Agro-Alimentar, aproveitam-se subprodutos da indústria, como o repiso de tomate, para alimentar o gado bovino. Entre 2015 e 2019, o Grupo evitou o desperdício de cerca de 76.000 toneladas de fruta e legumes “feios”. Se considerarmos apenas o ano de 2019, foram introduzidas, em Portugal e na Polónia, mais de 13.600 toneladas de alimentos não calibrados, o que permitiu evitar a emissão de cerca de 8.000 toneladas de CO₂, considerando que, numa abordagem convencional, se tornariam resíduos e seriam depositados em aterro. Também em 2019, foram incorporadas na ração animal das

operações de Agro-Alimentar mais de 9.000 toneladas de subprodutos e vegetais.

AÇÕES EM LOJA E ENVOLVIMENTO DE CONSUMIDORES

Considerando que mais de metade da quantidade total de alimentos desperdiçados na União Europeia (47 milhões de toneladas) é gerada por famílias, agir junto do consumidor para o sensibilizar e informar é fundamental. Com a revista “Sabe Bem”, uma das publicações com maior audiência em Portugal, com uma tiragem média de 150 mil exemplares, são desenvolvidos conteúdos focados em soluções de combate ao desperdício, nomeadamente receitas que ensinam a reaproveitar as sobras de alimentos. Parte destes conteúdos são ativados nas redes sociais Facebook e Instagram do Pingo Doce. O Pingo Doce lançou em 2020 o livro “Desperdício Zero à Mesa”, que incentiva ao aproveitamento de sobras e apresenta dicas de conservação de alimentos e de redução do desperdício na cozinha. Nas lojas Pingo Doce e Biedronka (na Polónia), iniciaram o projeto “mark-down”, através do qual vendem com desconto produtos que estão perto de atingir o seu prazo de validade, evitando que acabem no lixo.

ENVOLVIMENTO DE COLABORADORES E APROVEITAMENTOS EM LOJA

Os colaboradores, sobretudo das lojas e da logística, desempenham um papel importante para o sucesso do combate ao desperdício. Nas lojas, o pão que já não pode ser vendido, mas que cumpre todos os requisitos necessários para poder ser consumido, é ralado e colocado à venda, depois de embalado, ou é utilizado

15.600
toneladas de alimentos
doados em 2019.

1.000
instituições apoiadas
anualmente.

13.600
toneladas de alimentos
não calibrados
aproveitados em 2019.

8.000
toneladas de CO₂
evitadas em 2019 com a
utilização de alimentos
não calibrados.

para confeccionar panados para takeaway. O frango assado que não é vendido e que também se encontra em perfeitas condições é desfiado e utilizado para pizzas, saladas e sandes disponibilizadas no takeaway, ou é vendido em cuvetes como frango desfiado. Também o leitão é desfiado e utilizado para a confeção de sandes. A fruta “pisada” ou que apresenta defeitos visíveis, mas que ainda está perfeitamente apta para consumo, é cortada e vendida em doses individuais. Já a fruta de maiores dimensões, como melões, melancias, meloas, papaias e abacaxis, é cortada em metades para evitar o desperdício em loja e na casa dos consumidores, uma vez que assim só é comprada a quantidade desejada.

DOAÇÕES DE EXCEDENTES ALIMENTARES

A dispersão geográfica das mais de 4.400 lojas, nos três países em que a Jerónimo Martins opera (Portugal, Polónia e Colômbia), permite apoiar todos os anos mais de 1.000 instituições de auxílio a populações vulneráveis, sobretudo através da doação de excedentes alimentares. Sabendo que a correta conservação dos alimentos é determinante neste combate ao desperdício, oferecem equipamentos de refrigeração às IPSS e promovem a formação técnica.

Entre 2015 e 2019, doaram cerca de 58.000 toneladas de alimentos nos três países, sendo que só o Pingo Doce foi responsável por mais de 40.000 destas toneladas doadas. Em 2019 apenas, nos três países, este valor foi superior a 15.600 toneladas.

Quando, apesar de todos os esforços desenvolvidos, os alimentos já não se encontram aptos para consumo, procuram valorizá-los de diversas formas. Em 2019, o desperdício alimentar que resultou das operações foi encaminhado para alimentação animal e processamento biológico (15,7%), digestão anaeróbia, compostagem e combustão controlada (58,6%) e sistemas de aterro, incineração e tratamento de efluentes (25,7%).

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

12 
Produção
e consumo
sustentáveis

13 
Ação
climática

17 
Parcerias para a
implementação
dos objetivos





ENSINAR A CRIAR PRODUTOS E SERVIÇOS PARA A ECONOMIA CIRCULAR

Foram desenvolvidos um conjunto de recursos para o ensino superior, concretamente para os futuros profissionais envolvidos no design e desenvolvimento de produtos, serviços e modelos de negócio para a economia circular.

Uma prioridade nas políticas da União Europeia (UE) e nacionais é transitar de uma economia predominantemente linear para uma Economia Circular (EC). Vários estudos demonstraram que uma EC tem um grande potencial para proteger o ambiente e dissociar o desenvolvimento económico do uso de recursos e que tem um elevado potencial para criar negócios e empregos. Na maioria dos casos, designers e outros profissionais envolvidos no desenvolvimento de produtos e serviços, como engenheiros, profissionais de marketing, peritos na área do ambiente e gestores de negócio e inovação não possuem essas competências.

Para responder a esta necessidade formativa, foi criado o projeto Aliança de Conhecimento sobre o Desenvolvimento de Produtos-Serviços para a Economia Circular e a Sustentabilidade no Ensino Superior (KATCH_e), uma iniciativa financiada pela UE que teve uma duração de três anos. Lançado em janeiro de 2017, fez parte do programa ERASMUS +, Alianças de Conhecimento. O KATCH_e reuniu 11 universidades, centros de investigação e empresas de quatro países da União Europeia – Portugal, Espanha, Áustria e Dinamarca – para abordar o desafio de reforçar as competências no domínio do desenvolvimento de produtos e serviços para a economia circular e a sustentabilidade.

Apesar de os materiais desenvolvidos no projeto KATCH_e terem um enfoque especial em dois setores de atividade – produtos de construção e mobiliário – a maioria são recursos generalistas, pelo que foram implementados em disciplinas novas ou



Entidade: **LNEG - Laboratório Nacional de Energia e Geologia, I.P.**

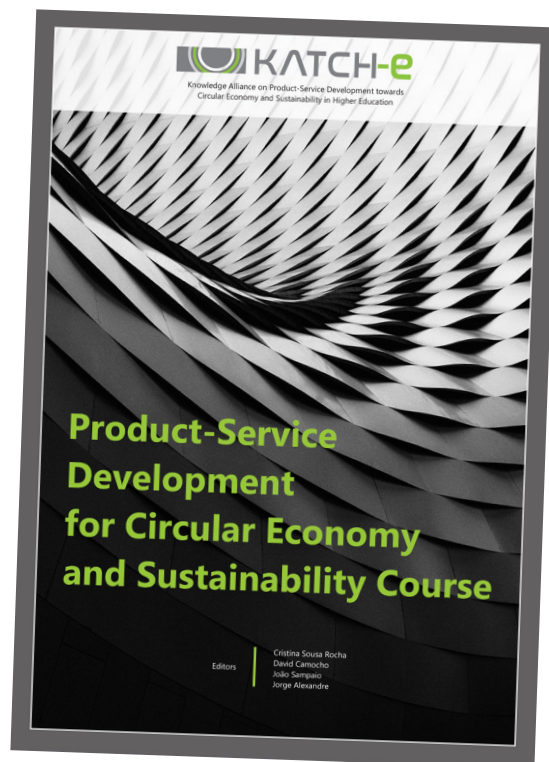
Nome do projeto: **KATCH_e**

Data de início: **01/01/2017**

Data de conclusão: **31/12/2019**

Principais beneficiários da iniciativa:

Estudantes, professores, investigadores, designers, engenheiros e outros profissionais de empresas interessados em adquirir competências em design circular e sustentabilidade.



Este e-book é um dos recursos de formação desenvolvidos no projeto KATCH_e.
(<https://www.katche.eu/pt/sobre-o-projeto/resultados/>)

existentes de design, engenharias, entre outras, com um caráter transversal.

Os setores foram selecionados precisamente pela sua importância ambiental e socioeconómica. De acordo com o Plano para a Economia Circular da UE de 2020, o setor da construção é responsável por mais de 25% da produção de resíduos na União. Estima-se que 5 a 12% das emissões nacionais de gases com efeito de estufa sejam provenientes da extração de materiais, do fabrico de produtos de construção, da construção e renovação de edifícios. Uma maior eficiência dos materiais pode reduzir estas emissões até 80%.

A iniciativa teve a sua conclusão oficial em dezembro de 2019 e todos os recursos que resultaram do projeto de Desenvolvimento de Produtos-Serviço para Economia Circular e Sustentabilidade estão disponíveis e de acesso livre no website www.katche.eu.

CURSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS-SERVIÇO PARA ECONOMIA CIRCULAR E SUSTENTABILIDADE

O curso consiste em oito módulos teóricos que podem ser usados de forma independente. Este conjunto de módulos possui conhecimento de ponta sobre vários aspetos da implementação da EC e princípios de sustentabilidade, combinando informação sobre definições, conceitos, métodos e ferramentas e uma vasta gama de estudos de caso dos setores-alvo.

Os módulos incluem fundamentos, definições, apresentação de métodos e ferramentas, trabalhos e estudos de caso, todos disponíveis online, na plataforma de conhecimento do projeto. Os módulos são: Introdução à economia circular; Cadeias de valor; Modelos de negócio; Processos e materiais; Inovação radical e processos de design colaborativo; Design e desenvolvimento; Perspetiva de ciclo de vida; Comunicação. Complementarmente à parte teórica, desenvolveram-se sete ferramentas. São elas: 1Jogo de tabuleiro KATCH-Up; CE Strategist; Análise da cadeia de valor e dos stakeholders; CE Designer; CE Journey; CE Analyst e KATCHing Carbon.

Os principais objetivos do projeto foram fomentar relações multidisciplinares; criar competências em design circular e sustentabilidade e, por último, distribuir e aplicar os materiais de formação. Para apoiar a partilha de informações, experiências e materiais através de redes de estudantes, professores, investigadores, empresas e outras partes interessadas, o projeto desenvolveu



8

módulos teóricos sobre o design desenvolvimento de produtos e serviços para a economia circular e a sustentabilidade.

7

ferramentas de aplicação prática.

1

curso online (MOOC).

1

programa curricular e recomendações didáticas para o ensino do tema no ensino superior.

16

casos de estudo.

os materiais de formação num esforço conjunto alinhado com as necessidades das universidades e das empresas. As redes de stakeholders que se formaram nos quatro países compreendem mais de 540 organizações.

Para a criação de competências em design circular e sustentabilidade, foram desenvolvidos materiais de formação com uma abordagem multidisciplinar, que visaram integrar o pensamento e a prática da economia circular no ensino de designers, engenheiros e gestores e outros, para que se consigam apropriar e integrar tais práticas na sua vida profissional. Os materiais promoveram competências empresariais, resultando em novos produtos, serviços e modelos de negócio. Na distribuição e aplicação dos materiais de formação foram promovidos canais de divulgação do design circular e orientado para a sustentabilidade junto das instituições de ensino superior, demonstrando a aplicabilidade dos materiais e os seus benefícios e potencial de inovação.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

4

Educação de qualidade

8

Trabalho digno e crescimento económico

12

Produção e consumo sustentáveis

17

Parcerias para a implementação dos objetivos



UM ECOPONTO EM CASA

O serviço facilita a separação de resíduos, aumenta as quantidades enviadas para reciclagem e compostagem e otimiza os processos de recolha de resíduos no município, contribuindo para um serviço mais sustentável e eficiente.



A empresa municipal da Maia responsável pela gestão de resíduos urbanos, a Maiambiente, decidiu reforçar a aposta na recolha seletiva porta a porta, num concelho com uma população de 138.349 habitantes e uma área de aproximadamente 83 km². É neste contexto que surge o projeto de gestão de resíduos Ecoponto em Casa. Um serviço de recolha seletiva porta a porta a todos clientes, independentemente da sua localização ou tipologia, permitindo separar os resíduos sem sair do local de produção (doméstico e não doméstico).

O Ecoponto em Casa permite a todos os clientes a separação dos resíduos em segurança, com comodidade e sem necessidade de sair do local de produção. É um serviço integrado, que combina a distribuição de contentores para a recolha seletiva porta a porta de resíduos recicláveis e indiferenciados e um sistema de informação que identifica todos os produtores de resíduos, os contentores instalados no terreno e os registos de recolha individuais.



Empresa:
Maiambiente, E.M.

Nome do projeto:
Ecoponto em Casa

Data de início:
01/12/2012

Data de conclusão:
31/12/2023

Principais beneficiários da iniciativa:
**População residente no concelho;
empresas instaladas no concelho;
instituições e entidades públicas do concelho.**

O projeto teve início em dezembro de 2012 com a entrega de contentores para deposição seletiva e indiferenciada como papel/cartão, embalagens plásticas/metálicas e embalagens de vidro e indiferenciados. Recentemente, iniciaram o alargamento ao fluxo dos biorresíduos. Essa tarefa foi complementada com uma forte campanha de comunicação e sensibilização orientada para as boas práticas de separação, alertando para os novos dias e horários de recolha, para as novas regras de colocação dos contentores para recolha, lavagem, entre outros.

O serviço Ecoponto em Casa serve a totalidade da população do concelho da Maia, com um parque de contentores distribuídos superior a 100.000 equipamentos, recolhidos em circuitos independentes e frequências de recolha específicas.

Com a solução implementada, os resíduos produzidos podem ser depositados no próprio local de produção (habitações/comércios), sendo o contentor recolhido em dia programado conforme calendário de recolha

A Maiambiente mantém a sustentabilidade financeira apenas com a Tarifa de Resíduos Sólidos Urbanos (TRSU) paga pelos municípios, conforme recomendado pela ERSAR.

entregue anualmente à população. Para que o serviço prestado tenha a menor pegada ambiental possível, a Maiambiente converteu a sua frota para viaturas mais sustentáveis recorrendo a combustíveis alternativos como gás natural comprimido ou mobilidade elétrica.

REDUZIR A FREQUÊNCIA DA RECOLHA INDIFERENCIADA

Com a implementação deste projeto foi possível reduzir a frequência da recolha indiferenciada para uma vez por semana, em resultado da adaptação da capacidade de deposição instalada, e paralelamente disponibilizar a recolha semanal de papel, embalagens e vidro, sem com isso aumentar significativamente os meios necessários. Os contentores distribuídos, com capacidade adaptada a cada cliente, estão equipados com um identificador eletrónico (tecnologia RFID), destinado à recolha automática de dados, o que permite, entre outros aspetos, registar as recolhas realizadas em cada cliente. Com recurso a uma solução tecnológica complementar, que combina o hardware

26.671

toneladas de papel enviadas para reciclagem desde o início do projeto.

21.697

toneladas de embalagens plásticas/metálicas enviadas para reciclagem desde o início do projeto.

26.217

toneladas de vidro recicladas desde o início do projeto.

-30%

de consumo de energia elétrica.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

11

Cidades e comunidades sustentáveis

12

Produção e consumo sustentáveis

instalado nas viaturas e o software que gere toda a informação em backoffice, é possível monitorizar e reportar em tempo real todo o processo de recolha de resíduos, facilitando a otimização da gestão de meios humanos e equipamentos associados.

Atualmente é possível identificar a geoposição das viaturas em contínuo, registar ocorrências ocorridas, como contentores partidos, resíduos na via, sujidade, contaminantes, velocidade de circulação, históricos de recolha, bem como ter acesso a dados reais sobre o número de contentores recolhidos e não recolhidos em cada dia, a quem pertencem, quantas recolhas um determinado cliente teve no período pretendido, etc.

APLICAR O MODELO POLUIDOR-PAGADOR

Esta solução integrada vai permitir a aplicação do modelo poluidor-pagador, desagregando a tarifa de gestão dos resíduos urbanos do consumo de água, como habitualmente é feito na generalidade dos municípios portugueses, passando a ser cobrada em função da real produção de resíduos de cada família/empresa (modelo PAYT).

Com campanhas de comunicação e sensibilização direcionadas, potenciando o incremento da quantidade de resíduos enviados para reciclagem e consequentemente a redução dos resíduos enviados para incineração e aterro.

Este modelo é complementado pela recolha seletiva porta a porta (a pedido) de outros fluxos de resíduos, tais como Resíduos de Equipamentos Elétricos e Eletrónicos (REEE), resíduos verdes, madeiras, sucatas, entre outros, igualmente encaminhados para reciclagem e compostagem.





GESTÃO DE ÓLEOS ALIMENTARES USADOS PARA AJUDAR FAMÍLIAS

A empresa desenvolveu e implementou um sistema de gestão de óleos alimentares usados. Esses óleos são reutilizados para produzir biodiesel e o valor angariado com a venda desse óleo é doado.



Em todas as cozinhas dos restaurantes McDonald's em Portugal continental existe um reservatório especial para a colocação de todos os óleos alimentares usados (OAU) no restaurante. Este óleo usado é recolhido pela HAVI, a mesma empresa que efetua o abastecimento dos restaurantes. A recolha de óleos é sempre realizada no regresso de um abastecimento ao restaurante, por forma a rentabilizar as voltas.

Este sistema de gestão de OAU, criado em 2011, serve para produzir biodiesel, um

combustível com índices de emissão de dióxido de carbono até 80% mais baixos do que o gasóleo. O sistema implementado assegura 100% a recolha seletiva de OAU e que a totalidade destes óleos é utilizada para a produção de biodiesel, assegurada pela Bioadvance, o que corresponde a cerca de 750 toneladas/ano.

Com esta iniciativa, a McDonald's consegue a valorização deste resíduo e contribui para a redução da sua pegada de carbono. Por outro lado, esta sinergia permite ainda beneficiar de

5.835
TONELADAS
de óleos alimentares
usados transformadas
em biodiesel desde
2011.

1,5
MILHÕES DE EUROS
angariados para a
Fundação Infantil Ronald
McDonald Portugal.

forma efetiva o projeto da Fundação Infantil Ronald McDonald, que recebe um donativo anual de cerca de 175.000 euros, resultante da venda dos óleos alimentares usados para a produção de biodiesel.

No início deste projeto, a empresa de logística HAVI incorporava 30% do biodiesel produzido no combustível das viaturas da sua frota movidas a diesel. Atualmente, dado que a HAVI utiliza gás natural veicular (GNV) na sua frota, o biodiesel fabricado através da reutilização dos OAU é vendido a várias empresas de transportes. Em quase 10 anos foram já recolhidas mais de 5,8 mil toneladas de óleos alimentares usados e angariados cerca de 1,5 milhões de euros (1.407.991€) para a fundação, no âmbito desta iniciativa. O sistema de gestão de óleos alimentares usados criado em Portugal já inspirou outros mercados da McDonald's.

APOIADAS MAIS DE 3.500 FAMÍLIAS PORTUGUESAS

A Fundação Infantil Ronald McDonald Portugal foi fundada em 2000, tendo logo no ano seguinte sido oficialmente reconhecida como Instituição Particular de Solidariedade Social de Utilidade Pública.

A Casa Ronald McDonald de Lisboa foi inaugurada em 2008 e apoia o Centro Hospitalar Lisboa Central, enquanto a Casa Ronald McDonald do Porto, inaugurada em



Empresa: **McDonald's**

Nome do projeto:
**Sistemas de gestão
de óleos alimentares
usados**

Data de início:
01/01/2011

Data de conclusão:
**Não há uma data de
conclusão prevista.**

Principais beneficiários
da iniciativa:

**A Fundação Infantil
Ronald McDonald
Portugal é o principal
beneficiário deste
projeto, a par do
ambiente.**

2013, apoia o Centro Hospitalar Universitário S. João e o IPO – Porto. O Espaço Familiar Ronald McDonald, inaugurado em 2017, apoia o Hospital Santa Maria, em Lisboa. Estas três infraestruturas ajudaram até agora, de forma totalmente gratuita, mais de 3.500 famílias e são atualmente os principais projetos da Fundação Infantil Ronald McDonald em Portugal. Carinhosamente tratadas como “a casa longe de casa” durante o tratamento hospitalar das crianças, as Casas Ronald McDonald do Porto e de Lisboa e o Espaço Familiar Ronald McDonald dispõem das comodidades de conforto de uma residência com uma zona de cozinha, zonas de descanso, de lavandaria e espaços comuns, onde os pais por momentos se esquecem de toda a vivência hospitalar. Paralelamente, muitos voluntários promovem diversas atividades em prol do conforto e da melhoria da experiência hospitalar destas famílias. Integradas na rede mundial da Ronald McDonald House Charities, espalhadas pelos cinco continentes em mais de 65 países e regiões, as 377 Casas Ronald McDonald e os 263 Espaços Familiares Ronald McDonald acolhem anualmente mais de 3,5 milhões de crianças e suas famílias.



QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



**Saúde
de qualidade**



**Energias
renováveis
e acessíveis**



**Produção
e consumo
sustentáveis**



**Ação
climática**



RECICLAR É DAR MAIS

A autarquia concretizou nos últimos três anos um ambicioso Plano de Ação para a Economia Circular (PAEC) com particular enfoque na área dos resíduos.

Assumindo o propósito de fazer da Póvoa de Varzim um concelho de bom ambiente designadamente na matéria dos resíduos (urbanos, industriais, agrícolas), o município, com a colaboração técnica da Lipor (Serviço Intermunicipalizado de Gestão de Resíduos do Grande Porto), desenhou uma estratégia que, particularmente no capítulo da recolha, respondesse à especificidade da vasta e diversificada tipologia de produtores. O trabalho efetuado, e que regularmente submetem a monitorizações de qualidade em ordem à sua contínua melhoria, viu o seu mérito reconhecido pela recente atribuição, pela ERSAR, do selo de qualidade do serviço, relativo ao ano de 2019.

RECOLHA SELETIVA PORTA A PORTA

A autarquia desenvolveu vários projetos que concretizam a visão de um concelho de bom ambiente. O primeiro é o "Reciclar é Dar +". Trata-se da recolha seletiva porta a porta (quer no setor residencial, quer na área de comércio e serviços). Iniciado em 2018 na zona histórica da cidade, o projeto consiste na entrega de um miniecoponto em cada habitação, composto por quatro contentores para os fluxos de embalagens de plástico e metal, papel/cartão, vidro e indiferenciados.



Empresa: **Município da Póvoa de Varzim**

Nome do projeto:
Concelho de Bom Ambiente – A promover a circularidade em todos os setores de atividade

Data de início:
14/11/2007

Data de conclusão:
31/12/2030

Principais beneficiários da iniciativa:
População que reside ou trabalha no concelho.

Este projeto começou apenas com duas pequenas zonas-piloto, mas foi um êxito, motivo pelo qual a autarquia tem vindo a expandir com soluções adaptadas às tipologias de um edificado muito diverso – desde habitações unifamiliares a prédios de grande dimensão com características próprias – contando atualmente com mais de 4.000 pontos de recolha ativos. À data desta candidatura, o volume de resíduos recicláveis cifrava-se já em 900 toneladas, o que representa uma taxa de valorização de 96,6 kg de resíduos por habitante ao ano, um valor bastante superior à meta estabelecida pelo município, de 60 kg por habitante ao ano. Em 2021, além do alargamento para novas áreas de intervenção, o projeto incluirá um quinto fluxo de recolha relativo aos resíduos orgânicos, reduzindo de forma significativa o volume dos resíduos indiferenciados. A recolha seletiva de biorresíduos, dirigida ao setor da restauração, teve início em 2006 com a adesão de 60 estabelecimentos, número que atualmente atinge os 160. Os resíduos orgânicos recolhidos – presentemente na ordem dos 32kg/dia por estabelecimento – são encaminhados para produção de composto orgânico na central de valorização orgânica da Lipor.



QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

11

Cidades e comunidades sustentáveis

12

Produção e consumo sustentáveis

REDUZIR O DESPERDÍCIO ALIMENTAR

A redução do desperdício alimentar no município é feita através de dois projetos: o "Embrulha" e o "Zero desperdício". Apresentado em 16 de outubro de 2020, no Dia Internacional da Alimentação, o projeto "Embrulha" contou com a adesão de 50 estabelecimentos. O objetivo do projeto é consciencializar consumidores e industriais do setor da restauração para a importância do combate ao desperdício alimentar: ao levar para casa, embrulhada, a comida que deixou na travessa ou no prato, o consumidor não só poupa recursos como evita o trabalho (e o custo) de transformar as sobras em composto. As embalagens biodegradáveis, onde se transporta o que não se consumiu, são entregues gratuitamente pelos estabelecimentos. Todas as refeições "recuperadas" são contabilizadas em plataforma própria, tendo em vista o cálculo dos indicadores ambientais relevantes.

No caso do "Zero desperdício", foi iniciado em 2018 e recolhe os géneros alimentares em fim de validade ou que não foram consumidos nos grandes centros de consumo (como hotéis, cantinas, etc.) ou distribuição, encaminhando-os para instituições que com eles confeccionam refeições que entregam a famílias carenciadas. Em dois anos, o "Zero desperdício" proporcionou a confeção de 16.328 refeições, que beneficiaram 9.735 pessoas. Com o valor económico estimado em 41.201 euros, o aproveitamento destes alimentos – que em alternativa gerariam 8 toneladas de resíduos orgânicos, evitou a emissão de 34 toneladas de CO₂.

ATÉ UMA MÁQUINA RECOLHE RESÍDUOS!

O mercado municipal é uma grande superfície comercial, integralmente "amiga do ambiente". Com o propósito de estimular o correto encaminhamento dos resíduos da população que o frequenta, foi ali instalada uma máquina que, em recompensa pelos resíduos que recolhe como embalagens de plástico, de metal e embalagens de vidro, atribui aos consumidores vales de compras ou de acesso a bens. Esta iniciativa foi apelidada de "Reciclar para ganhar" e começou por oferecer descontos no próprio mercado municipal e acesso gratuito a vários serviços. A máquina recolheu 520.000 embalagens, o equivalente a 39 toneladas de resíduos. O sucesso da experiência motivou o próprio Governo a lançar, via Fundo Ambiental, um projeto-piloto de instalação destas máquinas em vários pontos do país.





UMA NOVA VIDA DEPOIS DE UMA CHÁVENA DE CAFÉ

O processo de reciclagem de cápsulas de café permite que a borra do café seja utilizada como um fertilizante de arroz e que o alumínio, um material infinitamente reciclável, seja reaproveitado para produzir novos objetos.

O projeto de economia circular “Reciclar é Alimentar” é um contributo conjunto liderado pela Nespresso em parceria com a Federação de Bancos Alimentares Contra a Fome, que utiliza cápsulas de café usadas para produzir arroz, que por sua vez é doado a instituições portuguesas de solidariedade social, após um processo de reciclagem que envolve diferentes parceiros no país.

Este processo inicia-se no momento em que os portugueses bebem café e separam a cápsula de café. Sendo a borra do café um resíduo com propriedades fertilizantes e o alumínio um material infinitamente reciclável, a Nespresso garante que as suas vidas úteis não acabam numa chávena de café, contribuindo para diminuir o desperdício e promover a sustentabilidade.

No caso do alumínio, este é utilizado para produzir novos objetos, como canetas, máquinas fotográficas, canivetes ou até bicicletas. Das cápsulas recicladas é



Empresa: **Nespresso**

Nome do projeto:
Reciclar é Alimentar

Data de início:
01/01/2010

Data de conclusão:
Sem data de conclusão.

Principais beneficiários da iniciativa:

As famílias e as mais de 2.500 instituições apoiadas pelo Banco Alimentar.

aproveitada a borra do café, depois inserida em composto para terrenos de cultivo de arroz, na Herdade Monte das Figueiras, em Santa Margarida do Sado. O arroz ali produzido é comprado pela Nespresso e doado ao Banco Alimentar.

Este é o contributo da Nespresso para o crescimento da economia circular. De norte a sul do país, há empresas parceiras a contribuir para que se consiga produzir arroz a partir da borra de café. Neste processo, a reciclagem das cápsulas acontece em Loures, o alumínio segue a fileira da reciclagem, a borra de café é integrada num composto entregue na Herdade Monte das Figueiras e, no final, o arroz chega à mesa de quem dele mais precisa.

“Este projeto é um exemplo de responsabilidade social que nos deve inspirar a todos e motivar outros parceiros a dedicarem-se mais ao próximo. No Banco Alimentar, acreditamos que ser sustentável é pensar no ambiente, mas também na melhoria das condições de vida das

“pessoas, em especial de quem mais precisa”, destaca Isabel Jonet, presidente da Federação Portuguesa de Bancos Alimentares Contra a Fome.

Nos últimos dez anos foram doadas mais de 700 toneladas de arroz, o que tornou possível entregar mais de 14 milhões de refeições a famílias carenciadas. Se considerarmos os portugueses que dependem do Banco Alimentar, todos eles já tiveram acesso a 30 pratos de arroz produzido com o café da Nespresso.

PARTICIPAÇÃO DOS PORTUGUESES

A abrangência e o alcance deste projeto só é possível graças ao contributo dos portugueses, que cada vez mais se têm envolvido na recolha de cápsulas, com a taxa de reciclagem da Nespresso a atingir no final de 2019 os 23%.

A repercussão no comportamento do consumidor vê-se no aumento da taxa de reciclagem, desde o início desta iniciativa a taxa



Desde 2010 já foram entregues mais de

700

toneladas de arroz.

+500

instituições de solidariedade social apoiadas.

de reciclagem tem crescido exponencialmente, mostrando que os consumidores portugueses estão cada vez mais sensibilizados com o tema. Para ajudar basta que cada consumidor deposite as suas cápsulas num dos mais de 250 pontos de reciclagem nos parceiros Nespresso, boutiques ou entregando ao estafeta quando recebe a nova encomenda. Todos os anos a Nespresso investe mais de 500 mil euros em reciclagem e este projeto é um dos beneficiários do seu compromisso. Este projeto é um dos beneficiários do seu compromisso. O contributo económico está alinhado com o investimento promovido anualmente, também, na fertilização dos campos, na compra de arroz, e no embalamento e transporte para que depois chegue ao Banco Alimentar. O investimento mundial da Nespresso em reciclagem tem crescido e, desde 2014, atingiu cerca de 175 milhões de euros, com mais de 100 mil pontos de recolha em 53 países.



Em Portugal, a taxa de reciclagem de cápsulas Nespresso foi de 23% em 2019.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



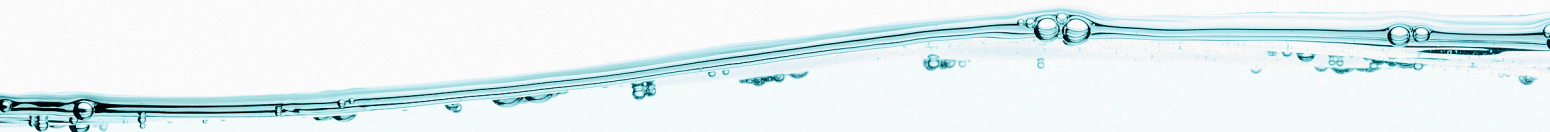
Erradicar a fome



Produção e consumo sustentáveis



REDUZIR O PLÁSTICO DESCARTÁVEL NA ÁGUA VENDIDA NOS SUPERMERCADOS



Uma opção de consumo de água filtrada em garrafas reutilizáveis e a baixo preço, em detrimento do uso de garrafas de plástico descartável.

Em todo o mundo são vendidas a cada minuto cerca de 1 milhão de garrafas de plástico; 85 mil milhões de garrafas de plástico são descartadas por ano e, para agravar esta situação, 91% do plástico não é reciclado. Se nada mudar, em 2050, haverá em peso mais plástico nos oceanos do que peixe.

Com o intuito de disponibilizar no mercado uma opção sustentável de consumir água de qualidade, dando uma resposta prática ao crescente problema do excesso de plástico descartável, surgiu pela mão da New Water Project, a marca ECO. A empresa portuguesa, baseada em Lisboa, desenvolveu uma solução concebida especificamente para o retalho através de um conceito inovador e disruptivo, que conjuga fontes de filtragem de água e garrafas reutilizáveis que são exclusivas da marca. O resultado? Uma opção de consumo de água filtrada de qualidade, que induz uma mudança de hábitos nos consumidores, favorecendo a reutilização, em detrimento do uso de garrafas de plástico descartável.

A ECO permite ao consumidor adquirir no supermercado uma garrafa reutilizável para encher com água filtrada, e é “convidado” a voltar a trazer a sua garrafa para reenche-la, as vezes que quiser, poupando o valor da garrafa, e claro, o ambiente. Nos reenchimentos, o consumidor já não paga o preço do transporte e logística, assim como o de uma outra



Empresa: **New Water Project, Lda.**

Nome do projeto:
ECO - Água Filtrada

Data de início:
01/03/2019

Data de conclusão:
Não há uma data de conclusão prevista.

Principais beneficiários da iniciativa: **Todos os consumidores. A ambição passa por estar disponível e chegar de forma massificada à população em geral.**

garrafa, só paga os litros de água, o que se traduz numa solução capaz de disponibilizar a água mais económica do retalho.

O CONCEITO ECO

A ECO está atualmente presente no grupo Jerónimo Martins, em 140 lojas da cadeia de supermercados Pingo Doce, espalhadas por todo o país, estando a ultimar os preparativos para dar início à fase de testes no mercado internacional.

As fontes ECO possuem um filtro de sedimentos que retém os resíduos e as impurezas e microplásticos até 1 micron; dois filtros de carvão ativado que absorvem os químicos adicionados e uma lâmpada UV que esteriliza a água.

Este processo de filtragem, capaz de melhorar indicadores como o sabor e o cheiro da água, é acompanhado por um rigoroso e regular plano de manutenções, assegurado pela marca às fontes ECO, bem como por análises bacteriológicas regulares feitas por laboratórios independentes, que permitem à ECO disponibilizar uma água filtrada sustentável e de qualidade.

Para a utilização das fontes de filtragem, a ECO disponibiliza garrafas exclusivas, que foram especialmente concebidas para serem reutilizadas. Num mercado em que o plástico descartável domina em termos globais e



A ECO já evitou o consumo de 2,6 milhões de garrafas descartáveis, um número que corresponde a uma fila de garrafas alinhadas durante 887 km.



em que as garrafas de água se caracterizam pela pouca diferenciação de imagem, a ECO disponibiliza uma garrafa de água especialmente concebida para ser reutilizável e que ainda se diferencia, de forma muito positiva, pela sua modernidade, nomeadamente pelo design e cor diferenciadores; pela resistência reforçada; e pela ergonomia. A característica inovadora e ímpar no mercado das garrafas ECO é a incorporação de um filtro UV, que protege a água da luz, salvaguardando todas as suas propriedades.

PAGAR APENAS OS LITROS DE ÁGUA SERVIDOS

Ao permitir uma redução na produção de plástico e uma redução no respetivo transporte e processo logístico, a ECO contribui para a diminuição das emissões de dióxido de carbono ao nível de toda a cadeia de valor e oferece vantagens bastante concretas aos retalhistas pela possibilidade de criarem uma categoria nova de água, mais sustentável e aguardada por muitos consumidores; e porque permite uma redução na sua área de armazenamento e uma diminuição da complexidade logística ao nível da reposição.

A ECO já ultrapassou os 12 milhões de litros vendidos o que permitiu uma poupança de plástico descartável que ultrapassa as 180

12 MILHÕES
de litros vendidos.

180
toneladas de plástico
poupadas.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

12

**Produção
e consumo
sustentáveis**

14

**Proteger a vida
marinha**

toneladas. No que diz respeito à eficácia, 90% das vendas são reenchimentos, com contínuo crescimento ao nível de novos consumidores; o que demonstra que a ECO já mudou os hábitos de consumo de muitos portugueses. Prova do interesse generalizado pela solução ECO são os pedidos para a sua instalação em empresas, organizações governamentais, instituições, clubes desportivos, hotéis, entre outros, que se juntam às diversas demonstrações de interesse para a colocação desta solução em cadeias de retalho de outras geografias.

NOVA VIDA ÀS GARRAFAS ECO

Um dos grandes objetivos da marca é poder assegurar que as garrafas ECO, em fim de vida, possam ser transformadas em matéria-prima para um novo produto, uma segunda vida, assegurando o ciclo completo de sustentabilidade do produto. Estão a ser feitos testes com o Citeve (Centro Tecnológico das Indústrias Têxtil e do Vestuário de Portugal) e o Centi (Centro de Nanotecnologia e Materiais Técnicos, Funcionais e Inteligentes) para assegurar que as garrafas entregues pelos consumidores ECO serão recicladas e transformadas num novo produto. Os testes realizados pretendem assegurar a transformação das garrafas em algo útil para a sociedade.



RECICLAR PARA APOIAR QUEM MAIS PRECISA

Incentivar a sociedade à reciclagem e ao correto encaminhamento de equipamentos elétricos e eletrônicos, pilhas, baterias e lâmpadas que se encontrem em período final de vida é o objetivo desta ação.

O dinheiro da reciclagem é doado a IPSS.

Para garantir o correto encaminhamento de equipamentos elétricos e eletrônicos, pilhas, baterias e lâmpadas em período final de vida, e de modo a participar de forma ativa no que diz que respeito ao cumprimento das metas de recolha anuais de equipamentos e gestão de fluxos específicos de resíduos, a Samsung e o Electrão iniciaram uma campanha anual de incentivo à reciclagem.

A iniciativa conta com a colaboração de centros técnicos autorizados da Samsung e está associada à componente de responsabilidade social. Na sua vertente de inclusão, esta campanha retribui valor à comunidade através do apoio a IPSS portuguesas com o valor monetário convertido da totalidade de equipamentos recolhidos durante toda a edição da campanha. Deste modo, ao longo de cada edição, os centros técnicos autorizados da Samsung abraçam o desafio e recolhem o maior número destes resíduos elétricos e eletrônicos, realizando a devida promoção da iniciativa junto das suas comunidades locais com vista à adesão à campanha.

Do envolvimento dos centros técnicos advém uma certa flexibilidade no modo como é dinamizada a recolha dos equipamentos, realizando por vezes parcerias com câmaras municipais para a colocação de pontos de recolha Electrão em locais estratégicos com vista a recolher um maior número de resíduos e atribuir uma maior escala à recolha de equipamentos.

Esta iniciativa conta ainda com a contribuição ativa dos colaboradores da Samsung, que durante o ano depositam os seus equipamentos usados nos escritórios da sede, sendo posteriormente recolhidos pelo Electrão e contabilizados para a presente iniciativa.





SAMSUNG

Empresa:
Samsung Portugal

Nome do projeto:
Juntos Fazemos a Diferença

Data de início:
01/01/2019

Data de conclusão:
31/12/2021

Principais beneficiários da iniciativa:

As IPSS escolhidas pela Samsung, os centros técnicos aderentes à iniciativa e o meio ambiente.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Eradicar a pobreza



Produção e consumo sustentáveis

100 EUROS DOADOS POR CADA TONELADA

No final do ano é feita a contabilização de todas as recolhas efetuadas e por cada tonelada recolhida é doado o valor de 100 euros. Em 2019, a campanha contou com a participação de 21 centros técnicos autorizados da Samsung, em que cada um selecionou a IPSS a quem gostaria de doar o valor angariado, dos equipamentos recolhidos por ele localmente. Aproveitando alguns dias comemorativos, entre eles o Dia do Ambiente e a época natalícia, a Samsung realizou ações de entrega de brindes aos clientes que entregassem no centro técnico equipamentos para reciclagem. Para sensibilizar a comunidade para aderir à iniciativa, esta edição contou com um vídeo educacional, no qual foi possível mostrar ao público em geral o que acontece a um equipamento em fim de vida quando este é corretamente encaminhado para a reciclagem, fazendo também entrevistas de forma a suscitar a curiosidade pelo tema da sustentabilidade.

AJUDAR IPSS

Em 2018, a campanha proveniente desta ação de parceria já tinha permitido recolher mais de 48 toneladas de resíduos, da participação de 16 centros técnicos autorizados da Samsung, que se converteram numa contribuição de 4.800 euros, entregues à Casa da Encosta,

21
centros técnicos autorizados da Samsung participam.

106
toneladas de resíduos elétricos e eletrónicos em fim de vida recolhidas.

22
IPSS beneficiaram da ação.

Centro de Acolhimento Temporário de Crianças em Risco, no concelho de Cascais. De modo a aumentar o contributo para uma economia circular, a Samsung tem vindo a realizar um considerável número de doações de equipamentos provenientes de "samples" e reconicionados de atividades de marketing a várias IPSS. Encontrando-se em perfeito funcionamento e utilidade, permite prolongar o ciclo de vida destes equipamentos, unidades que seriam de outra forma destruídas. Por último, de salientar que na presença de equipamentos elétricos entregues para reciclagem e que se encontrem em bom estado de funcionamento, estes são devidamente encaminhados para a rede Entreejuda, onde são sujeitos a uma triagem e posterior intervenção técnica de modo que seja possível a sua reutilização pelos utentes das várias IPSS inscritas nesta rede. De um modo geral, a presente iniciativa de reciclagem, resultante da parceria junto do Electrão, tem mostrado um contínuo crescimento na quantidade de equipamentos recolhidos, um aumento do número de centros técnicos autorizados da Samsung a participar na campanha – tudo isto para um aumento constante, pelas várias edições, do valor monetário convertido e doado a IPSS portuguesas. Um maior contributo sustentável e social associado a esta campanha.



ESCOLAS APRENDEM A REALIZAR COMPOSTAGEM ORGÂNICA

A iniciativa visa incentivar as boas práticas ecológicas entre os mais novos, nomeadamente na aprendizagem da valorização de resíduos orgânicos, como os restos de comida das cantinas, e a sua transformação em composto de grande qualidade.

Com o aumento da quantidade média de resíduos produzidos por cada português nas últimas décadas, em resultado do crescimento económico verificado e do consequente aumento do consumo, é de extrema importância a redução da quantidade de resíduos gerados e encaminhados para aterro ou para incineração. A compostagem doméstica é um método simples de reciclagem de resíduos orgânicos resultantes da confeção de refeições e da limpeza de espaços verdes, que pode facilmente ser posto em prática quer em escolas, quer pelas famílias. Desta forma estarão a produzir composto, um material rico em nutrientes, que permite devolver ao solo a matéria orgânica reciclada, e a fomentar, junto dos mais jovens, práticas mais ecológicas e hábitos mais saudáveis.

No caso específico das escolas, a fração de resíduos orgânicos poderá ultrapassar os 80



96

escolas participam na iniciativa.

por cento do total de resíduos produzidos, sendo por isso fundamental que se promova a compostagem como parte integrante das atividades curriculares e extracurriculares de formação das novas gerações. Este tipo de projetos é igualmente importante na ótica da circularidade de recursos. Ao fazer-se a valorização dos resíduos orgânicos com a produção de um corretivo agrícola natural, será possível devolver a matéria orgânica e os nutrientes aos nossos solos.

FAZER DIFERENTE COM POUCO

Este é o propósito do projeto “Devolver à Terra”, uma iniciativa que resulta de uma parceria entre a Silvex e a Zero, permitindo que 96 escolas de Portugal continental efetuem a compostagem dos seus resíduos orgânicos. Para esse efeito, é disponibilizado todo o



QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

4

Educação de
qualidade

11

Cidades e
comunidades
sustentáveis

12

Produção
e consumo
sustentáveis

apoio técnico necessário, assim como todo o material e equipamento necessário, com realce para compostores em madeira e sacos biodegradáveis & compostáveis produzidos pela Silvex, certificados pela TUV Austria como "OK Compost Home".

A iniciativa visa demonstrar aos mais novos que é possível fazer diferente com pouco e que eles podem também contribuir para um meio ambiente mais eficiente e sustentável através da adoção de boas práticas ecológicas nas tarefas quotidianas. Os alunos depois de compreenderem o processo da compostagem podem verificar como os resíduos, sem valor aparente, podem ser muito úteis para fertilizar os jardins e hortas escolares, desviando assim toneladas de resíduos dos nossos aterros e poupando toneladas de emissões de CO₂ dos camiões de lixo que deixarão de recolher este "desperdício".

PROMOVER A COMPOSTAGEM DOMÉSTICA

Os objetivos centrais do projeto "Devolver à Terra" passam sobretudo pela promoção da compostagem doméstica como um método simples e eficaz para tratamento e reciclagem de resíduos orgânicos alertando para a importância de desviar esse tipo de resíduos dos aterros sanitários, enquanto destino final.

O projeto tem como público-alvo alunos desde o ensino pré-escolar até ao ensino secundário e procura, através de ações de educação ambiental, realçar a importância do papel que as escolas desempenham tanto como agentes educadores que sensibilizam as futuras gerações em temas fundamentais para a sociedade, como enquanto unidades geradoras de resíduos. É possível demonstrar o potencial que as



Empresa: **Silvex**

Nome do projeto:
Devolver à Terra

Data de início:
07/03/2020

Data de conclusão:
07/03/2023

Principais beneficiários
da iniciativa:

**A comunidade
escolar das 96
escolas selecionadas
e as entidades
gestoras de resíduos.**

escolas possuem na redução do desperdício e das emissões de gases de efeito estufa por meio de ações de separação e reciclagem dos resíduos orgânicos.

O papel dos professores não foi esquecido.

É essencial, e para eles foi desenvolvido conhecimento técnico sobre o tratamento da fração orgânica dos resíduos sólidos, atendendo às características, explicando diferentes técnicas e mostrando quais os desafios e os benefícios da compostagem orgânica.

A Silvex e a Zero estão empenhadas em estimular escolas que ainda não o façam a implementarem ações relacionadas com a separação de resíduos orgânicos e compostagem e ambicionam que este projeto seja inspirador e contagie outras instituições públicas e privadas a seguir estas boas práticas ambientais.

Para participar no projeto, as escolas deveriam cumprir um conjunto de requisitos, nomeadamente possuir cantina na qual sejam confeccionadas pelo menos 50 refeições diárias, ter um espaço verde como um jardim, horta ou terreno adequado à colocação de um compostor e ter como responsável pela implementação do projeto um professor pertencente ao quadro de pessoal da escola de modo que possa acompanhar o projeto ao longo dos três anos letivos em que irá decorrer. A aplicação dos critérios mencionados permitiu selecionar um conjunto de 96 escolas, distribuídas sobretudo nas regiões norte e centro do país com 38 e 31 escolas, respetivamente, quatro escolas no Algarve, três no Alentejo e 20 na Área Metropolitana de Lisboa.

CERVEJAS COM CEVADA DO ALENTEJO

Projetos que mostram que é possível realizar uma verdadeira inovação agrícola alinhada com a sustentabilidade, apoiando a economia local e os produtores regionais.

A Sociedade Central de Cervejas e Bebidas (SCC) e a Agri Marketplace, uma start-up portuguesa que se dedica à digitalização do mercado de compra e venda de produtos agrícolas, estabeleceram uma parceria para a promoção da criação de uma nova fileira de produção de cevada dística em Alcácer do Sal, um projeto conjunto que começou a ser desenhado em 2019 e que tem como objetivos potenciar a inovação na cadeia de valor e promover a agricultura nacional. Desta parceria resultou um projeto de cultivo de cevada dística pelos produtores de arroz da região do Vale do Sado, com garantia de aquisição dessa produção pela Central de Cervejas. Esta iniciativa conjunta surge como resposta ao problema de escassez de água que a região do Vale do Sado tem sofrido nos últimos anos, acrescido dos constrangimentos de acesso à água em 2020, como consequência de obras nos canais de rega, o que afetou negativamente a produção de arroz. A criação desta nova fileira de cevada em Alcácer do Sal é também uma oportunidade para os produtores agrícolas da região mitigarem os efeitos da situação de crise dos últimos anos, através deste rendimento alternativo e, simultaneamente, com a diversificação agrícola a longo prazo, através da implementação de uma cultura de sequeiro. Foi ainda possível dinamizar outras entidades da região, como a APARROZ - Agrupamento de Produtores de Arroz do Vale do Sado, através da prestação de serviços de beneficição e armazenamento do cereal. Esta iniciativa representa uma verdadeira inovação agrícola e resultou numa área total de 100 hectares de produção de cevada em Alcácer



Empresa: **Sociedade Central de Cervejas e Bebidas, S.A.**

Nome do projeto: **Promover e revitalizar o cultivo de cevada dística em Portugal**

Data de início: **01/01/2020**

Data de conclusão: **31/01/2021**

Principais beneficiários da iniciativa: **Setor cervejeiro, agricultores e cooperativas agrícolas nacionais e outras empresas ligadas à fileira dos cereais.**

do Sal, distribuídos por três produtores agrícolas e com uma estimativa de produção anual total de 300 toneladas de cevada dística.

A expectativa é que a iniciativa se possa repetir, e expandir-se geograficamente para que mais produtores tenham acesso a esta oportunidade de rendimento e de exploração de uma nova cultura agrícola.

Outro exemplo de estímulo à produção de cevada dística nacional é a homenagem que a cerveja Bohemia, marca do portefólio da SCC prestou à região do Alentejo.

A Cerveja Bohemia lançou a sua variante Pilsener, com 100% Cevada do Alentejo, fornecida por produtores regionais certificados e associados do Agrupamento de Produtores de Cereais do Sul (CERSUL).

O processo da criação desta cerveja, foi auditado e certificado pela Associação Nacional de Produtores de Proteaginosas, Oleaginosas e Cereais (ANPOC), através da marca Cereais do Alentejo, evidenciando-se nos rótulos da garrafa esta distinção e respetivo selo.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Produção e consumo sustentáveis

BOHEMIA
*JUNTA-TE
à MESA*

CEVADA DO
ALENTEJO



Acreditamos na excelência dos nossos produtos e na enorme riqueza do nosso país.

É por isso, que a partir de agora produzimos a **BOHEMIA PILSENER** com 100% cevada portuguesa, do Alentejo.



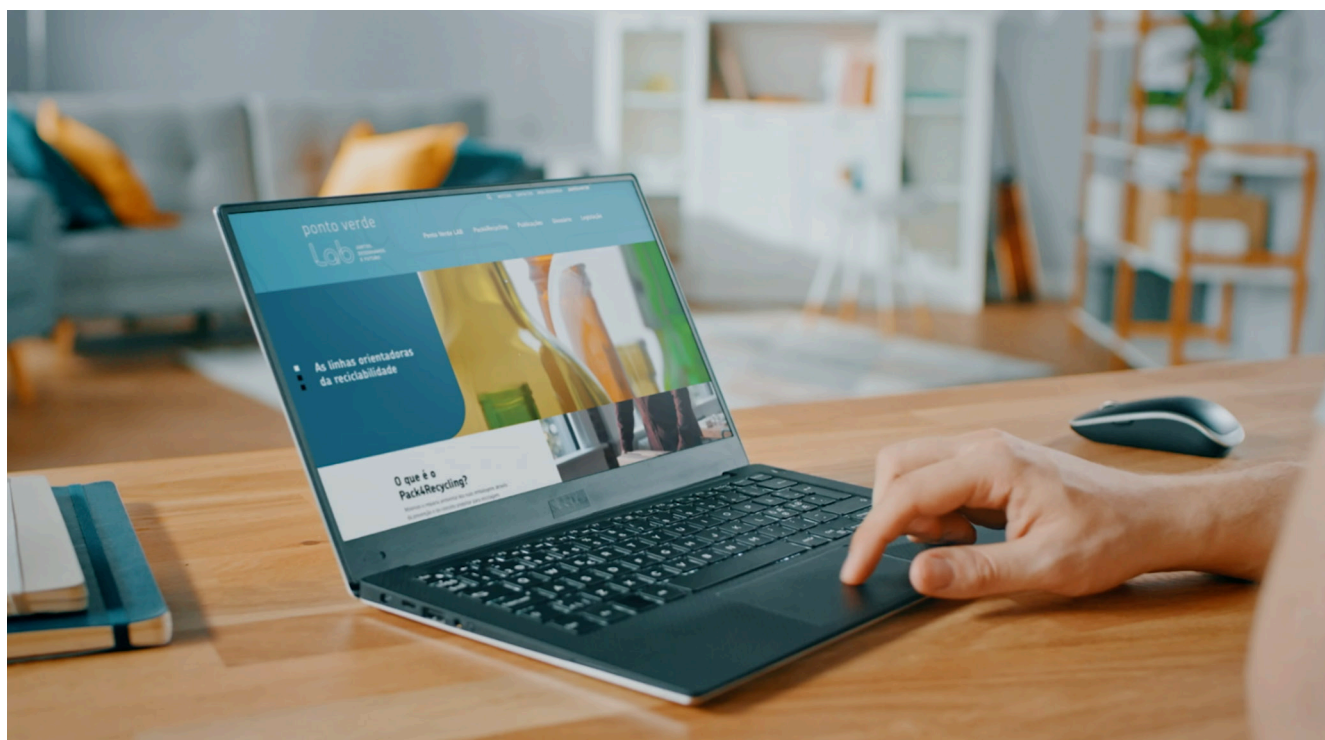
Junta-te a esta mesa portuguesa, com Bohemia.

SEJA RESPONSÁVEL. BEBA COM MODERAÇÃO.



PROMOVER O ECODESIGN NA CRIAÇÃO DE EMBALAGENS

Trabalhar com os agentes da cadeia de embalagens para que desenvolvam soluções mais sustentáveis e embalagens com maior nível de reciclabilidade.



No âmbito da transição para uma economia circular e na rota da neutralidade carbónica, a estratégia de atuação da Sociedade Ponto Verde (SPV) assenta na articulação entre um alargado leque de parceiros, numa lógica de cadeia de valor para os seus acionistas e clientes, garantindo o cumprimento das suas responsabilidades num contexto de maior eficiência e eficácia do sistema.

Como suporte à sua estratégia, a SPV impulsiona a adoção das melhores práticas na conceção das embalagens em termos de prevenção e reciclabilidade, estimula processos inovadores de recolha seletiva e de reciclagem, e ainda a incorporação de matérias-primas secundárias em produtos de valor

Os clientes, que representam 34% das toneladas de embalagens declaradas à SPV, já implementaram medidas de prevenção nas embalagens que colocam no mercado.

acrescentado, com impactos substantivos no uso eficiente de recursos.

O Ponto Verde Lab é uma plataforma digital que desafia os agentes da cadeia valor das embalagens a desenvolverem embalagens que sejam de raiz mais sustentáveis e com maior potencial de reciclabilidade após o consumo. Começou por ser uma área essencialmente de prevenção que, tendo em conta a importância crescente da inovação em toda a cadeia de valor da reciclagem, vai também passar a agregar os projetos de investigação e desenvolvimento da SPV. A inovação, que é central em toda a estratégia da transição verde, vai desde a procura de embalagens “eco friendly” até ao consumo de produtos com

menos impacto no ambiente, passando pela reutilização de embalagens.

Assim, às suas já habituais preocupações – estética, ergonomia, facilidade de produção, custo, segurança, qualidade, funcionalidade e os requisitos legais – esta plataforma incorpora os princípios do ecodesign, para garantir um design sustentável que beneficie a reciclagem, reunindo um conjunto de recomendações para a otimização dos processos de estudo, desenvolvimento e produção de embalagens e agrega-as em “pack4recycling”.

Além da plataforma, a SPV tem também uma equipa dedicada a prestar apoio técnico às marcas, para que apliquem os melhores princípios no desenho e conceção das suas embalagens.

REDUÇÃO E RECICLABILIDADE

O Ponto Verde Lab pretende ser um contributo efetivo para os objetivos definidos nas estratégias de prevenção, inovação, investigação e desenvolvimento. Segundo a diretiva relativa a embalagens e resíduos de embalagens, entende-se por prevenção a diminuição da quantidade e da nocividade para o ambiente de materiais e substâncias utilizadas nas embalagens; embalagens e resíduos de embalagens, a nível do processo de produção e nas fases de comercialização, distribuição, utilização e eliminação.

As embalagens não são consideradas apenas como um simples recipiente que acondiciona um determinado produto. Pelo contrário, estão associadas a uma evolução constante, de forma a responder eficazmente às exigências de todos os intervenientes, ao longo do seu ciclo de vida. Para tal importa, entre outros aspetos, avaliar em detalhe a escolha de materiais e processos produtivos, a conjugação de componentes,

sociedade
ponto verde

Empresa: **Sociedade Ponto Verde, S.A.**

Nome do projeto: **Ponto Verde LAB**

Data de início: **07/02/2019**

Data de conclusão: **31/12/2021**

Principais beneficiários da iniciativa:

Fabricantes de matérias-primas de embalagens; fabricantes de embalagens; profissionais de design e embaladores.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

12



Produção e consumo sustentáveis

a forma e o volume da embalagem e o tipo de produto que é embalado. É de extrema importância combater situações de excesso de embalagem, tendo sempre em consideração o perigo do subdimensionamento. Caso a embalagem não seja suficientemente robusta ou não proporcione a devida proteção (química, biológica e/ou mecânica) ao longo de toda a cadeia de distribuição e consumo, poderá atingir o ponto de rutura. Esta situação causaria a perda ou a inutilização do conteúdo, assim como da própria embalagem, gerando efeitos negativos acrescidos, tanto a nível económico como ambiental.

A estratégia para a prevenção desenvolve-se, por isso, em duas vertentes: a redução e a reciclabilidade. O eixo de atuação da “redução” inclui as medidas de redução do peso unitário da embalagem; melhoria na relação do peso da embalagem e do seu conteúdo e a não utilização de embalagens supérfluas. No eixo de atuação da “reciclabilidade” fazem parte as medidas de utilização de materiais com maiores possibilidades de valorização/reciclagem; incorporação de matérias-primas recicladas ou com certificados de gestão sustentável e a melhoria qualitativa da embalagem de forma a minimizar o seu impacto ambiental.





COMPROMISSO PARA O USO RESPONSÁVEL DE PLÁSTICOS

Fomentar a economia circular de plásticos e embalagens, reduzir o uso de recursos naturais, promover a reciclagem e substituir o plástico de utilização única são algumas das ações concretizadas com esta iniciativa.

Cerca de 40% dos 65 milhões de toneladas de plástico produzidos na Europa são utilizados em embalagens e apenas uma pequena parte destas são efetivamente recicladas, contribuindo para a poluição de mares e oceanos, que terão mais plástico do que peixe em 2050. Um retalhista alimentar é indiretamente responsável pela colocação diária de milhões de embalagens no mercado, nomeadamente através dos produtos de marca própria, sendo este um dos principais impactos ambientais da sua atividade.

Conscientes deste facto e também da crescente desinformação associada ao tema dos plásticos, a Sonae MC decidiu lançar um projeto transversal a toda a empresa, com os objetivos de, através da inovação e do ecodesign, procurar melhores soluções para as suas embalagens e assim minimizar a pegada ambiental; e dinamizar um “ecossistema” mais circular para os plásticos, com a sensibilização e o envolvimento de toda a cadeia de valor, desde os produtores da matéria-prima ao consumidor final.

No âmbito da sua “Estratégia para o Uso Responsável dos Plásticos”, o Continente tem vindo a implementar diversas iniciativas, contando com um grupo de trabalho multidisciplinar e transversal centrado no desenvolvimento de soluções muito concretas para um uso mais consciente deste material, no âmbito da marca própria, da logística, dos fornecedores, inclusive a nível interno e também da sensibilização do consumidor.

Até ao momento, além das mais de 4,2 mil toneladas de plástico virgem já eliminadas (plástico considerado desnecessário e a substituição de material virgem por reciclado), a marca substituiu ainda 50 toneladas de plástico com baixa reciclabilidade, como o PVC, por outros materiais mais fáceis de reciclar, como o PET, dos seus produtos. Atualmente, 70% das referências de marca própria já são 100% recicláveis.



INICIATIVAS PIONEIRAS

Entre as iniciativas do Plástico Responsável Continente, algumas refletem o caráter pioneiro do projeto no mercado do retalho alimentar nacional. Entre as mais recentes, a substituição da janela transparente dos sacos de pão, anteriormente em plástico, por um novo material celulósico, 100% reciclável com o resto do saco, no ecoponto azul. Esta inovação permite ao cliente continuar a ver o conteúdo do saco, mas evita a utilização de 94 toneladas de plástico por ano.

Também em 2020 lançou o Sea Wrap, o primeiro saco de peixaria feito de papel no mercado. É 100% reciclável e está revestido no interior por uma camada fina de polietileno, que evita o derrame de líquidos, garantindo a total conservação do produto. O cliente apenas tem de remover a fina película interior do saco e colocar no ecoponto amarelo, enquanto o saco em si tem como destino o ecoponto azul. Os novos sacos permitirão eliminar mais de 40% do plástico gasto por ano nos sacos da peixaria, evitando a utilização de 70 toneladas do material.

SONAE MC

Empresa: **Sonae MC**

Nome do projeto:
Plástico Responsável Continente

Data de início:
02/07/2018

Data de conclusão:
28/02/2020

Principais beneficiários da iniciativa:
Sociedade civil e o planeta.



Atualmente, 70% das referências de marca própria Continente já são 100% recicláveis.

Com o objetivo de acelerar a transição para a economia circular das embalagens, o Continente foi pioneiro no desenvolvimento, em conjunto com a Sociedade Ponto Verde (SPV), de uma nova iconografia de reciclagem para as suas embalagens. Esta iconografia visa incentivar a reciclagem e contribuir para um maior conhecimento por parte do cliente, explicando de que forma se deve reciclar cada produto, bem como a indicação do ecoponto a que cada embalagem se destina, tendo como compromisso a inclusão desta iconografia em todos os produtos Continente até final de 2021. Outra iniciativa inovadora foi realizada no Continente Bom Dia do Via Catarina, no Porto, que se transformou na primeira loja em Portugal a não utilizar plásticos descartáveis na “praça” de fruta e legumes. A adoção da política single-use-plastic free (sem plástico descartável) é outra medida que fortalece o posicionamento da marca no âmbito do Compromisso Plástico Responsável. No ano passado, inauguraram o Continente Bom Dia Martim Moniz em que a mesma dinâmica foi implementada, tornando-se na primeira loja em Lisboa a eliminar os plásticos descartáveis na zona de fruta e legumes a granel. Na zona de fruta e legumes, disponibilizam sacos de algodão e de rede 100% recicláveis, laváveis e reutilizáveis para transporte destes artigos; na zona da padaria, há sacos de pano disponíveis e, em alternativa, o cliente também tem a possibilidade de trazer os seus próprios sacos de casa.

Não sendo um produto exclusivo da Sonae MC, foi por pedido e incentivo da Sonae MC ao fornecedor que as bananas da Madeira passaram a ser embaladas com uma cinta



4,2 MIL toneladas de plástico virgem eliminadas.



elástica em vez do antigo saco de plástico. O novo formato está disponível em lojas de vários retalhistas e, só nas lojas Continente, esta alteração permite uma poupança anual de cerca de 11 toneladas de plástico virgem. As sleeves de PVC dos iogurtes líquidos de marca própria foram substituídas por sleeves de PET. Esta alteração permitiu a eliminação de cerca de 50 toneladas de PVC numa categoria que representa cerca de 48 milhões de garrafas de iogurtes por ano e, por último, a Sonae MC é um parceiro no projeto do Ypack, que tem como objetivo encontrar uma alternativa ao plástico através da criação de embalagens biodegradáveis e compostáveis com maior capacidade de conservação de alimentos, desta forma contribuindo também para a redução do desperdício alimentar. Lançada a 22 de abril de 2019, a plataforma www.plasticoresponsavel.continente.pt, dá visibilidade à estratégia e iniciativas que vão sendo implementadas, mas com muitas outras informações – notícias nacionais e internacionais, entrevistas com especialistas, dicas para o dia-a-dia, entre outros – para quem quer saber mais sobre o tema dos Plásticos, ser um consumidor mais consciente e adotar comportamentos sustentáveis.



QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

12

Produção e consumo sustentáveis



JÚRI

MIGUEL DE CASTRO NETO

Subdiretor da NOVA Information Management School e coordenador da NOVA Cidade – Urban Analytics Lab

PRESIDENTE DO JÚRI



Impressionante a manifestação de vitalidade do território que marca esta primeira edição do Prémio Nacional de Sustentabilidade. Um sinal de esperança para a necessária coesão territorial.

JOSÉ MANUEL PEDREIRINHO

Ex-presidente da Ordem dos Arquitectos, em funções à data da nomeação



O dicionário apenas nos esclarece ser a qualidade do que é sustentável, defensável ou apenas suportável. Mas é disso que precisamos para assegurar as necessidades: as nossas e as das gerações futuras.

LUÍSA SCHMIDT

Socióloga e investigadora do ICS



A sustentabilidade é vital para a nossa sobrevivência coletiva e implica ações urgentes, projetos inovadores e uma articulação inteligente entre economia, ambiente e sociedade.

MIGUEL EIRAS ANTUNES

Partner de Smart City, Smart Nation and Local Government, Deloitte



Só com as cidades se ganhará a batalha contra as alterações climáticas. Temos excelentes exemplos em Portugal, mas muito há ainda a fazer para lhes dar escala nacional.



Encontram-se nesta categoria iniciativas, serviços ou produtos que promovem cidades ou vilas sustentáveis e o bem-estar da comunidade. Os projetos devem contemplar metodologias que tenham um impacto positivo nos ecossistemas urbanos pela integração e interação sustentável com a academia e o cidadão, através da melhoria da mobilidade, das infraestruturas e transportes públicos, melhoria das ligações entre áreas urbanas, desenvolvimento de edifícios sustentáveis, otimização de património histórico e cultural, desenvolvimento de turismo sustentável, promoção de cidades despoluídas, habitação acessível, espaços verdes e de lazer, serviços públicos, modos de vida sustentáveis, equilíbrios geracionais, combate ao isolamento social e promoção de organizações de moradores, transição energética e iniciativas multimunicipais.

PAULA TELES
CEO da Mobilidade PT



“
As cidades nunca mais serão as mesmas depois da covid-19. O planeamento da mobilidade urbana, que terá de aplanar a curva das deslocações, poderá ser o colete salva-vidas no redesenho de cidades mais resilientes.

BEM-ESTAR E CIDADES SUSTENTÁVEIS



FIBRA ÓTICA EM TODAS AS FREGUESIAS DO PAÍS

O projeto Freguesias 100% Fibra aproxima os portugueses, contribui para aumentar a inclusão digital e promover o desenvolvimento económico e as aptidões digitais da sociedade.



Colocar Portugal na vanguarda da tecnologia e da inovação. Esse é o propósito da Altice Portugal no âmbito do projeto Freguesias 100% Fibra.

O plano de cobertura 100% Fibra em freguesias e municípios portugueses, e o consequente aumento da penetração dos serviços suportados em fibra, contribui para aumentar a inclusão digital e promover o desenvolvimento económico, assim como acelerar a aptidão digital de toda a sociedade.

Este movimento vai ao encontro do objetivo da Altice Portugal em transformar Portugal num dos primeiros países europeus com cobertura praticamente integral de fibra ótica. Portugal, pelas mãos da Altice Portugal, tem já mais de 5,6 milhões de lares e empresas com acesso à fibra ótica de última geração.

Empresa:
Altice Portugal

Nome do projeto:
Freguesias 100% Fibra

Data de início:
01/04/2019

Data de conclusão:
31/12/2021

Principais beneficiários da iniciativa: **Toda a população residente em Portugal e todas as entidades públicas ou privadas.**

A conquista deste marco representa o trabalho que o operador líder de telecomunicações tem realizado ao longo dos anos, sem nunca esquecer as populações mais remotas, e olhando para o território nacional como um todo, garantindo a igualdade de oportunidades e acesso a todas as regiões.

Nesse sentido, a Altice Portugal tem investido em regiões com baixa densidade populacional, de modo a potenciar o seu desenvolvimento económico e a inclusão digital alargada. Depois de, em abril de 2019, ter anunciado a cobertura total de fibra ótica em dez freguesias de seis municípios do país, a Altice Portugal voltou, em setembro de 2019, a dar mais um importante passo no que diz respeito à cobertura integral desta rede em território nacional, cobrindo mais 100 freguesias com



5,6 MILHÕES
de lares e empresas em
Portugal têm fibra ótica
de última geração.

500
freguesias abrangidas
pelo plano de cobertura
100% Fibra.

8
MILHÕES DE EUROS
investidos no projeto.

**É importante que qualquer
habitante de qualquer canto
de Portugal tenha as mesmas
oportunidades e acessos que um
habitante de uma grande cidade.**

simples e fiável em termos tecnológicos, que oferece uma maior qualidade de serviço e com um enorme potencial para a oferta alargada de novos serviços, quer para clientes residenciais, quer empresariais, escolas e hospitais. É importante que qualquer habitante de qualquer canto do nosso país tenha exatamente as mesmas oportunidades e acessos de um habitante de Lisboa. A proximidade ao território, um dos vetores de atuação da Altice Portugal, garante precisamente isso: igualdade de oportunidades e de acesso, pretendendo que esta igualdade seja transversal em todo o país.

AMIGO DO AMBIENTE E DA ECONOMIA

Este projeto, entre outros méritos, é amigo do ambiente, pois a infraestrutura em fibra necessita de menos energia para manter os equipamentos ativos, reduzindo a pegada ecológica. Mais fiável, menos permeável a problemas técnicos e menos sensível a intempéries, permite ainda prestar um serviço com melhor qualidade devido à maior capacidade de débito e à imunidade a perturbações radioelétricas. Contribui também para o desenvolvimento das economias regionais, para a captação de investimento, para a fixação das populações e, com isso, ajudar no combate à desertificação.

**O objetivo da
Altice Portugal é
transformar Portugal
num dos primeiros
países europeus
com cobertura
praticamente integral
de fibra ótica.**

100% de fibra ótica, num investimento próximo dos 8 milhões de euros.
Em outubro de 2020, o operador anunciou a chegada a 500 Freguesias 100% Fibra, onde é garantida a cobertura integral destes territórios com esta infraestrutura mais robusta, mais

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



**Educação de
qualidade**



**Energias
renováveis e
acessíveis**



**Trabalho digno
e crescimento
económico**



**Indústria,
inovação e
infraestruturas**



**Reduzir as
desigualdades**



**Cidades e
comunidades
sustentáveis**



**Produção
e consumo
sustentáveis**



**Parcerias para a
implementação
dos objetivos**

BOAS PRÁTICAS ASSENTES NOS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A Cartilha de Sustentabilidade dos Açores tem como objetivo promover e adotar princípios de desenvolvimento sustentável em todos os setores da sociedade do arquipélago.



Um fórum dinâmico de debate e partilha de práticas sustentáveis, com subscrições anuais de objetivos e a respetiva monitorização, e que visa apoiar a adoção dos princípios do desenvolvimento sustentável de forma inclusiva e abrangente nos diversos setores da sociedade açoriana. É assim que se descreve a Cartilha de Sustentabilidade dos Açores, que é de adesão voluntária e foi amplamente aceite pela sociedade, uma vez que o impacto positivo é perceptível por todos.

Este projeto foi implementado pelo Governo dos Açores, através da Azores DMO, estrutura de missão, de gestão dos projetos de sustentabilidade do Destino, que faz parte da Secretaria Regional dos Transportes, Turismo e Energia, e conta já com 143 entidades subscritoras e mais de 500 compromissos de sustentabilidade associados.

A Cartilha de Sustentabilidade teve início em 2017, com a primeira cerimónia de entrega de diplomas de subscritor na conferência "Açores



Empresa: Secretaria Regional dos Transportes, Turismo e Energia – Azores DMO

Nome do projeto: Cartilha de Sustentabilidade dos Açores

Data de início: 04/12/2017

Data de conclusão: Não há uma data de conclusão prevista.

Principais beneficiários da iniciativa: Qualquer entidade pública ou privada, ONGs ou empresário em nome individual com sede ou estabelecimento no arquipélago.

no rumo do turismo sustentável", e parte do princípio de que a verdadeira sustentabilidade só pode ser alcançada se se trouxerem todos para o mesmo barco, rumo a um mesmo propósito. A iniciativa é operacionalizada em todo o arquipélago, através de ações de sensibilização e angariação, workshops de capacitação e fóruns de progresso. A subscrição pressupõe a identificação pelas entidades subscritoras de três compromissos anuais e respetivas métricas, que alinhem as suas prioridades com os ODS. Ao adotar no seu core business a Cartilha, as organizações e as empresas estão a contribuir para o bem-estar coletivo e para cidades e comunidades inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis. Em cada ilha, é promovido um conjunto de iniciativas onde a equipa da Cartilha apoia as entidades subscritoras neste processo, usando um enquadramento global para se pensar a realidade local.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Parcerias para a implementação dos objetivos – A iniciativa impacta principalmente o ODS 17 - Parcerias para implementação dos objetivos, uma vez que cria uma rede de parcerias para o desenvolvimento sustentável.

143
entidades subscritoras.

+500
compromissos de sustentabilidade associados aos ODS.



O DESTINO ONDE SUSTENTABILIDADE E SEGURANÇA ESTÃO DE MÃOS DADAS

CONHEÇA O ÚNICO ARQUIPÉLAGO DO MUNDO CERTIFICADO COMO
DESTINO TURÍSTICO SUSTENTÁVEL





ALTERNATIVA AO TRANSPORTE INDIVIDUAL EM LISBOA

As melhorias implementadas no serviço de transporte resultaram em mais conforto para os passageiros, mais carreiras, mais transportes ecológicos e um aumento de mais 13 milhões de passageiros no prazo de um ano.



PROMOÇÃO DE UM SERVIÇO CENTRADO NO CLIENTE

A Carris melhorou e reforçou a oferta de serviço com o prolongamento de horários e de percursos. Criou novas carreiras – reativação da 24E e implementação do projeto Carreiras de Bairro. E reforçou o efetivo de tripulantes. A informação e o atendimento ao cliente estão melhores com a app Carris, a reformulação do Centro de Atendimento, a nova loja no Saldanha e o novo site.

MODERNIZAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DA EMPRESA

Através deste eixo, registaram-se melhorias na frota para disponibilizar um transporte público mais regular, acessível, fiável, confortável e sustentável, com wi-fi gratuito em todos os veículos.

Houve uma aposta na inovação com a instalação de 195 equipamentos de ecocondução, que informam o condutor do seu desempenho imediato durante o serviço e

Agente ativo na mobilidade urbana de Lisboa, a Carris está focada em ser uma alternativa, acessível e sustentável ao transporte individual na cidade de Lisboa. O operador está a trabalhar em conjunto com o município e demais agentes da mobilidade para potenciar a adoção de estilos de vida mais saudáveis, sustentáveis e independentes da posse de veículos privados.

Nesse sentido, a Carris implementou medidas e criou três eixos estratégicos: promoção de um serviço centrado no cliente, modernização e qualificação da empresa e, por último, o aumento da eficiência e da sustentabilidade.

O serviço da Carris contribui para a melhoria da qualidade de vida na cidade de Lisboa, seja pela melhoria da acessibilidade, pela redução da poluição ou pela maior segurança rodoviária.



permitem a consulta de relatórios por viagem, dia, semana ou mês e identificam possíveis ações de melhoria.

Foi testada a utilização de sistemas avançados de apoio à condução, com a instalação de sistemas de vídeo que emitem alertas para o condutor sempre que esteja um peão, ciclista ou obstáculo num “ângulo morto” do veículo. Em tempo de pandemia renovaram-se as máquinas de validação dos bilhetes, possibilitando soluções de mobile ticketing e o pagamento das viagens através do telemóvel. A empresa participa em projetos europeus colaborativos que testam e põem em prática soluções de mobility-as-a-service, isto é, ofertas multimodais integradas que incorporam transportes públicos com sistemas de car sharing, bike sharing, táxi, entre outros serviços de transporte.

Outra área de projetos em que a Carris participa é na partilha de dados entre diferentes entidades do setor da mobilidade, públicas ou privadas, com vista a potenciar o surgimento de ofertas integradas de serviços de mobilidade.

AUMENTO DA EFICIÊNCIA E DA SUSTENTABILIDADE

O último eixo estratégico teve como objetivo contribuir para a redução da pegada ecológica e carbónica. Para tal, a Carris adquiriu novos autocarros movidos por energias mais limpas (gás natural e elétricos), caminhando no sentido das emissões zero.

Lançou-se uma carreira 100% elétrica (706) e testou-se uma carreira com autocarros movidos a biocombustível (702), expandiram a rede de elétricos com restabelecimento da operação da carreira 24E, invertendo uma política de redução da oferta no modo elétrico e recuperando um modo de transporte icónico na

carris 

Empresa: **Companhia Carris de Ferro de Lisboa, E.M., S.A**

Nome do projeto: **Serviço Carris**

Data de início: **01/02/2017**

Data de conclusão: **31/12/2023**

Principais beneficiários da iniciativa: **Moradores e visitantes de Lisboa.**



cidade de Lisboa. A prova deste compromisso foi o lançamento do concurso de aquisição de 15 novos elétricos articulados.

A adoção da estratégia ambiental da Carris não inclui só medidas na melhoria do desempenho ambiental da frota, mas também na área das águas e resíduos, como a promoção da utilização de água produzida a partir de furos nas estações ou a eliminação da utilização de plásticos não reutilizáveis.

SENSIBILIZAR A SOCIEDADE PARA O TRANSPORTE PÚBLICO

A par dos três eixos supracitados, a empresa tem apostado e contribuído com diversas campanhas, ações de comunicação e iniciativas, com foco na sensibilização da sociedade para a escolha do transporte público e para outras soluções de mobilidade mais sustentáveis, amigas do ambiente e que proporcionem um melhor bem-estar a todos os habitantes e visitantes de Lisboa.

139 MILHÕES
de passageiros
utilizaram a Carris
em 2019.

217
novos autocarros.

66
MILHÕES DE EUROS
de investimento.

620
novos colaboradores,
principalmente
motoristas
e guarda-freios.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

11 

Cidades e
comunidades
sustentáveis

12 

Produção
e consumo
sustentáveis

13 

Ação climática



ODENSE CONSTRÓI METRO COM TECNOLOGIA PORTUGUESA

Projeto, construção e instalação das subestações de tração, catenária, sinalização, comunicações, informação ao público, videovigilância, sistemas de localização de veículos e gestão de frota bem como de todas as aplicações do centro de controlo do metro ligeiro de Odense.



Com cerca de 200.000 habitantes (2017), Odense é a terceira maior cidade da Dinamarca. Entre os habitantes há cerca de 25.000 estudantes. O metro será sempre a espinha dorsal da mobilidade urbana de Odense e o seu trajeto foi concebido para melhorar as acessibilidades da população aos negócios e escolas, sendo evidente um ganho na qualidade de vida das pessoas que vivem, trabalham ou visitam Odense, que passam a ter disponível um sistema de mobilidade urbana mais ecológico, confortável e inclusivo. Estima-se que transporte 35 mil pessoas por dia.

Este metro terá uma extensão de 14 quilómetros, 26 estações de superfície, um centro de comando, 16 veículos e 53 cruzamentos. Toda a rede de tração (incluindo subestações e catenária), os sistemas de sinalização, comunicações, informação ao público e videovigilância, bem como todas as aplicações de localização de veículos, gestão de frota e sistemas de comando e controlo do centro de controlo são integralmente da responsabilidade da Efacec, tendo o consórcio onde esta se integra (liderado pela construtora COMSA) sido escolhido pela superioridade técnica e financeira da sua proposta, no âmbito de um concurso internacional competitivo e que envolveu os maiores players internacionais do setor.



Empresa: Efacec Engenharia e Sistemas, S.A.

Nome do projeto: Construção do metro de Odense

Data de início: 14/06/2017

Data de conclusão: 01/07/2021

Principais beneficiários da iniciativa: Os habitantes e os visitantes de Odense.

Este projeto de metro ligeiro é o que integra um maior número de serviços e valências da Efacec. Para a sua implementação, a Efacec organizou uma equipa de multicompetências, que vão desde a gestão de projetos, desenvolvimento de software e equipamentos, gestão da construção e da instalação, risco, qualidade, ambiente e segurança, bem como a gestão das interfaces com o cliente.

Os sistemas a cargo da Efacec englobam todo o sistema de sinalização ferroviária, o sistema de informação ao público, as comunicações operacionais e de emergência bem como os sistemas de videovigilância e segurança, os sistemas rádio e as aplicações de software integralmente desenvolvidas pela Efacec (como os sistemas de ajuda à operação, de gestão de tráfego e de comando e controlo (SCADA). A solução chave-na-mão é suportada por um conjunto de produtos e tecnologias desenvolvidas pela Efacec, tais como o AEGIS (sinalização ferroviária), o INOSS (plataforma de operação e gestão dos sistemas de telemática), o TIME KEEPER (otimização da gestão de operações e dos serviços de mobilidade disponibilizados, bem como para informação ao público em "tempo real"), o SCATEX (sistema SCADA para gestão de energia e supervisão técnica de todos os subsistemas) e o EFARAIL (plataforma integradora global do centro de comando e operação).

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Trabalho digno e crescimento económico

Indústria, inovação e infraestruturas

Reduzir as desigualdades

Cidades e comunidades sustentáveis

Ação climática

Parcerias para a implementação dos objetivos

Concebemos hoje, as soluções inteligentes da mobilidade do futuro.

Porque acreditamos na tecnologia
ao serviço das pessoas.

A Efacec desenvolve e disponibiliza soluções integradas nos campos
da energia, mobilidade e ambiente, moldando o futuro das cidades,
com a conectividade digital sempre presente.



BERLENGA MAIS LIMPA E SEGURA



A ilha passou a ter energia elétrica sustentável e viável para manter a longo prazo, substituindo a produção a diesel por fontes de energia renovável.

A ilha da Berlenga é uma área ambiental protegida classificada como Reserva Mundial da Biosfera pela UNESCO. O abastecimento de energia elétrica à ilha, isolada da rede elétrica de Portugal continental, era efetuado por três geradores a diesel, com funcionamento alternado. Para tal eram transportados para a ilha, anualmente, por barco, cerca de 15.000 litros de combustível. O transporte do combustível e a exploração dos geradores são da responsabilidade da E-REDES (antiga EDP Distribuição), assim como a rede de distribuição em baixa tensão existente.

Este regime de abastecimento implicava um risco ambiental elevado, associado ao transporte marítimo do combustível para a ilha e a poluição do ar, com emissões anuais estimadas em cerca de 40 toneladas de CO₂.

Nos últimos anos, as soluções tecnológicas de produção de eletricidade a partir da energia solar e as soluções de armazenamento têm vindo a apresentar uma evolução de desempenho e custo muito positiva. Perante



Empresa: **E-REDES**

Nome do projeto:
Berlenga Sustentável

Data de início:
10/01/2019

Data de conclusão:
30/04/2020

Principais beneficiários da iniciativa:

Cidadãos e visitantes da ilha da Berlenga e Câmara Municipal de Peniche.

estes avanços tecnológicos tornou-se possível e economicamente benéfico a instalação de um sistema de abastecimento elétrico à ilha da Berlenga com base em produção fotovoltaica associada a um sistema de armazenamento e a um sistema de controlo "off-grid".

O projeto Berlenga Sustentável resulta de uma parceria entre a E-REDES e a Câmara Municipal de Peniche, e teve como objetivo providenciar uma alternativa de fornecimento de energia elétrica sustentável e viável para manter a longo prazo, substituindo a produção a diesel por fontes de energia renovável.

BERLENGA SUSTENTÁVEL

O sistema é composto por uma unidade de produção fotovoltaica, um sistema de armazenamento, gerador diesel de emergência e monitorização/controlo de rede de distribuição atualmente existente.

Este projeto não só melhora a qualidade de vida dos habitantes e visitantes da ilha e a qualidade de serviço no fornecimento de energia elétrica,

como permite a afirmação da ilha da Berlenga como um exemplo de transição energética e sustentabilidade.

Sendo a Berlenga um grande ponto de atração turística no concelho e no país, com cerca de 20 mil visitantes por ano, é uma iniciativa de impacto alargado e de promoção de energias renováveis, comportamentos sustentáveis e eficiência energética.

AS DIFICULDADES DO TRANSPORTE MARÍTIMO E O AUXÍLIO DA FORÇA AÉREA

Os maiores desafios do projeto prenderam-se com o transporte marítimo de materiais, onde as condições do mar algumas vezes obrigaram a paragens no trabalho. O transporte de materiais dentro da própria ilha representou outro desafio por si só, nomeadamente na deslocação dos geradores presentes na ilha, tendo a E-REDES contado com o apoio da Força Aérea.

O projeto Berlenga Sustentável enquadra-se na categoria "Bem-estar e Cidades Sustentáveis", pois teve como principal objetivo a transição do abastecimento de energia para fontes limpas, contribuindo para a descarbonização na produção de eletricidade. Tornando a Berlenga numa ilha sustentável, promovendo a sua despoluição e paralelamente permitindo a conservação dos seus habitats naturais e do seu património.

Com a instalação de 70 kWp de geração renovável fotovoltaica e de 150 kWh de baterias, foi possível reduzir praticamente a zero a dependência da ilha nos geradores com recurso a gasóleo, apenas se mantendo um gerador para situações de emergência.



37
TONELADAS
de CO₂ deixam de ser
emitidas anualmente
com este novo
sistema.

70 kWp
de geração renovável
fotovoltaica.

150 kWh
de baterias instaladas.

1
gerador de
emergência.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

3

Saúde de qualidade – Na melhoria da qualidade de vida dos cidadãos da ilha.

6

Água potável e saneamento – A melhoria na qualidade de serviço e no fornecimento de energia elétrica à ilha permitirá melhorar os serviços camarários no tratamento de águas residuais e fornecimento de água doce.

7

Energias renováveis e acessíveis – Redução drástica do fornecimento por geradores a diesel e transição para energia solar fotovoltaica, satisfazendo as necessidades da ilha quase a 100%.

9

Indústria, inovação e infraestruturas – Inovação no desenvolvimento do sistema "off-grid", que permite que a ilha seja autossustentável, sem ligação à rede de distribuição no continente.

11

Cidades e comunidades sustentáveis – A Berlenga torna-se um exemplo de uma comunidade sustentável para outras ilhas ou comunidades com acesso remoto.

12

Produção e consumo sustentáveis – Produção através de energias limpas e promoção de eficiência energética.

13

Ação climática – Diminuição da emissão de cerca de 37 toneladas de CO₂ causadas pela produção através de geradores a gasóleo.

15

Proteger a vida terrestre – Reduz-se o impacto na fauna e flora únicas da ilha, incluindo a nidificação de cagaras, crescendo que o projeto foi desenvolvido seguindo orientações estritas de minimização do impacto ambiental na sua concepção e execução.



QUATRO CIDADES PEDALAM NO CAMINHO CERTO

Projeto U-Bike coloca comunidade académica de Leiria, Caldas da Rainha, Peniche e Marinha Grande a deslocar-se em bicicletas elétricas.



Há muitos anos que o Politécnico de Leiria está empenhado em contribuir ativamente para a sustentabilidade na sua atividade e nos territórios em que se insere. Em 2018, o Politécnico decidiu oferecer à sua comunidade um sistema que pode ser utilizado diariamente e todo o ano: o U-Bike. Este projeto proporciona à comunidade académica do Politécnico de Leiria uma nova experiência, através do uso da bicicleta elétrica em ambiente citadino. O U-Bike permitiu a aquisição de 220 bicicletas elétricas para uso da comunidade académica, com especial enfoque nos seus estudantes. Este projeto visa promover os modos suaves em detrimento do uso do transporte individual motorizado, contribuindo, assim, para uma mobilidade mais sustentável. A opção por bicicletas elétricas foi motivada pelo maior conforto e facilidade de utilização que proporcionam em territórios com orografia menos favorável à utilização da bicicleta, permitindo, assim, abranger públicos de diferentes idades e



Instituição:
Politécnico de Leiria

Nome do projeto:
U-Bike – Politécnico de Leiria

Data de início:
04/06/2018

Data de conclusão:
Não há uma data de conclusão prevista.

Principais beneficiários da iniciativa:
A comunidade académica do Politécnico de Leiria, que estude ou trabalhe em Leiria, Caldas da Rainha, Peniche e Marinha Grande.

condição física que dificilmente equacionariam nesses territórios a utilização de bicicletas tradicionais.

A disponibilização de bicicletas foi acompanhada de iniciativas e alterações infraestruturais, como a redução do número de lugares de estacionamento, a marcação de vias de circulação ou o rebaixamento de lances, entre outras, visando a criação de condições promotoras do sucesso da operação. O projeto foi implementado em parceria com outras entidades, em particular com os municípios de Leiria, Caldas da Rainha, Peniche e Marinha Grande, localidades nas quais existem instalações do Politécnico de Leiria. Estas parcerias foram um fator-chave de sucesso para a adequação das infraestruturas e para a maior intermodalidade. Este envolvimento transformou o projeto U-Bike num projeto mobilizador de mudanças regionais ao nível da forma como é encarada a mobilidade urbana.

REGRAS A SEGUIR

As bicicletas são cedidas aos utilizadores por períodos de um a seis meses, renováveis, para serem utilizadas nas deslocações cíclicas diárias entre os locais de residência e as escolas nos campi do Politécnico de Leiria. Cada utilizador deve cumprir objetivos mensais de quilómetros (40 quilómetros) e garantir uma utilização responsável da bicicleta.

As bicicletas têm uma elevada autonomia de assistência elétrica, sendo carregadas gratuitamente, nos diversos lugares de amarração e carregamento existentes nos vários campi, unidades de investigação e serviços do Politécnico de Leiria.

A segunda fase de implementação do projeto levou à instalação de estações de amarração junto dos terminais rodoviários, permitindo, assim, uma intermodalidade com os transportes públicos.

INDICADORES POSITIVOS

As bicicletas têm um sistema de georreferenciação e de comunicação em tempo real que permite apurar um conjunto de indicadores e que são disponibilizados no site ubike.ipleiria.pt. Estes indicadores quantificam alguns dos impactos positivos que o projeto U-Bike está a ter nas regiões de Leiria e Oeste. Até à data, já aderiram ao projeto 559 utilizadores, que percorreram cerca de 213 mil quilómetros, poupando 10,42 tep (energia) e reduzindo em 36.349 Kg as emissões de CO₂. O custo mensal de uma bicicleta para um estudante é de cinco euros e de 9,5 euros para os colaboradores do Politécnico de Leiria.

220
bicicletas adquiridas.

559
utilizadores U-Bike.

212.558
quilómetros
percorridos.

36.349
quilos de emissões de
CO₂ reduzidos.



QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

3

Saúde de qualidade – Contribui para a redução da mortalidade prematura por doença não transmissível via prevenção e tratamento, promove a saúde mental e o bem-estar; contribui para a redução do número de mortes e de doenças devido à contaminação e poluição do ar, água e solo.

7

Energias renováveis e acessíveis – Contribui para o aumento do consumo em energias renováveis em detrimento de energias não renováveis.

11

Cidades e comunidades sustentáveis – Coloca à disposição das comunidades um meio de transporte inovador, ecológico e acessível a todos. Contribui para a redução do impacto ambiental negativo nas cidades onde se insere, nomeadamente, na qualidade do ar.

12

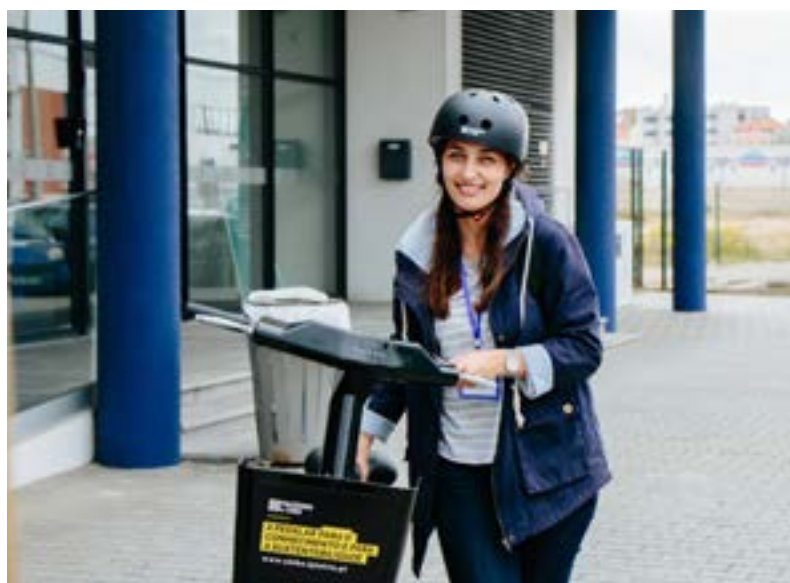
Produção e consumo sustentáveis – Consciencializa as comunidades para o uso de meios de transporte sustentáveis e para estilos de vida em harmonia com a natureza. Ajuda na gestão sustentável dos recursos naturais existentes, através do uso eficiente dos recursos naturais.

14

15

Proteger a vida marinha e Proteger a vida terrestre

– O recurso a energias renováveis, em detrimento dos combustíveis fósseis, contribui para a redução da poluição marítima e terrestre, assegurando, assim, a conservação dos ecossistemas terrestres e marítimos.





UM MUSEU SEM PAREDES

O Museu da Água ao Ar Livre do Rio Vez divulga e valoriza o património natural, histórico e cultural associado ao rio Vez, classificado como Rede Natura 2000.

O concelho de Arcos de Valdevez, integrado no único parque nacional declarado pela UNESCO como Reserva Mundial da Biosfera, e com sítios de importância comunitária integrados na Rede Natura 2000, é refúgio de valores naturais únicos e paisagens de cortar a respiração, que conferem à região um destino de excelência para o turismo de natureza sustentável.

Conscientes deste património natural e da necessidade de o preservar, o município, na sua estratégia de sustentabilidade, criou uma rede de infraestruturas de conservação da natureza, educação ambiental e comunicação da ciência e da biodiversidade local, da qual se destaca o projeto Museu da Água ao Ar Livre do Rio Vez (MAALRV).

O museu valoriza e preserva o património natural e histórico-cultural, reforçando o papel de Arcos de Valdevez como destino de turismo sustentável. Com cerca de 40 quilómetros de extensão, e 1.300 metros de altitude, o rio Vez, classificado como Rede Natura 2000, nasce em

9.000
pessoas visitaram
o Centro de Informação
e Acolhimento.

250
pessoas já participaram
em atividades
direcionadas ao público
em geral.

750
alunos das escolas do
concelho participaram
em várias atividades
deste projeto.

Lamas do Vez e desagua na freguesia de Souto, no rio Lima, percorrendo de lés a lés o concelho de Arcos de Valdevez.

CORREDOR ECOLÓGICO VALORIZADO

O rio oferece um refúgio para as espécies e habitats mais valiosos e ameaçados da Europa, possui uma vegetação ripícola dominada por bosques de amieiro, muito importante para a conservação de espécies piscícolas migradoras.

Este museu sem paredes envolve toda a área do rio Vez e incluiu a ecovia do Vez, com uma extensão de 32 km ao longo do rio Vez e Lima e que permite a ligação intermunicipal entre Arcos de Valdevez e Ponte Lima e com a paisagem cultural de Sistelo.

Além da sinalização do património construído nas margens, o museu inclui, ao longo do trajeto, painéis informativos sobre a fauna, a flora e a ecologia do ecossistema ribeirinho, bem como do seu património construído e da sua história.

ZONAS TEMÁTICAS

Embora o rio Vez percorra um vale sem barreiras, é possível atribuir a diferentes zonas um caráter dominante, definidas com base no grau de humanização, a tipologia do rio e a ocupação das suas margens por distintas unidades de paisagem.

Essas características estão por trás da organização do museu em diferentes temas, numa analogia às salas temáticas de um museu de arte. Cada painel no terreno corresponde a uma sala distinta, em que a organização teve em conta fundamentalmente os aspetos naturais. Os vários painéis interpretativos têm como finalidade dar alguma orientação e informação ao visitante, chamando a sua atenção para os valores naturais e patrimoniais que se vão observando ao longo do percurso. Os painéis possuem códigos QR que permitem ao visitante uma maior interação com o museu, permitindo encontrar mais informação sobre a temática e aceder ao site do museu.

Ao longo do espaço que constitui o museu há seis observatórios de fauna que permitem, sem aquietar a natureza, conhecer e ver “in loco” a fauna que habita este ecossistema ribeirinho.

MELRO-D'ÁGUA É SÍMBOLO DO MUSEU

O logótipo do museu é o melro-d'água (*Cinclus cinclus*), uma das espécies mais emblemáticas do rio Vez e a imagem perfeita de um rio de montanha de águas limpas e saudáveis. A sua presença abundante no rio Vez é um indicador da qualidade do ambiente envolvente, por isso foi escolhido ao ser o reflexo dos valores singulares que o Museu da Água ao Ar Livre do Rio Vez encerra.

O projeto museológico inclui ainda o Centro de Informação e Acolhimento, que é a porta de entrada do Museu da Água ao Ar Livre. Dotado de técnicos e equipamento multimédia, como mesas digitais, tem como missão dar a conhecer aos visitantes a história do rio e desafiá-los a conhecer, no terreno, o seu património.



Entidade: **Município de Arcos de Valdevez**

Nome do projeto: **Museu da Água ao Ar Livre do Rio Vez**

Data de início: **01/06/2019**

Data de conclusão: **01/12/2020**

Principais beneficiários da iniciativa:

A população em geral, os alunos das escolas, os visitantes e os proprietários de empresas ligadas ao turismo e comércio local.

EDUCAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO AMBIENTAL

Outro objetivo é concentrar um conjunto de equipamentos de educação e sensibilização ambiental sobre os ecossistemas ribeirinhos e fluviais de forma a torná-los mais conhecidos e atrativos para a população em geral e um recurso pedagógico importante para as escolas. O museu encontra-se dotado de um Programa de Atividades de Sensibilização e Educação Ambiental que privilegia a utilização da educação ambiental como forma de promover boas práticas ambientais. Este programa engloba um conjunto de iniciativas que visam promover, na comunidade escolar e na população em geral, a responsabilidade e a empatia perante o meio ambiente que os rodeia.

O Museu da Água ao Ar Livre do Rio Vez é o único museu ao ar livre dedicado a um rio em Portugal e mereceu, devido à sua importância, o financiamento pelo programa Norte2020 e a consideração pela CCDR-N como projeto inovador. A Comissão Europeia, através da DG REGIO, selecionou o projeto Museu da Água ao Ar Livre do Rio Vez para integrar um conjunto de projetos europeus, considerados um exemplo de boas práticas.



QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Água potável e saneamento



Trabalho digno e crescimento económico



Cidades e comunidades sustentáveis



Ação climática



Proteger a vida terrestre



REABILITAR A CIDADE PARA SER MAIS SUSTENTÁVEL E INCLUSIVA

A intervenção realizada em Braga nas Áreas Mais procurou humanizar o espaço coletivo e melhorar o bem-estar e a qualidade de vida urbana, criando espaços com as condições para os cidadãos terem uma vida social em comunidade.

O conceito de reabilitação urbana mudou com a introdução de novas finalidades e mais objetivos. Além da construção, reconstrução, ampliação, alteração, conservação ou demolição de edifícios, a reabilitação urbana passou a incorporar outro tipo de intangibilidades consensualizáveis ao nível dos padrões de qualidade de vida, que se inscrevem no plano da integração social, do desenvolvimento económico, da tranquilidade das comunidades, da diversidade cosmopolita que potencia a vida urbana.

Esta é a visão do município de Braga e encontra-se espelhada no Plano de Mobilidade Urbana Sustentável e da Estratégia de Reabilitação Urbana. Um plano que põs em ação uma série de ações para criar uma comunidade sustentável, inclusiva, segura, bem gerida, com bons equipamentos e serviços que satisfaçam a população, e exemplar em termos ambientais. O plano visa criar uma comunidade bem conectada, com a melhoria do acesso aos bairros e da mobilidade no seu interior, economicamente ativa e justa, que dinamiza a economia local ao mesmo tempo que fortalece o sentido de pertença, de comunidade e o direito à cidade.

ÁREAS MAIS

Em Braga, 25% da população residente apresenta algum tipo de dificuldade no seu dia a dia em matéria de mobilidade. Nesse sentido, a autarquia criou as Áreas Mais que consistem no desenvolvimento de projetos de intervenção no espaço coletivo que visam a mudança de paradigma para a mobilidade urbana sustentável articulada com a estratégia de reabilitação urbana. Os projetos-piloto selecionados localizaram-se em pontos nevralgicos do sistema urbano, seguindo as lógicas de "acupuntura urbana", nos



Empresa:
Município de Braga

Nome do projeto:
Áreas Mais

Data de início:
08/12/2019

Data de conclusão:
30/10/2020

Principais beneficiários da iniciativa:
O concelho de Braga.

quais se prevê uma redistribuição do espaço público, que atualmente beneficia o uso de automóvel, privilegiando a inversão da pirâmide da mobilidade, na qual o peão ganha primazia, propiciando o acesso democrático à cidade, a redução da sinistralidade rodoviária, ao mesmo tempo que se investiu no fortalecimento da estrutura verde e nos equipamentos públicos destes territórios.

Com esta ação a autarquia estima contribuir com uma redução anual de 179,48 toneladas de emissões de CO₂. Essa redução será potenciada pela alteração dos hábitos das populações, essencialmente de quem utiliza o automóvel individual para a realização de viagens com distâncias até aos 5 km e que passaram a dispor de mais e melhores condições de circulação e segurança para a utilização destes modos de transporte não poluente – os modos suaves.



DEVOLVER ESPAÇO PÚBLICO AOS PEÕES

As Áreas Mais devolvem o espaço público aos peões, tornam as áreas acessíveis a todos e para todos e dão primazia às pessoas sobre o automóvel. Foram selecionadas quatro áreas de intervenção, em Montélios, na envolvente à Praça do Bocage, na envolvente à Praça das Fontainhas e a envolvente à Praceta João Beltrão, espaços densamente habitados e carentes de iniciativa pública em matérias de reabilitação urbana e mobilidade.

Funcionando como áreas-piloto, estas intervenções centraram-se na requalificação do espaço público e na beneficiação dos canais pedonais, na definição de espaços acessíveis para todos, ao mesmo tempo que se reduziu a velocidade de circulação, aumentando a segurança rodoviária.

A intervenção corrigiu cerca de 7.000 metros lineares de barreiras urbanísticas, interveio em mais de 50.000 m² de espaço público, implicou a plantação de mais de 120 espécies arbóreas e de mais de 200 arbustos e teve impacto em cerca de 15.000 pessoas que residem e frequentam as quatro áreas.

As determinações de distanciamento social e medidas para isolamento que reduziram consideravelmente o fluxo de veículos e o funcionamento do transporte público nas grandes cidades reforçam a necessidade dos serviços de proximidade e a valorização do espaço público.

7.000
METROS
lineares de barreiras
urbanísticas corrigidas.

50.000 m²
de área pedonal
acessível para todos.

179
TONELADAS
de CO₂ reduzidas
anualmente.

Um estudo recente da Comissão Europeia sobre a qualidade de vida nas cidades europeias coloca Braga entre as melhores para se viver.

A nova configuração das zonas-piloto e consequente beneficiação dos percursos pedonais e cicláveis permitirá uma conexão melhorada às paragens de transporte urbano, possibilitando o acesso a qualquer ponto da cidade através da transferência fácil e expedita entre estes modos.

CIDADANIA PARTICIPATIVA

O debate em torno da intervenção nas Áreas Mais foi suportada pela participação de Braga em duas redes URBACT, uma associada à participação pública e outra a Políticas de Mobilidade Sustentável, a Regeneration Mix e a City MobilNet e onde os agentes locais e a Universidade de Braga representaram um papel determinante para as opções realizadas e para a construção de novas metodologias a usar nas futuras áreas.

Destaca-se Montélios, onde os habitantes através da criação de uma associação de moradores e juntamente com a União de Freguesias definiram um “caderno de encargos” para a intervenção e acompanharam através de iniciativas específicas da comunidade o desenvolvimento do projeto e ações de sensibilização para a alteração de comportamentos.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

3

Saúde de qualidade – Promover uma vida sustentável e o bem-estar para todos de todas as idades através de um espaço público comum.

5

Igualdade de género

9

Indústria, inovação e infraestruturas

11

Cidades e comunidades sustentáveis

13

Ação climática

16

Paz, justiça e instituições eficazes

17

Parcerias para a implementação dos objetivos





GERIR O MUNICÍPIO ATRVÉS DE UM CENTRO DE COMANDO E CONTROLO

Criar uma cidade inteligente não passa só por investir em tecnologia, é acima de tudo o desafio de mudar mentalidades e estimular a cooperação entre os diferentes atores da cidade para servir melhor os seus munícipes.

O Funchal decidiu criar um Centro Integrado de Gestão Municipal Autónoma (CIGMA), uma infraestrutura considerada fundamental e imprescindível para acompanhar o crescimento da cidade ao longo do tempo.

Na base da origem do CIGMA está a criação de uma plataforma de gestão e monitorização inteligente da cidade do Funchal, que congregada num único espaço, permite a gestão integrada da cidade e o seu planeamento territorial sustentável, em todos os eixos: resíduos e ambiente, mobilidade urbana, segurança, redes de água e saneamento, qualidade do ar, entre outras. É neste centro de comando e controlo que se

monitoriza e coordena, em tempo real, toda a cidade. O município do Funchal entende que a sustentabilidade das cidades irá depender do quão inteligentes se tornem, da rapidez e eficiência das respostas, e da proatividade e previsibilidade de eventos com base nos dados e na analítica gerada.

O CIGMA contempla um polo tecnológico de serviços do município do Funchal e em termos de comunicação um contact center, uma sala de conferências e uma sala de crise para a gestão de eventos que obriguem a uma coordenação mais alargada, como as festas de fim de ano ou a famosa Noite do Mercado.

Localizado na antiga Escola das Quebradas,

na zona de Santa Rita – a menos vulnerável a situações de catástrofe e fenómenos da natureza de acordo com a Carta de Riscos da cidade –, o CIGMA deve começar a operar em meados de 2021.

SERVIÇOS MUNICIPAIS ARTICULADOS

Esta infraestrutura permite uma melhor coordenação de incidentes de grande impacto na cidade como a aluvião de 20 de fevereiro de 2010 ou os graves incêndios de 2016. No piso 1, conta um andar de planeamento, onde os vários departamentos da Câmara do Funchal terão os seus espaços de planeamento, para trabalhar os dados que aí serão agregados, e ainda salas para poder albergar outras entidades externas. É neste espaço que se agrega toda a informação recolhida nas diversas plataformas e canais municipais, desde o Funchal Alerta – uma aplicação própria de reporte de ocorrências, em funcionamento desde 2016 e com ampla utilização por parte dos cidadãos –, às redes de água, saneamento básico e gestão de tráfego urbano, até aos indicadores de ruído e qualidade do ar, sistema CCTV, passeadeiras inteligentes (algumas já implementadas), entre outros. Esta realidade permitirá aos diversos serviços camarários trabalhar de forma muito mais sistematizada e antecipada, em articulação com entidades terceiras, como as forças de segurança, socorro, transportes públicos, Empresa de Eletricidade da Madeira, entre outros.

FUNCHAL ALERTA

Alguns dos verticais do CIGMA já se encontram em funcionamento. É o caso da aplicação Funchal Alerta, que conta com mais de 80.000 ocorrências reportadas diretamente pelos munícipes. A app móvel do município do Funchal permite notificações em tempo real sobre cortes



Empresa: **Município do Funchal**

Nome do projeto: **CIGMA – Centro Integrado de Gestão Municipal Autónoma**

Data de início: **16/04/2020**

Data de conclusão: **30/12/2021**

Principais beneficiários da iniciativa:

Residentes, investidores, turistas e quem exerce a sua vida diária ou atividade profissional na cidade do Funchal.

O CIGMA vai permitir fazer mais e melhor com menos recursos ou utilizando-os de forma mais eficiente e sustentável.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Cidades e comunidades sustentáveis – Monitorização em tempo real de toda a cidade e coordenação de toda a atividade de gestão operacional 24x7. Análise de todas as plataformas verticais e cruzamento dessa informação de forma centralizada. Maior coordenação entre diferentes serviços internos e outras organizações externas ao município.

de trânsito, cortes de água, entre outros serviços. De referir, também, que o município utiliza aplicações como o WhatsApp para gestão direta e imediata de derrames de água e questões conexas, interligando o contact center com as equipas de piquete no terreno, tornando mais rápida e eficaz a resposta a situações urgentes. O contact center tem uma média de 120.000 chamadas/ano com serviços prestados telefonicamente e web-chat. Estes serviços online estão a ter uma ampla utilização no atual contexto de pandemia, e representam uma base de serviços de proximidade que a atual implementação tecnológica e transformação digital em curso com o CIGMA irá permitir que o Funchal crie um conjunto de automatismos que resultarão na gestão mais eficaz do território, com criação de serviços inovadores e adaptados às necessidades dos cidadãos, melhorando o desempenho do território.





GOVERNANÇA MAIS INCLUSIVA E PARTICIPATIVA

Guimarães apostou num compromisso público que envolveu todas as juntas de freguesia do concelho, partidos políticos e cidadãos. O objetivo é melhorar as medidas ambientais e sustentáveis do município, reconhecendo que a transformação do planeta começa do local para o global.



Os modelos de governança devem ser integradores, multidisciplinares e participativos. Guimarães tem vindo a afirmar-se em várias áreas relacionadas com o desenvolvimento sustentável, tendo implementado em 2015 o modelo de governança "Guimarães 2030: Ecossistema de governança", que é inovador, dinâmico e participativo e que intenta contribuir para o fomento de políticas sustentáveis. É um olhar para o território de uma forma holística, promovendo a alteração do comportamento dos cidadãos e pela melhoria ambiental municipal, reconhecendo a importância de transformarmos o planeta, do local para o global.

Este ecossistema de governança é uma plataforma de discussão e reflexão sobre os grandes temas do desenvolvimento sustentável como: Alterações Climáticas e Energia; Natureza, Paisagem e Biodiversidade; Resíduos e Eco-inovação; Ar e Acústica; Mobilidade Sustentável e Planeamento; Água; Cidadania, Cultura e Turismo Sustentável; Educação, Desenvolvimento Social e Bem-estar, Ambiente Urbano e Smart Cities; Comunicação; Relações Internacionais, alicerçada no conhecimento, na inovação, na participação, na cooperação e na divulgação.

A uma componente técnica, que debate os principais desafios ambientais de uma forma multidisciplinar e integrada, junta-se um conselho consultivo que reúne mais de 400 instituições dos diferentes quadrantes da sociedade, construído com base num modelo participativo, dinâmico e multidisciplinar.

Começou por ser um modelo de governança local, mas algumas das suas iniciativas alcançaram uma amplitude nacional. Para isto, muito tem contribuído o conjunto de stakeholders que o projeto tem envolvido, bem como o acompanhamento externo de especialistas internacionais, num comité composto pelo

emérito professor Mohan Munasinghe, pela professora Jane Carruthers e pelo ex-mayor de Austin, Will Wynn.

PROGRAMA PEGADAS

Reconhecendo a importância de um amplo compromisso da população, a iniciativa "Guimarães 2030: Ecosistema de governança" promoveu a assinatura de um compromisso público que envolveu todas as juntas de freguesia do concelho, partidos políticos e cidadãos. A educação, a cooperação, a participação e a decisão foram entendidas como eixos primordiais da atuação municipal. Deste modo, o programa ambiental Pegadas, um dos projetos que verteu desta iniciativa municipal, é um dos exemplos maiores da capacidade de integração e alcance da iniciativa "Guimarães 2030: Ecosistema de governança", ao ser capaz de colocar no debate diário, em contexto escolar, os diferentes desafios do desenvolvimento sustentável.

Outras ações decorreram em paralelo desta aposta estratégica e têm contribuído para a melhoria do bem-estar dos cidadãos, como são exemplos a nova ecovia de Guimarães, um dos elementos fundamentais na transformação da mobilidade do concelho, ou o Laboratório da Paisagem, uma instituição constituída pelo município de Guimarães em parceria com as Universidades do Minho e de Trás-os-Montes e Alto Douro, e que tem contribuído para a investigação, desenvolvimento e inovação de projetos de âmbito científico que visam o cumprimento dos objetivos de desenvolvimento sustentável.

Através do Laboratório da Paisagem, foi possível criar projetos de I&D+i e de Educação Ambiental capazes de contribuir para a melhoria efetiva das linhas de água e promoção da biodiversidade, como são exemplos os projetos estratégicos



MUNICÍPIO DE
GUIMARÃES

Empresa: **Município de Guimarães**

Nome do projeto:
**Guimarães 2030:
Ecosistema de
Governança**

Data de início:
06/01/2015

Data de conclusão:
06/01/2030

Principais beneficiários da iniciativa:
O cidadão.

A visão estabelecida para 2050 é que Guimarães tenha 100% dos seus cidadãos comprometidos com a questão da preservação e valorização ambiental.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Educação de qualidade – Programa Municipal de Educação Ambiental PEGADAS.



Cidades e comunidades sustentáveis – O novo modelo de governança, adotado em 2013, e que teve na origem da criação da Estrutura de Missão Guimarães 2030.



Produção e consumo sustentáveis – "Incubadora de Base Rural de Guimarães", Preservação da Veiga de Creixomil, "Horta Pedagógica e Comunitária" que disponibilizam 500 talhões para cultivo à comunidade.



Ação climática – Laboratório da Paisagem e a Estratégia Municipal de Adaptação às alterações climáticas, no âmbito do projeto Climadapt.local.



Proteger a vida marinha – Projetos "A Ribeira e a Cidade", "Ave Para Todos", "Ecovia do Ave", "Ecovia do Selho", "Aqualastic", "Guimarães for Circular Economy – G4CE"

"O Ave para Todos" centrado na promoção da melhoria da qualidade ecológica do rio Ave ou dos projetos financiados pelo Fundo Ambiental "Lagoas e Charcas do rio Ave" e "Aqualastic: Educar, Reduzir e Valorizar".

A Incubadora de Base Rural (IBR) ou a criação da Horta Pedagógica e Comunitária de Guimarães são outros exemplos de ações desenvolvidas que visaram responder à necessidade de fazer um bom uso dos solos. Também o projeto Pay-as-you-throw (PAYT), inicialmente lançado no centro histórico de Guimarães, permitiu aumentar os indicadores de reciclagem, estando neste momento a ser iniciado o seu alargamento para outras zonas do concelho. Os projetos "EcoPontas" e "PapaChicletes" permitiram colocar na ordem do dia, desde 2015, a necessidade de serem encontradas soluções que resultem na diminuição destes resíduos nas praças e ruas das cidades, procurando adicionar a estas soluções uma componente científica e de inovação, através da valorização de resíduos e da promoção da economia circular.



CONTRIBUIR PARA A RESILIÊNCIA DA COMUNIDADE EMPRESARIAL

A iniciativa permitiu manter os postos de trabalho e as condições de remuneração dos colaboradores da empresa durante o primeiro estado de emergência da pandemia de covid-19 em Portugal.



A iniciativa Parceria Sustentada consistiu numa decisão estratégica da Nobel Knowledge – Brain Power Emerald de não só manter os postos de trabalho durante o primeiro estado de emergência de 2020, mas também de realizar adiantamentos por conta de remunerações futuras aos colaboradores, num esforço calculado por parte da empresa de concretizar em ações os valores de solidariedade e parceria que estão subjacentes ao seu modelo de negócio. Um esforço financeiro que foi realizado sem recurso ao auxílio de instituições financeiras.

O modelo de negócio da empresa assenta na criação de uma rede de consultores de excelência, capazes de operar nas diferentes dimensões da economia global, em franchising. A empresa defende que o seu modelo de negócio está baseado na responsabilidade social e na inovação de serviços e tecnologias e, quando a atual crise económica derivada da paralisação de muitos setores de atividade era, em março de 2020, ainda uma incógnita cujos parâmetros específicos só seriam revelados no decorrer do ano, a aposta da Nobel Knowledge foi no sentido de dar apoio e reforçar a capacidade financeira das famílias que dependem diretamente da atividade profissional dos seus colaboradores – uma aposta genuína na resiliência do que entendem ser a comunidade mais imediata.



Empresa: **Nobel Knowledge – Brain Power Emerald**

Nome do projeto: **Parceria Sustentada**

Data de início: **02/03/2020**

Data de conclusão: **30/09/2020**

Principais beneficiários da iniciativa: **93 colaboradores, dos quais 59 mulheres.**

A iniciativa contribuiu para a manutenção de 93 postos de trabalho durante o primeiro estado de emergência da pandemia de covid-19 em Portugal.

A empresa teve a capacidade de enfrentar um choque sistémico sem precedentes na economia portuguesa e mundial e aplicou recursos financeiros em prol do bem-estar e sobrevivência da sua força de trabalho, num contexto adverso e caracterizado pelo colapso de mecanismos de sustentabilidade no tecido empresarial português.

Em termos quantitativos, os adiantamentos realizados por conta de futuras remunerações representaram entre março e setembro de 2020 um total de 399.337 euros.

Desta iniciativa resultaram contratações adicionais durante o mesmo período, numa extensão do mecanismo de apoio a colaboradores recentes.

A pandemia global colocou e continua a colocar em questão muitas das crenças e práticas das nossas sociedades, desde os modos de produção às relações laborais e interpessoais. A esta luz, a Brain Power acredita que reafirmar um compromisso com as suas equipas passa por estar ao seu lado nos momentos mais difíceis, disponibilizando recursos logísticos e financeiros adequados à gravidade dos tempos. A iniciativa Parceria Sustentada é também um método de reflexão sobre o papel que as empresas podem ter no redesenho de funções e relações contemporâneas.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Trabalho digno e crescimento económico



Cidades e comunidades sustentáveis



Brain
Power

Emerald

O FUTURO É PARTICIPATIVO

O mundo está a mudar de repente. Juntos, vamos redefinir a ideia de estabilidade, ligando a capacidade individual ao progresso coletivo.

Temos a capacidade de nos adaptar e de apontar caminhos de inovação que nos diferenciam no panorama nacional e europeu.

Investimos na formação profissional de Consultores Comerciais de excelência, partilhando as ferramentas de intervenção necessárias nas áreas do investimento, mediação, acompanhamento e administração.

Estabilidade. Conhecimento. Confiança.

FALE CONNOSCO SOBRE A SUA CARREIRA
brainpower.com.mt/emerald



UM RADAR PARA A LONGEVIDADE E O ENVELHECIMENTO EM LISBOA

A cidade encontrou respostas diferenciadas que identificam os riscos e aposta na prevenção junto da população com mais de 65 anos em situação de isolamento.

Nas últimas décadas, a população com mais de 65 anos, em Lisboa, tem aumentado. São cerca de 130 mil pessoas, das quais 80 mil vivem sozinhas ou acompanhadas por pessoas da mesma idade. Para dar resposta a este problema foi criado o programa “Lisboa, Cidade de Todas as Idades”, decorrente do protocolo de cooperação assinado entre a Santa Casa da Misericórdia de Lisboa (SCML), a Câmara Municipal de Lisboa (CML), a Administração Regional de Saúde Lisboa e Vale do Tejo (ARS-LVT), a Polícia de Segurança Pública (PSP), o Instituto da Segurança Social (ISS), a Gebalis e as 24 juntas de freguesia da cidade.

Dentro desta iniciativa surgiu o Projeto Radar, que tem como principal objetivo proceder ao levantamento e reconhecimento da população 65+ da cidade de Lisboa, identificando as suas necessidades, expectativas e oportunidades, e procurando melhorar os serviços sociais prestados a esta faixa populacional através do desenvolvimento de mecanismos integrados e de parcerias sustentadas.

A Plataforma Radar foi pensada para permitir a inserção de dados das entrevistas realizadas às pessoas 65+, bem como a avaliação dessas necessidades e encaminhamento para as respostas sociais e de saúde adequadas; permitindo o acompanhamento social, comunicação e partilha de informação em articulação com todos os sistemas de informação considerados relevantes.

TRÊS COMPONENTES OPERACIONAIS

O Projeto Radar desenvolve-se em três componentes operacionais: a componente estrutural; a componente parcerias interorganizacionais e a componente participação comunitária.

A componente estrutural assenta na Plataforma Digital Radar enquanto repositório de informação sobre a população 65+ que adere ao projeto. A gestão operacional é feita pela Unidade de Missão Lisboa Cidade de Todas as

SANTA CASA

Misericórdia de Lisboa

Empresa: **Santa Casa da Misericórdia de Lisboa**

Nome do projeto: **Projeto Radar**

Data de início: **07/01/2019**

Data de conclusão: **31/12/2026**

Principais beneficiários da iniciativa:

População de Lisboa com idade igual ou superior a 65 anos de idade que se encontre em situação de isolamento social, a viver sozinha ou acompanhada por outra pessoa do mesmo escalão etário.

Idades, da SCML, que facilita a relação entre os parceiros organizacionais nela integrados, através da criação de mecanismos integrados e sustentados (formação/ação) e da gestão otimizada da informação, garantindo, ainda, a confidencialidade, o consentimento informado e a gestão de perfis de acesso de acordo com as regras do RGPD.

A componente parcerias interorganizacionais facilita o relacionamento colaborativo entre 30 organizações-chave na abordagem à problemática da longevidade e envelhecimento na cidade de Lisboa, e garante a sustentabilidade do projeto, permitindo a partilha de informação, recursos e resultados. As relações interorganizacionais desenvolvidas permitem a aproximação aos territórios; a identificação de pessoas 65+ vulneráveis a integrar na Plataforma Radar; e a ativação e o desenvolvimento de respostas adequadas às necessidades identificadas.

A componente participação comunitária desenvolve-se através da ativação de radares comunitários que acabam por se constituir como “os olhos e os ouvidos da cidade” na identificação de pessoas 65+ em situação de vulnerabilidade numa lógica de proximidade. Existem atualmente cerca de 2.300 radares comunitários que são constituídos por entidades locais como farmácias, IPSS e comércio local.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Erradicar a pobreza



Reduzir as desigualdades



Cidades e comunidades sustentáveis



Parcerias para a implementação dos objetivos

LISBOA
CIDADE DE
TODAS
AS IDADES

PROJETO RADAR

FALAR. ESCUTAR. CUIDAR.

- Seja um Radar na sua freguesia
- Esteja atento a alterações na rotina das pessoas +65
- Ligue **213 263 000**
2ª a 6ª feira | 09h00-18h00
projektoradar@scml.pt



CAMINHOS QUE PROMOVEM REGIÕES COM VALORES SUSTENTÁVEIS



Os Caminhos de Santiago são mundialmente reconhecidos e valorizados no setor do turismo religioso, cultural, espiritual e de bem-estar, consistindo em viagens transformativas alinhadas a uma filosofia de vida de elevada consciência ambiental, cultural e social.

A Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo desenvolveu, no âmbito do seu território de ação, a conceção, implementação e comunicação da oferta do produto turístico cultural "Caminhos de Santiago Alentejo e Ribatejo", assente em torno de dois itinerários estruturantes, o Caminho Nascente, o Caminho Central, e uma variante – o Caminho da Raia –, os quais se estendem por cerca de 1.400 km, atravessando 44 municípios da região. Este é um produto turístico estruturado com vista a uma oferta temática integrada, a qual tem como missão promover o Alentejo e o Ribatejo como um destino turístico comprometido com os valores e objetivos do desenvolvimento sustentável.

Salvaguardando a essência de itinerário histórico-cultural e de natureza, que enquadra este projeto, a definição da Rede dos Caminhos de Santiago no Alentejo e Ribatejo resultou

**Dois territórios
de gentes e
paisagens únicas
ligados através
dos Caminhos
de Santiago.
Um convite
para conhecer a
história, a cultura
e a natureza
do Alentejo
e Ribatejo.**

de um extenso e detalhado levantamento e avaliação prévios dos recursos históricos, culturais, naturais e sociais no território, realizado ao longo de mais de dois anos de trabalhos no terreno.

O sucesso do desenvolvimento dos Caminhos de Santiago Alentejo e Ribatejo resultou da integração e colaboração de todos os interessados na cadeia de valor que assegura os Caminhos de Santiago, incluindo, entre outros, associações de peregrinos, dioceses, misericórdias, administração local, agentes turísticos e de desenvolvimento local, e as respetivas populações, culminando no seu lançamento formal em setembro de 2019. A rede dos Caminhos de Santiago Alentejo e Ribatejo abrange a NUT II Alentejo e Ribatejo, um território eminentemente rural e vasto, culturalmente eclético e geograficamente diversificado, com um património histórico-cultural riquíssimo. Neste itinerário cruzam-se múltiplos vestígios e diversos repositórios civilizacionais, e um vasto e valioso acervo iconográfico de Santiago Maior, de Santiago Peregrino e Santiago Guerreiro, os quais são desta forma identificados, evidenciados e

O Caminho da Raia e a ligação alternativa Via Atlântico estão na fase final de levantamento e implementação de sistemas de orientação digitais.

promovidos junto de peregrinos, bem como de turistas e viajantes com motivações diferenciadas que os experienciam e percorrem através de percursos seguros a pé, de bicicleta e a cavalo.

INOVAÇÃO DE PRODUTOS E PROCESSOS

Ainda que o respetivo desenvolvimento cronológico se encontre condicionado ao atual contexto de crise sanitária e às limitações de circulação, os resultados esperados por esta iniciativa assumem características inovadoras que se sintetizam e distribuem por várias tipologias de inovação, como a inovação nos produtos através da criação de novos caminhos e produtos turísticos integrados de turismo religioso e cultural, adequados à procura e competitivos nos mercados internacionais. Houve uma inovação nos processos e no marketing com o desenvolvimento de ferramentas colaborativas e digitais que melhoram o apoio, a orientação, a segurança e o conhecimento do turista, valorizando os recursos patrimoniais, culturais e naturais e tornando a experiência satisfatória. Esta realidade levou a uma oferta de parcerias inter-regionais, que asseguram a sustentabilidade e a coerência dos produtos turísticos. Por último, surge a inovação social com a criação e o reforço de fluxos turísticos para zonas do interior, mais carenciadas e despovoadas, dinamizando a economia e o desenvolvimento local, promovendo a coesão territorial.

CAMINHO CENTRAL E NASCENTE IMPLEMENTADOS

Os Caminhos de Santiago Alentejo e Ribatejo – Caminho Central e Nascente encontram-se implementados, sinalizados e operacionais, bem como a ligação alternativa Via Tejo. Há uma plataforma digital dinâmica e redes sociais ativas em www.caminhosdesantiagoalentejoribatejo.pt e <https://www.facebook.com/santiagoalentejoribatejo/>.



Empresa:
Turismo do Alentejo

Nome do projeto:
Caminhos de Santiago Alentejo e Ribatejo

Data de início:
20/09/2019

Data de conclusão:
31/12/2022

Principais beneficiários da iniciativa:

Turistas (nacionais e internacionais), população local, agentes turísticos, a comunidade académica e científica.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Erradicar a pobreza



Saúde de qualidade



Educação de qualidade



Energias renováveis e acessíveis



Trabalho digno e crescimento económico



Indústria, inovação e infraestruturas



Reduzir as desigualdades



Cidades e comunidades sustentáveis



Produção e consumo sustentáveis



Proteger a vida marinha



Proteger a vida terrestre



Parcerias para a implementação dos objetivos





JÚRI

MARGARIDA COUTO

Presidente da Grace e sócia da Vieira de Almeida

ANTÓNIO SARAIVA

Presidente da CIP

FILIPE ALMEIDA

Presidente da Portugal Inovação Social

FILIPE SANTOS

Dean da Católica Lisbon School of Business and Economics e presidente da EVPA

PRESIDENTE DO JÚRI



A igualdade de género não é apenas uma questão moral, nem um tema que só deva preocupar as mulheres. Nenhum país se desenvolve de forma sustentável se metade da sua população for discriminada.



A diversidade na inclusão de talentos e uma economia mais circular, para fazer face à crise climática, tornam o nosso futuro comum mais sustentável.



Os maiores desafios do nosso tempo: conciliar a urgência do presente com a sustentabilidade do futuro, mobilizar os recursos mais criativos, inovar para transformar a sociedade. Inovar para transformar a sociedade é colocar as pessoas no centro, a economia ao volante e a sustentabilidade no horizonte.



Esta década não há mais estratégias para a sustentabilidade. Sustentabilidade é a estratégia que as empresas têm de abraçar para serem competitivas.



Todas as iniciativas, serviços ou produtos que contribuem para o desenvolvimento e fortalecimento social e visam a igualdade de género e a redução de desigualdades, através da eliminação da discriminação e da violência de género. Ações que suprimem qualquer tipo de discriminação (e.g. ascendência, idade, sexo, orientação sexual, identidade de género, estado civil, situação familiar, situação económica, instrução, origem ou condição social, património genético, capacidade de trabalho reduzida, deficiência, doença crónica, nacionalidade, origem étnica ou raça, território de origem, língua, religião, convicções políticas ou ideológicas e filiação sindical, entre outros).

ISABEL BARROS

Administradora executiva
da Sonae MC



Os desafios trazidos pela agenda do desenvolvimento sustentável testam a nossa visão de longo prazo, a capacidade de inovar, de construir parcerias, mobilizar o talento das nossas equipas e de liderar.

IGUALDADE E DIVERSIDADE



MEDICAMENTOS ACESSÍVEIS A TODOS

Uma resposta que permite à população mais vulnerável receber medicamentos, produtos e serviços de saúde, em período de pandemia, com a dignidade que merecem.



A Associação Dignidade é a promotora do Programa abem: Rede Solidária do Medicamento, lançado em maio de 2016, que tem como principal missão apoiar no acesso aos medicamentos prescritos às pessoas que, por motivos económicos, não os conseguem adquirir, cobrindo no receituário, o valor não comparticipado pelo Estado.

Perante os gravíssimos problemas provocados pela pandemia, o Programa abem:, que está presente em todos os distritos do país, continente e regiões autónomas, decidiu adaptar-se às necessidades decorrentes para a população criando uma nova resposta, a Emergência abem: Covid-19.

Nesse sentido, numa primeira fase, a Emergência abem: Covid-19 organizou, em conjunto com os seus parceiros locais, uma resposta de entrega de medicamentos no domicílio dos beneficiários abem: inseridos em grupos de risco, promovendo o cumprimento das normas de confinamento e apoiando no controlo e prevenção da doença.

Seguidamente, iniciou um apoio no acesso à saúde a novos beneficiários referenciados por entidades parceiras locais como câmaras municipais, juntas de freguesia, IPSS, Cáritas e misericórdias. Cidadãos que devido ao panorama atual apresentavam necessidades específicas decorrentes de um período tão difícil e inesperado.

Devido à pandemia, muitas famílias viram os seus rendimentos diminuídos ou até mesmo suprimidos, levando muitos agregados familiares a uma frágil situação financeira com dificuldades de acesso à medicação, que é um bem essencial à vida. Após os beneficiários serem referenciados pelos supracitados parceiros locais, recebem um cartão abem: que pode ser utilizado em qualquer farmácia abem: do país, com segurança e dignidade, dada a discrição do processo de acesso ao



14.743
medicamentos foram
entregues em casa
às pessoas mais
vulneráveis, evitando
que se deslocassem às
farmácias hospitalares.

medicamento que decorre exclusivamente ao
balcão das farmácias.

O cartão abem: é nominal e intransmissível
e assegura a aquisição de medicamentos
sujeitos a receita médica e comparticipados
pelo Serviço Nacional de Saúde, assumindo na
totalidade a fração não comparticipada do seu
custo, o que significa que o beneficiário não
tem de suportar qualquer encargo.

A Emergência abem: Covid-19 apoiou a
distribuição de medicação hospitalar, a qual
foi entregue no domicílio dos doentes ou na
farmácia por eles indicada. Os doentes que
necessitam de medicação fornecida pelo
hospital encontram-se inseridos em grupos
de risco e a ida ao hospital para levantar esta
medicação poderia pô-los em perigo.
Foi indispensável proteger os mais
vulneráveis e atuar a nível preventivo. Por isso
foi alargada a resposta da Emergência abem:,
suportando em parceria com as câmaras
municipais a vacinação dos maiores de 65
anos nas farmácias e prevenindo, assim,
aglomerações nos centros de saúde, que
devem ser evitadas.

RIGOR E TRANSPARÊNCIA

O fundo Emergência abem: Covid-19 foi
criado para responder a estes desafios.
Todos os donativos efetuados a este fundo
solidário são utilizados na aquisição de
medicamentos, produtos e serviços de
saúde e sua disponibilização, garantindo aos
doadores total transparência e segurança.
Importa sublinhar que os custos de estrutura
da Associação Dignitude são garantidos pelos
seus associados promotores, pela quotização
dos demais associados, pelo apoio da Portugal
Inovação Social através de fundos da União
Europeia e investidores sociais, garantindo o
rigor e a transparência na aplicação dos fundos
angariados.

Dignitude

Empresa: **Associação
Dignitude**

Nome do projeto:
**Emergência abem:
Covid-19**

Data de início:
23/03/2020

Data de conclusão:
30/06/2021

Principais beneficiários
da iniciativa:

**Cidadãos que
ficaram em situação
de fragilidade social
ou económica devido
às consequências da
pandemia.**

19.882
beneficiários apoiados
pelo Programa abem:

1.167
novos beneficiários
estão a ser apoiados
pela Emergência
abem: Covid-19.

207
entidades parceiras
locais.

992
farmácias.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Erradicar a pobreza –

Pelo apoio a muitos
portugueses em situação de
vulnerabilidade económica ou
social. Aumento da qualidade
de vida dos beneficiários.
Pelo contributo para o
sucesso escolar e diminuição
da instabilidade financeira.



Saúde de qualidade –

Pelo auxílio no acesso a
medicamentos, produtos e
serviços de saúde aos mais
frágeis.



Reduzir as desigualdades

– Cerca de um milhão de
portugueses não consegue
comprar os medicamentos
de que precisa. A Associação
Dignitude garante o acesso
equitativo a medicamentos,
produtos e serviços de saúde
a pessoas que se encontrem
vulneráveis.



Cidades e comunidades sustentáveis

– O trabalho
é feito com base na
Plataforma Dignitude, que
une todos os intervenientes
informaticamente, de forma
segura e transparente,
permitindo o aumento de
eficiência dos processos e
a redução de burocracias
e recurso a papel. Os
beneficiários do Programa
abem: são alertados para
a correta eliminação de
medicamentos fora de uso ou
prazo nas farmácias locais.



Parcerias para a implementação dos objetivos

– O Programa
abem: está presente em
todos os distritos de
Portugal e trabalha de forma
descentralizada através
de uma rede colaborativa
de parcerias. A rede abem:
permite o estabelecimento
de sinergias, o aumento da
eficiência e a eliminação
da possibilidade de duplos
apoios.



DIVERSIDADE E INCLUSÃO NO LOCAL DE TRABALHO

O compromisso com os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas está no centro do plano estratégico do BNP Paribas. As políticas contemplam ações concretas em todas as linhas de negócio, de forma a desenvolver novos modelos que permitam combinar um forte desempenho económico, com um impacto positivo na sociedade, mobilizando os recursos financeiros do banco e dos seus clientes para uma maior contribuição para o bem-estar comum.

De entre essas políticas, a diversidade e a inclusão no local de trabalho são valores fundamentais para o BNP Paribas, cuja ambição é garantir que cada indivíduo se sinta bem-vindo, seguro, respeitado e que tenha oportunidades iguais de desenvolvimento da sua carreira. Ter equipas diversificadas promove abertura, inovação e criatividade – outros três fatores igualmente relevantes para o banco. De forma a levar a cabo estes objetivos, o BNP Paribas é signatário de diversas iniciativas, compromissos e convenções que visam a promoção da diversidade e igualdade no local de trabalho, das quais se destacam: Carta

**Um compromisso
que assegura
que cada pessoa
na organização
se sente
bem-vinda,
segura, respeitada
e com iguais
oportunidades de
carreira.**



LGBT+; Princípios de Empoderamento da Mulher, das Nações Unidas (UN Women Empowerment Principles); Acordo sobre a Igualdade de Género, do Conselho Europeu; Carta para a diversidade e inclusão e Assinatura da parceria com Handicap International em 2019.

Neste âmbito, o BNP Paribas tem políticas de promoção da diversidade e inclusão e incentiva à criação de networks de colaboradores que contribuam para esse fim internamente, mas também na sociedade em geral. São elas o PRIDE, o ALL ABROAD, a MIX CITY e a Women in Cyber (WiC).

O PRIDE procura a contínua dinamização de um ambiente de trabalho que promova a segurança, o respeito e a valorização de todos os colaboradores LGBT, em particular, ainda que esteja aberta a todos os membros do staff – “allyship”. Quanto à MIX CITY é aberta a todos os colaboradores, independentemente do género, orientação sexual ou situação laboral, focando-se na igualdade de género e visando maximizar o potencial das mulheres que desenvolvem uma atividade profissional.



O ALL ABROAD é igualmente aberto a todos, visando facilitar a boa integração de colaboradores estrangeiros e a promoção de um ambiente de trabalho cosmopolita e multicultural. Já a WiC visa promover o talento feminino e oferecer oportunidades de aprendizagem relacionadas com tecnologia ou cyber – contando para isso com o apoio e contribuição de homens que apoiam esta visão.

SEMANA DA DIVERSIDADE

Em 2019, a APPDI (Associação Portuguesa para a Diversidade e Inclusão) atribuiu ao BNP Paribas Portugal o Selo da Diversidade como reconhecimento do trabalho desenvolvido na promoção destas networks e da Diversity Week. A Diversity Week é uma iniciativa anual que conta já com cinco edições em Portugal e que celebra a diversidade e a inclusão e encoraja o diálogo e a consciencialização entre os colaboradores do banco para a importância da promoção de um ambiente aberto, colaborativo e respeitador das diferenças.

UM CONSELHO DE D&I

Destaque-se que o compromisso do BNP Paribas com a diversidade e a inclusão foi reforçado com a criação de um Conselho de D&I em Portugal, copresidido pelo diretor de RH e pela responsável de D&I. Por si só, é uma prova clara do investimento do banco nesta área, integrando todas as suas atividades de negócio e centros de competências presentes no território nacional.



BNP PARIBAS

The bank for a changing world

Empresa: **BNP Paribas Portugal**

Nome do projeto:
Networks de colaboradores para um ambiente de trabalho mais inclusivo

Data de início:
01/09/2016

Data de conclusão:
Não há uma data de conclusão prevista.

Principais beneficiários da iniciativa:

Qualquer colaborador do BNP Paribas Portugal, que contabiliza cerca de 6500 entre Lisboa e Porto.

306

membros tinha a network PRIDE em 2020.

107

na MIXCITY em 2020.

419

na ALL ABROAD em 2020.

74

na Women in Cyber em 2020, ano da sua criação.

2.000

horas de voluntariado nas diversas iniciativas.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

4

Educação de qualidade

– Assegurando aos colaboradores a igualdade de acesso à formação técnica, profissional e superior de qualidade, e também apoiando com ações de voluntariado.

5

Igualdade de género

– Acabando com todas as formas de discriminação contra as mulheres.

8

Trabalho digno e crescimento económico

– Apoiando políticas orientadas para o desenvolvimento que suportem as atividades produtivas, a criação de emprego digno, o empreendedorismo, a criatividade e a inovação.

9

Indústria, inovação e infraestruturas

– Auxiliando o desenvolvimento económico e o bem-estar humano, com foco no acesso equitativo.

10

Reduzir as desigualdades

– Promovendo a inclusão social, económica e política de todos e garantindo a igualdade de oportunidades.

16

Paz, justiça e instituições eficazes

– Agindo com responsabilidade e transparência em toda a hierarquia e garantindo a tomada de decisão responsável, inclusiva, participativa e representativa a todos os níveis.

17

Parcerias para a implementação dos objetivos

– Aumentando a coerência das políticas para o desenvolvimento sustentável através de parcerias com universidades (por exemplo, com a NOVA – Programa CEMS), associações e instituições.



AJUDAR QUEM AJUDA

Os Prémios BPI Fundação “la Caixa” são hoje um pilar de apoio às entidades sociais na promoção da igualdade e melhoria da qualidade de vida dos mais vulneráveis em Portugal.



Os Prémios BPI Fundação “la Caixa” são uma iniciativa conjunta do BPI e da Fundação “la Caixa” para apoiar projetos de entidades sociais que promovam a melhoria da qualidade de vida e a igualdade de oportunidades de pessoas em situação de vulnerabilidade social. Criados em 2010, fazem hoje já parte do dia a dia das entidades sociais, papel reforçado em 2020 por causa da pandemia, por apoiar em especial pessoas afetadas pela crise provocada pelo coronavírus.

No total são cinco Prémios BPI Fundação “la Caixa”, que com 28 edições concluídas, entregaram 19 milhões de euros para a execução de mais de 600 projectos de inclusão social que contribuíram para melhorar a vida de mais de 150 mil portugueses. Os Prémios distinguem-se entre si pelas diferentes áreas

Empresa:
**BPI e Fundação
“la Caixa”**

Nome do projeto:
**Prémios BPI
Fundação “la Caixa”**

Data de início:
01/03/2010

Data de conclusão:
31/12/2021

Principais beneficiários da iniciativa:
Pessoas em situação de pobreza ou vulnerabilidade social.

de intervenção: Infância; Solidário; Seniores; Capacitar; e Rural.

O Prémio Infância (2ª edição) destina-se a crianças em situação de pobreza. Este prémio apoia projetos que facilitem o seu desenvolvimento integral e promovam a sua saúde e reforcem competências parentais. O Prémio Solidário (5ª edição) está reservado a jovens e adultos. Apoia projetos que promovam a transição ou reinserção na vida ativa e promoção das suas necessidades básicas. O Prémio Seniores (8ª edição) é para pessoas com mais de 65 anos. Este prémio apoia projetos que promovam o envelhecimento ativo, saudável e em casa. O Prémio Capacitar (11ª edição) destina-se a pessoas com deficiência. Auxilia projetos que promovam a sua melhoria da qualidade

de vida, a ocupação e a autonomia. Por último, o Prémio Rural (2ª edição) destina-se às populações de meios rurais. Apoia projetos de ação social em zonas rurais nas áreas do envelhecimento, incapacidade, pobreza e exclusão social, e que promovam a integração laboral, interculturalidade e coesão social. O acesso a estes Prémios é por concurso, de acordo com regulamento próprio, e as candidaturas são efetuadas online num portal divulgado nos sites do BPI e da Fundação "la Caixa".

QUEM É ELEGÍVEL AOS PRÉMIOS?

Podem candidatar-se todas as instituições privadas sem fins lucrativos, com sede ou delegação legalmente constituída em Portugal. Os prazos de candidatura são divulgados no início do ano assim como a percentagem do apoio financeiro do custo total do projeto, com os seguintes montantes máximos: a um ano, 40 ou 60 mil euros se o projeto for executado em parceria; a dois anos, 80 ou 120 mil euros se o projeto for executado em parceria. São elegíveis todas as despesas associadas à implementação do projeto, exceto as decorrentes da utilização do espaço da sede, aquisição de terrenos, atividades de caráter pontual, estudos ou investigações e encargos com dívidas e amortizações de operações financeiras. As candidaturas são avaliadas e selecionadas pelos critérios de qualidade, valorizando a experiência da entidade e a programação do projeto; sustentabilidade, prestigiando a solidez económica da entidade e a adequação dos recursos humanos, materiais e financeiros do projeto, e relevância, destacando a inovação e o impacto social esperado do projeto.

150 MIL
pessoas apoiadas
pelos Prémios BPI
Fundação "la Caixa"

639
projetos
implementados
por 461 entidades.

18,8
MILHÕES DE EUROS
investidos.

28
edições dos cinco
Prémios BPI Fundação
"la Caixa", que
receberam 7.811
candidaturas.

Este ano, já estão a decorrer as candidaturas aos Prémios BPI Fundação "la Caixa", tendo sido reforçada a dotação para €4 milhões destinados a mitigar efeitos sociais da pandemia.

PROCESSO DE AVALIAÇÃO INOVADOR

O processo de avaliação é constituído por três fases, passando à fase seguinte as candidaturas mais pontuadas, num processo auditado por uma entidade externa. Registe-se que para avaliar os projetos é criada uma equipa anual de cerca de 50 voluntários BPI no ativo ou em situação de reforma, numa iniciativa inovadora e ainda hoje diferenciadora. Estes visitam e reúnem-se com os promotores das candidaturas mais pontuadas, conhecendo os seus beneficiários, problemas e soluções, os parceiros e o tecido da rede social local, dando cara e voz às candidaturas no momento de decisão.

A decisão final ocorre num prazo até seis meses após a data de fecho das candidaturas.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Erradicar a pobreza – Impactando de forma transversal pela generalidade das candidaturas premiadas no âmbito dos Prémios BPI "la Caixa".



Saúde de qualidade – É outra das prioridades das candidaturas premiadas, que procuram "permitir o acesso a serviços de saúde essenciais de qualidade para todos de forma segura, eficaz, de qualidade, e a preços acessíveis".



Trabalho digno e crescimento económico – Nesta categoria inserem-se os Prémios que apoiam segmentos em idade ativa e os projetos premiados que visam alcançar o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todas as pessoas



Reduzir as desigualdades – Uma grande maioria das candidaturas premiadas visa empoderar e promover a inclusão social, económica e política de todos.

PRÉMIOS
BPI | Fundação "la Caixa"
2021

**AJUDAR
QUEM AJUDA.**





CP AUMENTA ACESSIBILIDADE EM CADEIRAS DE RODAS

Uma parte significativa dos comboios da CP já permite o embarque e desembarque por parte de clientes em cadeiras de rodas, mas essa capacidade está a ser alargada a toda a frota e a todas as estações do país.

A transportadora ferroviária arrancou recentemente com dois projetos que visam equipar 89 unidades de material circulante com mecanismos de apoio ao embarque e desembarque, que podem ser utilizados em todas as gares e apeadeiros da sua rede de serviços. Trata-se de 55 comboios elétricos da série 2240, afetos ao serviço regional, que passarão a ter elevadores de bordo para o acesso por cadeiras de rodas, e de 34 comboios da série 3400, que diariamente percorrem a região metropolitana do Porto no serviço urbano, que terão rampas de uso expedito para a mesma finalidade. Será possível utilizar estes equipamentos, independentemente da tipologia, extensão e altura das gares em todo o território nacional.

No total, esta acessibilidade passará a ser garantida em 138 novas estações, de norte a sul do país, sendo que o serviço regional poderá passar a prestar esta valência em 189 paragens da rede. Já no que diz respeito aos comboios urbanos do Porto, a instalação das novas rampas vai permitir alargar o serviço a um total de 75 paragens.

Esta aposta da CP – Comboios de Portugal desenvolve-se numa perspetiva de valorização e dignificação do importante vetor de responsabilidade social que é a atenção aos clientes com necessidades especiais, cuja estratégia começou a definir-se em 2010, quando



COMBOIOS DE PORTUGAL

Empresa:
CP – Comboios de Portugal

Nome do projeto:
Projetos para acessibilidade, no embarque e desembarque, de clientes com necessidades especiais, que se façam transportar em cadeira de rodas

Data de início:
12/10/2020

Data de conclusão:
30/12/2022

Principais beneficiários da iniciativa:
Cidadãos com deficiência motora que utilizem cadeira de rodas.

1,6

MILHÕES DE EUROS
investidos na aquisição de 110 plataformas elevatórias e modificação do software dos autômatos das portas das UTE.

500

MIL EUROS
investidos na instalação das rampas de embarque a passageiros com cadeiras de rodas nas UME.

foi criado o Serviço Integrado de Mobilidade (SIM), que veio revolucionar a resposta do transporte público a estes problemas. Entre outras vantagens, este serviço permite que um passageiro com mobilidade reduzida, ou limitada, solicite o apoio personalizado por parte do pessoal da CP no seu embarque e desembarque, através de um simples telefonema antecipado, ou do preenchimento de um formulário on-line. Existe também em funcionamento o Conselho Consultivo das Pessoas com Necessidades Especiais, do qual fazem parte as principais associações representativas das pessoas com necessidades especiais, e um Conselheiro para o Cliente com Necessidades Especiais.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

10

Reduzir as desigualdades

11

Cidades e comunidades sustentáveis





SIM Mobilidade para Todos.

As deslocações de pessoas
com mobilidade reduzida
são mais fáceis com o **SIM**.

 **SIM** SERVICO
INTEGRADO
DE MOBILIDADE

707 210 746

0,10€/min rede fixa | 0,25€/min rede móvel
Acresce IVA. Formulário online em cp.pt



COMBOIOS DE PORTUGAL

MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA MAIS DIVERSA E INCLUSIVA

Modelo de contratação beneficia mulheres, cidadãos de origem estrangeira residentes em Portugal e outras pessoas de contextos socioeconómicos desfavorecidos.



A Creative Knowledge quer ativar na sociedade a consciência da riqueza latente de uma força laboral diversa e inclusiva. Nesse sentido, criou a Cidades + Reais, uma iniciativa de contratação laboral centrada na igualdade de género e na diversidade, aplicada ao reforço de equipas comerciais no setor imobiliário. A iniciativa pretende atingir objetivos de contratação de mais de 50% de mulheres, de cidadãos de origem estrangeira residentes em Portugal e colaboradores de contextos socioeconómicos desfavorecidos. Cidades + Reais parte de uma análise da importância do setor imobiliário na vida quotidiana das cidades e da sua conceptualização enquanto um fator crucial na ligação entre pessoas e lugares. A mediação imobiliária é um processo que ativa necessariamente componentes relacionais humanas fundamentais: na compreensão de necessidades e desejos e na oferta de soluções específicas. As cidades são uma tapeçaria diversa de experiências, origens, línguas, valores e comunidades. Para responder aos desafios e às dinâmicas urbanas é necessário pensar a contratação de recursos humanos sob uma perspetiva contemporânea e adequada, de forma a espelhar nas equipas comerciais a realidade do contexto envolvente. Esta iniciativa pretende contribuir de forma clara para esse reflexo genuíno entre prestadores e tomadores de serviços no setor imobiliário.



Empresa: **Creative Knowledge S.A. - Brain Power Ruby**

Nome do projeto: **Cidades + Reais**

Data de início: **07/01/2019**

Data de conclusão: **31/12/2020**

Principais beneficiários da iniciativa: **Mulheres, estrangeiros, famílias monoparentais, pessoas com mobilidade reduzida, pessoas com dependentes deficientes e casais do mesmo género.**

RH DO SETOR IMOBILIÁRIO NÃO REFLETE O PAÍS

A composição atual do conjunto de recursos humanos do setor imobiliário em Portugal não espelha a diversidade e a multiplicidade do país e das suas cidades. Cidades + Reais enquadra-se na categoria "Igualdade e Diversidade" porque os seus objetivos são o fortalecimento da coesão dos tecidos sociais urbanos, a redução de desigualdades na contratação e na composição de equipas de trabalho e a influência positiva na prestação de serviços de mediação imobiliária. Registe-se que o sucesso e a boa aceitação da iniciativa por parte da rede de parceiros criaram um quadro favorável ao seu prolongamento neste ano de 2021.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

5

Igualdade de género – Na dimensão de contratação ativa de mulheres.

8

Trabalho digno e crescimento económico – Na inclusão de grupos demográficos e socioeconómicos desfavorecidos em atividades profissionais estrategicamente importantes para o país.

10

Reduzir as desigualdades – Pelo caráter proativo da iniciativa na procura de equilíbrio nos números e nas características dos recursos humanos.

11

Cidades e comunidades sustentáveis – Pela influência do setor imobiliário nas dinâmicas de transformação urbana e pelo empoderamento de profissionais e suas famílias.



Brain
Power

Ruby

Cidades reais

"Cidades + Reais" é uma iniciativa de contratação laboral com foco na igualdade de género e na diversidade, aplicada ao reforço de equipas comerciais no sector imobiliário.

A mediação imobiliária é um processo que activa necessariamente componentes relacionais humanas fundamentais: na compreensão de necessidades e desejos e na oferta de soluções específicas. As nossas cidades são hoje uma tapeçaria diversa de experiências, origens, línguas, valores e comunidades.

Para responder aos desafios e às dinâmicas urbanas é necessário pensar a contratação de recursos humanos sob uma perspectiva contemporânea e adequada, de forma a espelhar nas equipas comerciais a realidade do contexto envolvente.

Estabilidade. Conhecimento. Confiança.

FALE CONNOSCO SOBRE A SUA CARREIRA

brainpower.com.mt/ruby



UM FUTURO SEM ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO

Campanha de Evax enaltece mulheres portuguesas de sucesso em áreas tipicamente “de homens”. Divulgar estes exemplos serve de inspiração às mais jovens.



A Evax, através da campanha InspirA-te, pretende inspirar as jovens portuguesas a sonhar com um futuro sem estereótipos de género, enaltecendo e mostrando exemplos reais de mulheres portuguesas que estão em todo o lado, em todas as áreas de atividade. Para cumprir o seu objetivo, a Evax elaborou um plano. A primeira parte consistiu em inspirar mostrando exemplos reais. Nesse sentido, a marca contratou três embaixadoras com carreiras de sucesso em áreas tipicamente masculinas: Ana Pires (astronauta-cientista), Elisabete Jacinto (piloto de camiões) e Joana Guerreiro (comandante de aviões comerciais) e filmou vídeos com suas histórias inspiradoras.

A Evax conta com embaixadoras da campanha que inspiram com as suas histórias de sucesso em profissões tipicamente masculinas.

A segunda parte do plano consistia em motivar e capacitar as jovens. Assim, a empresa de cuidados e higiene pessoal criou o programa InspirA-te, uma plataforma digital na qual as meninas puderam conhecer as histórias das embaixadoras Evax e escolher uma das seguintes opções: realizar um sonho, conhecendo uma mulher inspiradora na sua área de interesse; receber uma palestra sobre uma mulher inspiradora na escola; participar num workshop.

Pelo contexto em que decorreu a campanha, que teve lugar de fevereiro a maio, o plano foi adaptado para uma versão mais digital, com diretos de Instagram com as embaixadoras

O objetivo da marca foi mostrar que não existem profissões ou tarefas ideais para homens ou para mulheres, mas para profissionais com motivação e talento.

Evax e com a atriz Jessica Athayde, a locutora da rádio Cidade FM Yolanda Tati e a influencer SEA. Foi também desenvolvida uma campanha de Instagram com Cláudio Ramos, Rita Ferro Rodrigues e Marta d'Orey. Esta iniciativa teve uma exploração a 360 graus. Na TV, contou com o patrocínio nos canais FOX e Hollywood. No digital, houve a amplificação dos vídeos filmados com as três embaixadoras. A campanha esteve ainda nas redes sociais e em ponto de venda.

ACEDER AO MUNDO PROFISSIONAL SEM ESTEREÓTIPOS

Esta iniciativa enquadra-se na categoria "Igualdade e Diversidade" porque tem como base o acesso a um mundo profissional sem estereótipos, em que a determinante para



Empresa: **Procter and Gamble Portugal**

Nome do projeto: **InspirA-te/Evax**

Data de início: **01/02/2020**

Data de conclusão: **31/05/2020**

Principais beneficiários da iniciativa:

Raparigas e mulheres entre os 11 e os 30 anos.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Igualdade de género



Trabalho digno e crescimento económico



Reduzir as desigualdades

ocupar uma função é o trabalho, o talento e a motivação.

Registe-se que a Evax é a marca de Higiene Feminina líder em Portugal, tendo assim um grande alcance junto de várias gerações de meninas e de mulheres, com quem comunica de forma próxima. Esta campanha foi inspirada nas campanhas internacionais "Always Like a Girl" e "Inspiring Girls".

FAZER A DIFERENÇA NA SOCIEDADE

Entre os impactos que este projeto tem, destaque para o que tem na sociedade, uma vez que promove a igualdade de géneros, mostrando exemplos de mulheres bem-sucedidas nas suas profissões. O objetivo da marca foi mostrar que não existem profissões ou tarefas ideais para homens ou para mulheres, mas para profissionais com motivação e talento. Pretende-se uma mudança social, em conceitos que muitas vezes começam dentro da própria família.





PROMOVER O EMPREENDEDORISMO E A INOVAÇÃO SOCIAL

A iniciativa impulsiona e capacita organizações e pessoas que pretendem mudar o mundo.



47

startups incubadas.

+200
residentes.

+40
mentores.

+1,5
MILHÕES DE EUROS
em investimento de
impacto.

A Casa do Impacto é uma iniciativa de apoio ao empreendedorismo e inovação social, dinamizadora de ideias e projetos inovadores que permitam efetivar políticas de responsabilidade social consequentes e com impacto social e ambiental, alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 2030 da Organização das Nações Unidas. Promovida pela Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, em parceria com os principais stakeholders do ecossistema do empreendedorismo e inovação social nacional, esta iniciativa tem como missão impulsionar e capacitar uma nova geração de organizações e cidadãos ativistas que pretendem mudar o mundo. Situado no Convento São Pedro Alcântara, no coração do Bairro Alto em Lisboa,

este Hub tem o desafio de aproximar a inovação social e o empreendedorismo a todos os sectores: público, privado e social. Capacita para a Inovação Social que significa inovar com o objetivo de transformar a sociedade, de provocar uma mudança social no sentido da emancipação dos mais vulneráveis e do combate às desigualdades. Em termos práticos, esta inovação concretiza-se em produtos, serviços ou metodologias inovadoras que respondam com eficácia a problemas sociais – e muitas destas inovações crescem dentro da Casa do Impacto. Foi com a consciência de que o impacto chegou para ficar, e de que não é só uma tendência, que a SCML avançou com a criação da Casa do Impacto, com a visão de que, no

futuro, todo e qualquer negócio terá de ter um vertente social ou ambiental. Esta one-stop-shop centra a sua atuação no fomento da criatividade e sustentabilidade dos projetos e organizações e de uma comunidade de impacto diversa e inclusiva, através de instrumentos de capacitação, incubação, financiamento e avaliação de impacto.

Destes instrumentos destaca-se o RISE for Impact, programa de aceleração destinado a projetos em fase de validação da ideia, produto, serviço ou modelo de negócio, tendo em vista a capacitação dos empreendedores na fase inicial de desenvolvimento dos seus projetos, incluindo o acompanhamento e mentoria e a dinamização de eventos e networking.

Destaca-se igualmente o Santa Casa Challenge, concurso de inovação social digital com o objetivo de estimular a criação ou adaptação de novos produtos e serviços de base tecnológica. Podem ser aplicações, plataformas, dispositivos, hardware e outras tecnologias de informação e comunicação, desde que contribuam para o cumprimento do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável em destaque na Edição. Este ano a iniciativa procura estimular soluções tecnológicas inovadoras para a área da saúde (nomeadamente indústria HealthTech), através do ODS 3 – Saúde de Qualidade. Trata-se de uma área muito ameaçada com a presente pandemia, em especial a saúde mental e junto de pessoas com acesso comprometido a esses serviços, onde a Casa do Impacto procura uma resposta eficaz aos vários desafios presentes, exponenciados por esta crise.

SANTA CASA

Misericórdia de Lisboa

Empresa: **Santa Casa da Misericórdia de Lisboa**

Nome do projeto:
Casa do Impacto

Data de início:
01/10/2018

Data de conclusão:
Não há uma data de conclusão prevista.

Principais beneficiários da iniciativa:

Empreendedores sociais, start-ups de impacto, ONG, entidades da economia social e cidadãos de um modo geral.

Realce-se ainda o Fundo +PLUS, Programa de Investimento para o Impacto, criado para testar novas ideias com potencial de impacto social e ambiental e para apoiar o crescimento de organizações sustentáveis com projetos inovadores e resultados previamente comprovados, em ambos os casos, obrigatoriamente alinhadas com os ODS 2030. Em toda a sua atuação a Casa do Impacto estimula a colaboração, a criação de pontes e a capacitação em todas as suas vertentes. Nas ferramentas que desenvolve e nas parcerias que desenvolve procura promover a filantropia e o investimento social de impacto, contribuindo para um modelo de financiamento mais estável, eficaz, duradouro e com base em resultados de impacto.

Conta com uma comunidade com mais de 200 residentes e 47 startups incubadas ou a participar nos programas. Iniciativas de impacto social e ambiental como o SPEAK e a <Academia de Código_>, MAZE-X, IES-Social Business School, a GoParity, 55+, Ashoka Portugal ou MyPolis. São vários os projetos que habitam nesta Casa e trabalham em conjunto para construir um ecossistema do empreendedorismo e inovação com impacto social a nível nacional e internacional.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



3
Saúde de qualidade



4
Educação de qualidade



5
Igualdade de género



8
Trabalho digno e crescimento económico



10
Reduzir as desigualdades



12
Produção e consumo sustentáveis



13
Ação climática



15
Proteger a vida terrestre



17
Parcerias para a implementação dos objetivos





UMA OPORTUNIDADE A QUEM NÃO CONSEGUE OUVIR

Um emprego que desenvolve competências pessoais e profissionais, independência financeira, autonomia e responsabilidade.



A McDonald's sempre apostou no desenvolvimento pessoal e profissional dos seus colaboradores. Os colaboradores com necessidades especiais não são exceção. São indivíduos únicos com um leque diversificado de competências, aptidões, conhecimentos e experiências e devem ter igualdade de oportunidades no mercado de trabalho. Em 2005, a McDonald's Portugal iniciou uma parceria com o Centro de Recursos da Casa Pia de Lisboa com vista à integração de colaboradores surdos nas suas equipas. Através desta parceria, que compreende um exigente trabalho prévio de preparação e de articulação com a McDonald's, tem o apoio de técnicos especializados que fazem o acompanhamento desde o recrutamento

+60
colaboradores foram integrados desde o início do programa.

30
colaboradores surdos estão integrados atualmente em 20 restaurantes.

à entrevista e integração como o apoio na sensibilização e envolvimento das equipas, por exemplo, à formação contínua ao longo de toda a sua carreira. Após a seleção dos candidatos, e antes de ingressarem nos restaurantes, o Centro de Recursos da Casa Pia de Lisboa faz uma sensibilização às equipas para as ajudar a integrarem os novos colegas.

Tratando-se de pessoas surdas, organizam ações de sensibilização para toda a equipa com aulas de língua gestual para uma melhor integração de todos. Através deste projeto, a McDonald's confere a estas pessoas igualdade de oportunidades no acesso ao mercado de trabalho, desenvolvimento de competências, independência financeira, promoção de relações interpessoais – com colegas e clientes



– e o envolvimento das próprias equipas na integração destes colegas levando muitas vezes ao interesse das próprias equipas em aprenderem língua gestual. Este trabalho conjunto entre o Centro de Recursos da Casa Pia de Lisboa e a McDonald's garante a eficácia deste projeto. Ao longo destes anos já passaram mais de 60 colaboradores com necessidades especiais pelos restaurantes da companhia. Atualmente, e no âmbito da parceria com o Centro de Recursos da Casa Pia de Lisboa, que abrange a região de Lisboa e Vale do Tejo, há 30 colaboradores surdos em 20 restaurantes.

AUTONOMIA E INDEPENDÊNCIA

A empresa tem consciência da importância que este emprego representa para os colaboradores com necessidades especiais. Acima de tudo, é uma porta para a independência e para a inclusão social. Trata-se de igualdade de direitos e de oportunidades, em muitos casos trata-se do primeiro contacto com o mundo do trabalho, do desenvolvimento de competências pessoais e profissionais, independência financeira, autonomia, responsabilidade e equidade de oportunidades.

A antiguidade de muitos dos colaboradores com necessidades especiais e a satisfação dos mesmos com o seu local de trabalho são representativos da importância deste projeto para os próprios. A par disso, a avaliação de desempenho que é feita regularmente a todos os colaboradores reflete o profissionalismo e a competência dos colaboradores com necessidades especiais evidenciando, assim, o sucesso desta iniciativa.

Este projeto interage com diversas áreas da McDonald's, das quais se destacam as áreas de Recursos Humanos e Operações. O Centro de Recursos da Casa Pia de Lisboa é credenciado pelo Instituto de Emprego e Formação Profissional. Para além disso, a formação de todos aqueles que trabalham na McDonald's é um dos pilares de sucesso da empresa, por isso dispõem de um Centro de Formação onde são ministrados cursos para diversos níveis, sendo a formação certificada pela Direção-Geral do Emprego e das Relações de Trabalho (DGERT). Anualmente, o Departamento de Formação da McDonald's ministra mais de 12 cursos por ano, que representam mais de 50 mil horas de formação anuais.



Empresa: **Sistemas McDonald's Portugal**

Nome do projeto: **Integração de colaboradores surdos**

Data de início: **01/01/2005**

Data de conclusão: **Não há uma data de conclusão prevista.**

Principais beneficiários da iniciativa:

População surda e com deficiências auditivas.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

8

Trabalho digno e crescimento económico

10

Reduzir as desigualdades

17

Parcerias para a implementação dos objetivos



CONTACT CENTER COM ATENDIMENTO A CLIENTES EM LÍNGUA GESTUAL

O lançamento deste serviço permitiu indiretamente que a comunidade surda pudesse de forma autónoma aceder a um serviço de telecomunicações, hoje em dia, indispensável no nosso dia a dia, quer no contexto profissional, pessoal e de lazer.

O Serviço de Atendimento a Clientes em Língua Gestual Portuguesa foi lançado pela Vodafone, em Portugal, no ano de 2012, com o intuito de colmatar as dificuldades específicas na comunicação com clientes possuidores de deficiência auditiva. Foi a primeira empresa portuguesa a disponibilizar um Contact Center especialmente dedicado a surdos e pessoas com deficiência auditiva. Atualmente, e desde 2018, o serviço é realizado através de videoconferência e encontra-se disponível todos os dias úteis, das 9h00 às 20h00. Os clientes podem contactar o Serviço de Atendimento a Clientes em Língua Gestual Portuguesa (LGP) através do seu computador, e smartphone e/ou tablet Android recorrendo à plataforma web de videoconferência Nubitalk, e através de um dispositivo iOS, com a aplicação móvel Atendimento LGP. Esta forma de contacto é gratuita e sem qualquer limite temporal de uso por parte do utilizador, sendo assegurada por quatro assistentes de Contact Center, fluentes em LGP. Este serviço foi criado com o principal intuito de colmatar as dificuldades específicas na comunicação com clientes possuidores de deficiência auditiva, utilizando a tecnologia como forma de combater as desigualdades no acesso ao serviço de atendimento. O lançamento deste serviço permitiu que o atendimento deste grupo de pessoas não se limitasse ao atendimento em lojas, onde havia o risco de não existirem assistentes especializados em língua gestual portuguesa, em áreas geográficas específicas, alargando a área de atuação a todo o território nacional. Para fazer face à inexistência em língua gestual portuguesa de determinados vocábulos específicos do léxico das telecomunicações, foram adaptados gestos gradualmente introduzidos na comunidade utilizadora de língua gestual portuguesa, permitindo uma maior equidade a nível da comunicação deste grupo de pessoas.

QUEBRAR A BARREIRA LINGUÍSTICA

De forma a responder aos avanços da tecnologia e às dúvidas e questões que podem advir dessas



Empresa:
Vodafone Portugal

Nome do projeto:
Serviço de Atendimento a Clientes em Língua Gestual Portuguesa

Data de início:
24/04/2012

Data de conclusão:
Não há uma data de conclusão prevista.

Principais beneficiários da iniciativa: **Todos os clientes Vodafone que sejam surdos ou que tenham qualquer deficiência auditiva.**



1.266
chamadas atendidas
em 2020.

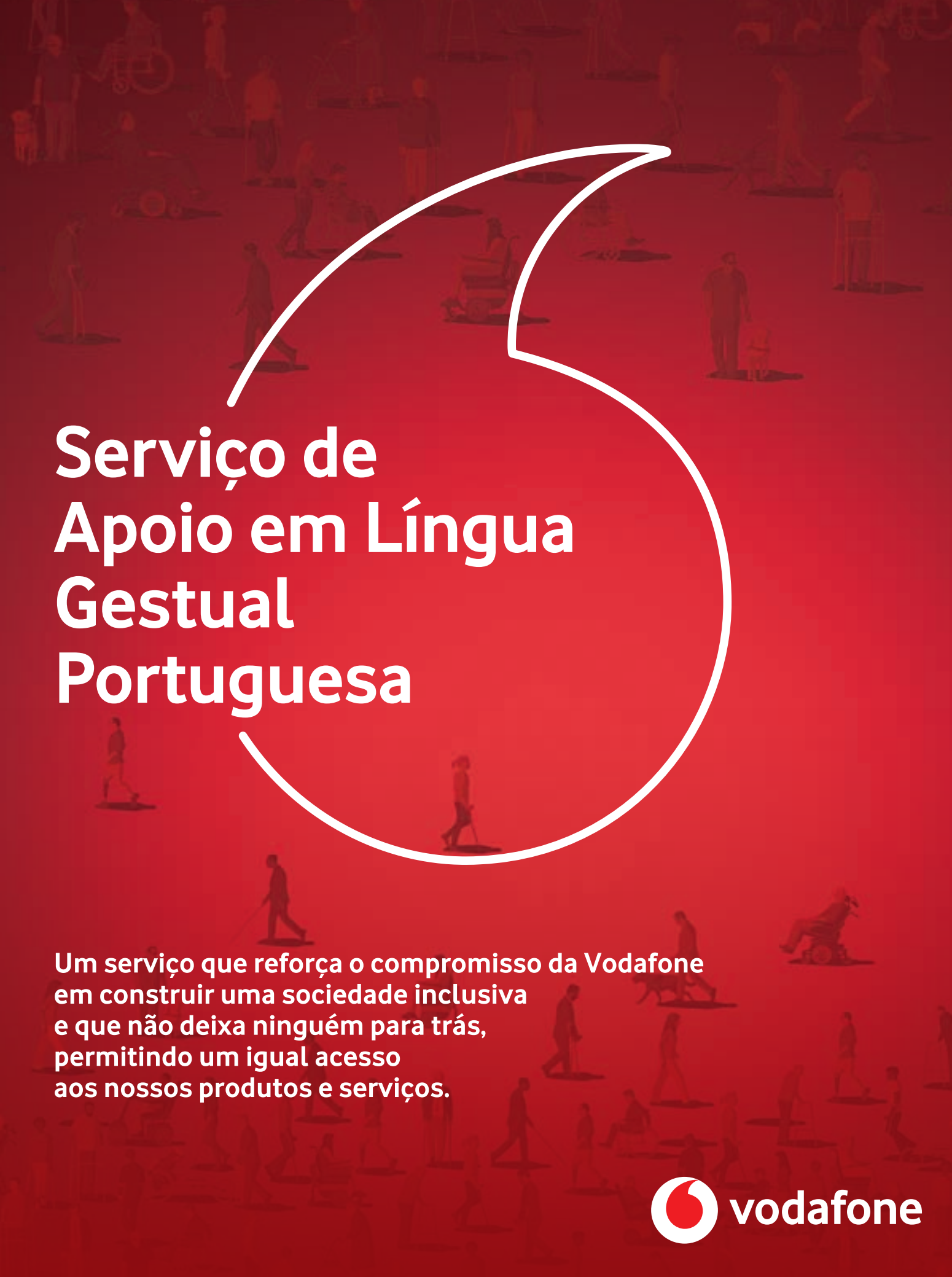
evoluções, e tendo em consideração os assuntos mais abordados nas videoconferências ao nível deste serviço, são continuamente desenvolvidas e atualizadas FAQ em LGP para responder de forma rápida e eficaz a este grupo de pessoas. Esta linha de atendimento mantém-se gratuita, garantindo a igualdade de acesso por parte das pessoas, face à sua situação económica. Apesar de ser utilizada por clientes particulares, este serviço também pode ser utilizado por qualquer área da Vodafone, sempre que a mesma interage com clientes (particulares e/ou empresariais) com deficiências auditivas, permitindo que essas áreas possam aprender e compreender aprofundadamente sobre a realidade deste grupo de pessoas e a forma como comunicam.

Após o lançamento deste serviço, verificou-se em Portugal uma repercussão do mesmo no seio empresarial em vários setores de atividade. O lançamento pioneiro desta linha de atendimento teve como objetivo não só responder a uma necessidade que, até então, era comumente identificada apenas por pessoas com deficiências auditivas, como contribuir para a reflexão de que a sociedade e as empresas têm o papel de se desenvolver e utilizar o que têm de melhor para tornar o mundo um lugar mais inclusivo. Acompanhando este serviço, foi também lançada uma oferta comercial com condições vantajosas para pessoas com incapacidade igual ou superior a 60%, o que é um contributo válido para esta comunidade, contribuindo para a integração desta comunidade na sociedade de informação.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Reduzir as desigualdades
– Nomeadamente ao nível da deficiência e situação económica.



Serviço de Apoio em Língua Gestual Portuguesa

Um serviço que reforça o compromisso da Vodafone em construir uma sociedade inclusiva e que não deixa ninguém para trás, permitindo um igual acesso aos nossos produtos e serviços.

JÚRI

MANUELA BOTELHO
Secretária-geral da APAN

CARLA BORGES FERREIRA
Diretora do Meios&Publicidade

FRANCISCO TEIXEIRA
Diretor-geral da Universidade Europeia | IADE | IPAM

NUNO PINTO MAGALHÃES
Presidente da direção da Auto Regulação Publicitária

PRESIDENTE DO JÚRI



Na APAN acreditamos que o marketing moderno pode ajudar a impulsionar ações que se alinhem e apoiem os ODS da ONU, seja promovendo o bem-estar e garantindo vidas saudáveis, seja reduzindo as desigualdades ou ainda impulsionando produção e consumo responsáveis.



É o grande imperativo comum do nosso tempo. Só juntos, nos pequenos gestos e nas grandes decisões, venceremos o desafio. Parabéns ao Negócios por colocar o tema na agenda mediática.



É extremamente gratificante poder testemunhar o crescimento de um conjunto de projetos de sustentabilidade que impactarão decisivamente o futuro do nosso país.



Pensar e agir sustentavelmente significa resiliência na proteção e no respeito pelas pessoas e pelos recursos do nosso planeta, ambicionando viver uma coexistência em prosperidade.



São aceites nesta categoria candidaturas de iniciativas, serviços ou produtos que representem soluções de comunicação eficazes e de carácter educativo na sociedade, permitindo aumentar a transparência da informação e/ou a consciencialização relacionadas com temas de sustentabilidade. São valorizadas também iniciativas e produtos ou serviços que, de forma criativa e através de meios de comunicação, estimulem a mudança de comportamentos sustentáveis de acordo com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas.

SUSANA
ALBUQUERQUE

Presidente do Clube
de Criativos de Portugal



Sustentabilidade parece ser o assunto do momento. Oxalá seja um bom sinal. Temos tudo por fazer.

COMUNICAÇÃO DE SUSTENTABILIDADE



INDICADORES AMBIENTAIS PARA TODA A ORGANIZAÇÃO

O BPI criou uma ferramenta interna para reduzir o impacto ambiental da sua atividade. O Dashboard Ambiental é uma solução de comunicação eficaz e educativa, direcionada a colaboradores e gestores, abrangendo os edifícios centrais da empresa e a rede comercial.

O BPI desenvolveu uma plataforma dinâmica para a gestão, divulgação, monitorização e acompanhamento de dados, denominada Dashboard Ambiental (DA). O DA possui duas vertentes, Pegada Ambiental e Analítica, e pretende envolver de forma ativa e participativa os colaboradores e a gestão de topo para as temáticas de ambiente e sustentabilidade.

A vertente Pegada Ambiental está orientada para os colaboradores, integrando indicadores a nível individual, bem como das direções num contexto de comparabilidade, e do BPI como organização. Permite divulgar iniciativas ambientais em implementação no BPI e as práticas sustentáveis que podem ser adotadas pelos colaboradores, quer no interior das instalações do banco quer a nível pessoal, e que contribuem para diminuir a respetiva pegada ambiental.

Esta vertente contempla informação interna de dados ambientais, com base em indicadores como: quilómetros percorridos em deslocações de trabalho de avião, comboio, táxi, TVDE, autocarro; consumo de plástico; número de impressões em papel de escritório; consumo de eletricidade.

Na eletricidade, por exemplo, para poupar o consumo, o BPI está a instalar lâmpadas LED nos edifícios centrais e rede comercial. Também moderniza e monitoriza os equipamentos de



Empresa:
Banco BPI, SA

Nome do projeto:
Dashboard Ambiental (DA)

Data de início:
01/04/2020

Data de conclusão:
31/12/2022

Principais beneficiários da iniciativa:
Os gestores e os colaboradores do BPI e as suas famílias, que ganham consciencialização de práticas mais “verdes”. Também os fornecedores, parceiros ou sindicatos irão ter conhecimento desta iniciativa.

aquecimento, ventilação e ar condicionado e alerta os colaboradores para darem o seu contributo, aconselhando-os a: retirarem os carregadores das tomadas quando não estão a ser utilizados; evitarem deixar os equipamentos ligados à corrente quando a carga está completa; desligarem o computador quando não estão a precisar; ou utilizarem, sempre que possível, a luz natural.

Na Pegada Ambiental, são apresentadas variações relativas ao período homólogo, onde estão também associadas as emissões de CO₂ e o respetivo número de árvores adultas necessárias para compensar essas emissões de CO₂, bem como as considerações técnicas tidas como base nos cálculos dos indicadores, para que todos percebam como foi obtida a informação que está a ser exibida.

A vertente Analítica está direcionada para a gestão de topo, com foco na informação financeira, nomeadamente consumos (como os consumos de combustível da frota automóvel) e despesas por mês, para os dois últimos anos, de acordo com a estrutura organizacional do BPI, possibilitando a avaliação de tendências e a tomada de decisões a nível estratégico.

São igualmente apresentados dados sobre as emissões de CO₂ e a informação pode ser

desagregada desde a direção até ao colaborador. O DA permite, assim, disponibilizar informação de ambiente e sustentabilidade atualizada para as partes interessadas, tais como colaboradores e gestão de topo, tornando possível acompanhar a melhoria contínua do desempenho e estratégia do BPI nestas temáticas.

INFORMAÇÃO ATUALIZADA E FIDEDIGNA

Uma estratégia de sustentabilidade eficaz implica a mudança de práticas internas, por isso, o DA do BPI pretende ser um mecanismo de melhoria da comunicação e divulgação interna, mas também um motor de proatividade na definição e implementação de medidas de ecoeficiência, com o objetivo de reduzir o impacto ambiental da atividade do BPI. O DA é uma plataforma com informação atualizada e fidedigna, sendo essencial na sistematização de iniciativas, objetivos, prioridades e definição de recursos necessários para cumprir os programas estratégicos do BPI nos temas de ambiente e sustentabilidade. Promove um mecanismo de comunicação transparente, dinâmica e interativa de envolvimento entre os colaboradores e o BPI em temas de sustentabilidade, que procura ir mais além, influenciando mudanças de comportamento mais sustentáveis.

11
meses de operação.

60
MIL EUROS
foi o custo
da plataforma.



QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Água potável e saneamento –

Garantir a disponibilidade e a gestão sustentável da água potável e do saneamento para todos, apoiando e fortalecendo a participação dos colaboradores na melhoria da gestão e consumo de água, bem como incentivando a melhoria da qualidade da água, reduzindo a poluição, eliminando o despejo e minimizando a libertação de produtos químicos e materiais perigosos.



Energias renováveis e

acessíveis – Garantir o acesso a fontes de energia fiáveis, sustentáveis e modernas para todos, monitorizando e melhorando a eficiência energética, bem como promovendo o investimento em infraestruturas de energia e em tecnologias de energia limpa.



Produção e consumo sustentáveis –

Incentivar o uso eficiente de recursos naturais, reduzindo a produção de resíduos através de medidas de prevenção, e promove práticas de redução, reciclagem e reutilização, e de compras sustentáveis.



Ação climática –

Adotar medidas urgentes para combater as alterações climáticas e os seus impactos, reforçando a resiliência e a capacidade de adaptação a riscos relacionados com o clima e as catástrofes naturais, bem como integrando medidas relacionadas com alterações climáticas nas políticas, estratégias e planeamentos internos. Futuramente, pretende-se que o DA integre outros indicadores ambientais/sustentabilidade, nomeadamente, indicadores de consumo de água, com impacto no ODS 6.



ATINGIR A NEUTRALIDADE CARBÓNICA NOS CARROS A COMBUSTÃO



Condutores em Portugal que se deslocam à bp para abastecer os veículos têm as emissões dos seus combustíveis automaticamente compensadas através da iniciativa Drive Carbon Neutral.

A bp lançou, em julho de 2020, a iniciativa Drive Carbon Neutral, que pretende compensar todas as emissões de carbono provenientes dos abastecimentos dos condutores em Portugal efetuados nos postos de abastecimento da empresa.

A campanha de comunicação Drive Carbon Neutral pretende ser disruptiva, ajudando os automobilistas a agir face ao carbono e a desempenhar o seu papel na jornada para a neutralidade carbónica.

Esta iniciativa fez da bp a primeira marca de combustíveis a compensar as emissões de carbono dos abastecimentos dos seus clientes de todos os tipos de combustível de gasolina e gasóleo, assim como de GPL.

Trata-se de uma oportunidade de compensar mais de dois milhões de toneladas de carbono por ano, o equivalente a retirar 400.000 carros das estradas.

Para assinalar o arranque da iniciativa Drive Carbon Neutral, a 22 de julho do ano passado a bp compensou as emissões dos condutores



Empresa: **bp Portugal**

Nome do projeto: **bp Drive Carbon Neutral**

Data de início:
22/07/2020

Data de conclusão:
05/07/2023

Principais beneficiários da iniciativa:
Comunidade em geral.

em Portugal por um dia – o equivalente a 75 mil toneladas de carbono, segundo a Direção-Geral de Energia e Geologia.

DESPERTAR DE CONSCIÊNCIAS

A bp acredita que o programa Drive Carbon Neutral tem um papel importante na jornada do mundo para atingir a neutralidade carbónica (net zero) até 2050, além de incentivar os clientes a agir face ao carbono.

Uma sensibilização que passa por despertar a consciência da comunidade para a relevância de adotarem ações concretas para a redução das emissões. Esta iniciativa é parte integrante da proposta de valor da marca e tem o poder de ser considerada um “modus operandi” da indústria.

Como nos próximos anos o mundo precisará de mais energia, a indústria petrolífera terá de otimizar e desenvolver toda a sua cadeia de valor atual. A mobilidade urbana é hoje uma questão crucial e será ainda mais importante no futuro. Os grandes desafios



A bp pretende compensar mais de dois milhões de toneladas de carbono por ano, o equivalente a retirar 400.000 carros das estradas.

75 MIL TONELADAS de carbono foram compensadas pela bp em Portugal, a 22 de julho, para assinalar o arranque da iniciativa Drive Carbon Neutral.

1,2 MILHÕES DE PESSOAS foram ajudadas pela bp, em 2019, a ter acesso a melhores cuidados de saúde. Foi providenciada formação e educação a mais de 8.000 pessoas.

40 MIL HECTARES de floresta protegidos.

6 MILHÕES DE TONELADAS de carbono foram compensadas nos últimos 14 anos através do programa bp Target Neutral.

24 MILHÕES DE EUROS foram angariados em todo o mundo para projetos de redução de carbono.

estão relacionados com a sustentabilidade e a sua interconexão com a inovação, através de tecnologias emergentes, aplicadas a novas soluções de mobilidade.

Por ter consciência das exigências de mais energia – e cada vez mais limpa –, a bp continua a ser um aliado dos seus clientes, criando produtos com consumos mais eficientes.

A empresa sabe que a resposta não pode ser singular, por isso, em todos os cenários em que trabalha, apresenta uma diversificação de portefólio e não apenas uma solução. As populações necessitam de mais energia, mas querem uma maior redução das emissões de carbono.

PROJETOS DE REDUÇÃO DE CARBONO SÃO VERIFICADOS PELAS ONG

Para compensar as emissões dos clientes, o bp Target Neutral aplica as melhores práticas, sustentadas por padrões internacionais. Os créditos de carbono provêm de projetos de redução de carbono que são verificados e selecionados de forma independente por um painel de ONG.

Os condutores que beneficiam do programa Drive Target Neutral em Portugal estarão a apoiar uma série de programas que incluem um projeto de instalação de fogões eficientes no México e um projeto de proteção e plantação florestal na Zâmbia. Estes projetos reduzem as emissões de carbono e proporcionam benefícios de subsistência em linha com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

Paralelamente, a bp está a trabalhar para ajudar os seus clientes a gerir a transição para baixo carbono: os combustíveis avançados bp Ultimate, com tecnologia ACTIVE, oferecem já mais eficiência para veículos, ajudando os condutores a utilizar menos combustível por viagem. Existe também uma parceria com a EDP para o carregamento elétrico nos postos bp, em linha com os objetivos do programa Drive Carbon Neutral.



QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

A iniciativa impacta diretamente os objetivos



Energias renováveis e acessíveis



Cidades e comunidades sustentáveis



Ação climática

Por sua vez, os projetos de compensação de carbono apoiados pelo bp Target Neutral, e que se encontram associados à campanha, apoiam os ODS



Eradicar a fome



Saúde de qualidade



Educação de qualidade



Igualdade de género



Água potável e saneamento



Energias renováveis e acessíveis



Trabalho digno e crescimento económico



Indústria, inovação e infraestruturas



Ação climática



Proteger a vida terrestre



Parcerias para a implementação dos objetivos





300^{MIL}
é o reach anual de visitantes
nas redes sociais.

2
MILHÕES DE PESSOAS
são impactadas pela
iniciativa por edição anual,
em vendas e em plantações.

99^{MIL KITS}
“Uma Árvore pela Floresta”
já foram vendidos.

18^{MIL TONELADAS}
de CO₂ foram compensadas.

CONSERVAR E REFLORESTAR O TERRITÓRIO NACIONAL

A iniciativa “Uma Árvore pela Floresta” envolveu nos últimos anos a população na florestação de áreas protegidas, zonas classificadas e matas nacionais. Esta parceria dos CTT e da Quercus também é responsável pela reflorestação das zonas mais afetadas pelos incêndios, com espécies autóctones.

Os CTT e a Quercus uniram-se e criaram a iniciativa pioneira de cidadania ambiental “Uma Árvore pela Floresta”. Graças a esta campanha, que começou em 2014, já foram plantadas cerca de 99 mil árvores em Portugal, do Parque Nacional da Peneda-Gerês aos Parques Nacionais da Serra da Estrela e de Sintra-Cascais, serras do Alvão, das Meadas, Pisco, Garraia, e São Domingos, Açor, Chão das Galinhas, na ilha da Madeira, e Mata Nacional de Leiria.

**A iniciativa dos CTT,
em parceria com
a Quercus, ajudou
a plantar cerca de
99 mil árvores em
Portugal.**

Esta iniciativa permite florestar diversas áreas protegidas e matas nacionais do nosso país com espécies autóctones e em particular as zonas mais afetadas pelos incêndios, através da participação ativa da população. O projeto apresenta duas características essenciais e diferenciadoras: a cidadania participativa e um contacto garantido por cinco anos. A participação é simples, bastando comprar um kit disponível em 300 lojas CTT ou através da loja online CTT, durante todo o ano, com portes



gratuitos no território nacional, o qual vale uma árvore autóctone. Estas são as mais resistentes aos fogos, como o freixo, o sobreiro, a azinheira, o medronheiro, o castanheiro, entre outras. Os kits vendidos são convertidos em árvores e arbustos a serem plantados de norte a sul de Portugal continental e nas ilhas, com a participação ativa de milhares de voluntários que se inscreverem no programa de responsabilidade ambiental através do site www.umaarvorepelaforestaquecus.pt. A Quercus garante a manutenção dos bosques durante cinco anos.

O kit "Uma Árvore pela Floresta" representa uma espécie autóctone diferente todos os anos (uma árvore em cartão reciclado com um QR Code). Assim, é possível a coleção dos vários kits, ao longo da duração da iniciativa. O kit é ainda produzido com tintas amigas do ambiente e com cartão reciclado e reciclável.

A iniciativa está aberta à participação de todos, desde indivíduos ou empresas que se podem envolver em regime de voluntariado, da compra até à plantação das árvores, o que tem incentivado inúmeras participações.

Desde o início, milhares de voluntários e voluntárias participaram nas plantações (CTT, outras empresas, escolas e universidades, instituições e cidadãos). Quem se regista no site da iniciativa recebe notícias durante cinco anos dos bosques sustentáveis e mais resistentes que ajudou a criar. É um detalhe apelativo e envolvente, que promove a cidadania participativa. É uma iniciativa com uma importante componente de sensibilização das populações em defesa de uma floresta nacional mais resistente e que conta, desde o início, com o apoio do ICNF – Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas.

ÁRVORES AUTÓCTONES RESISTEM MAIS AOS FOGOS

Apesar de o objetivo principal desta iniciativa passar por sensibilizar e envolver as populações para a necessidade de conservação da floresta e



Empresa: **CTT – Correios de Portugal S.A. – Sociedade Aberta**

Nome do projeto: **"Uma Árvore pela Floresta"**

Data de início: **01/09/2014**

Data de conclusão: **04/12/2040**

Principais beneficiários da iniciativa:

A sociedade em geral, pois este é um projeto de cidadania participativa cujo intuito é preservar a floresta nacional. Mais especificamente, a iniciativa promove impactos sociais positivos na qualidade de vida das comunidades locais próximas das áreas florestais plantadas do país.



de reflorestar o território nacional, existem outros desafios, tais como passar a mensagem de que as espécies de árvores autóctones são mais resistentes aos fogos e as melhores para amenizar o clima, proteger a paisagem, a água e os solos. "Uma Árvore pela Floresta" pretende incentivar os portugueses a colaborar e a ter um papel ativo no combate ao flagelo dos incêndios, frequentemente causados por negligência e desconhecimento. Nesse sentido, há o objetivo de fazer crescer a adesão e a participação. Quanto mais kits forem vendidos, maior é o número de árvores plantadas e, por consequência, maior a mancha verde e o oxigénio para o planeta.

DINAMIZAÇÃO DA ECONOMIA LOCAL

Esta iniciativa dá trabalho a empresas e trabalhadores locais, que são contratados pelo projeto na preparação dos terrenos e manutenção das plantações, no trabalho à jorna ou na restauração em apoio aos grupos de voluntários, dinamizando e impactando positivamente as economias locais.



QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Educação de qualidade



Produção e consumo sustentáveis



Ação climática



Proteger a vida terrestre



Parcerias para a implementação dos objetivos



UM PORTAL QUE PROMOVE A SUSTENTABILIDADE

A plataforma de comunicação Mais Sustentabilidade é o agregador de informação de sustentabilidade da Deco Proteste. Uma ferramenta útil e simples com informação que pretende mudar comportamentos e hábitos de consumidores e empresas.

A sustentabilidade ainda é uma área distante das preocupações e dos comportamentos da maioria dos consumidores portugueses. A crise climática é tão grave e premente quanto a crise sanitária que nos tem condicionado, embora muitos não estejam cientes disso.

Para controlar e reverter este cenário são necessárias alterações profundas aos comportamentos e hábitos de todos, não só dos cidadãos, mas também das empresas e das marcas. Melhores escolhas e atitudes fazem com que se possa contribuir para que a humanidade tenha um futuro neste planeta. Para ajudar a promover essa mudança de comportamento e padrões de consumo, a Deco Proteste criou o portal Mais Sustentabilidade. Informar o consumidor é importante, mas também é necessário trabalhar com marcas e fabricantes para recriar, reformular e propor melhores produtos e mais sustentáveis. Com o portal Mais Sustentabilidade (www.maissustentabilidade.pt), a associação de defesa do consumidor assume o compromisso de colocar ao dispor dos consumidores toda a sua experiência e investigação em diversas



Empresa: **Deco Proteste**

Nome do projeto: **Portal Mais Sustentabilidade**

Data de início: **05/03/2020**

Data de conclusão: **10/12/2030**

Principais beneficiários da iniciativa: **Todos os consumidores que procuram informação para uma mudança de comportamento no que se refere às práticas sustentáveis que adotam no seu dia a dia.**

áreas relacionadas com a sustentabilidade. No portal é disponibilizado todo o produto dessa investigação – ideias, dossiês e notícias sobre consumo sustentável –, a todos os consumidores que o visitem.

DEFENDER OS DIREITOS DOS CONSUMIDORES

Em www.maissustentabilidade.pt além dos conteúdos ligados à água, alimentação, ar, energia, mobilidade, gestão de resíduos, leis, finanças e saúde, são desenvolvidas iniciativas que identificam e defendem os direitos dos consumidores em todos os temas relacionados com a sustentabilidade.

É o caso da campanha “Lixo Não é Água”, que reivindica junto dos municípios, Parlamento e da Entidade Reguladora dos Serviços de Águas e Resíduos (ERSAR) a criação e implementação de um sistema alternativo de cálculo da tarifa de resíduos sólidos urbanos, propondo um cálculo em função da parcela de resíduos indiferenciados e não em função do consumo de água (ou outra forma arbitrária de contabilização). Outras campanhas serão



lançadas e podem ter um objetivo informativo ou reivindicativo.

O portal assume o compromisso de concentrar num único local toda a informação relacionada com a sustentabilidade, comunicá-la de forma transparente e factual e, sempre que possível, integrando os consumidores neste percurso. Foi aqui que se inseriu a fundamentação para a candidatura ao Prémio Nacional de Sustentabilidade na categoria de Comunicação de Sustentabilidade. Enquanto agregador de informação sobre sustentabilidade, o site

O portal assume o compromisso de concentrar toda a informação relacionada com a sustentabilidade, comunicá-la de forma transparente e factual.

12.210
euros foi o investimento financeiro feito no desenvolvimento tecnológico do portal.

8.170
Número de acessos à landing page do portal.

713
Número de registos no portal Mais Sustentabilidade.

38.699
Número de acessos à landing page do Dia Nacional da Sustentabilidade.

2.178
Número de registos no Dia Nacional da Sustentabilidade.

4.244
Número de acessos à ação "Lixo Não é Água".

Ao abrigo desta iniciativa foi entregue na Assembleia da República, a 5 de março de 2020, o pedido para a designação do dia 25 de setembro como o Dia Nacional da Sustentabilidade.

apresenta inúmeras formas de comunicação e interação com os consumidores, seja através da integração das sugestões de temas que gostariam de ver tratados no portal, seja através da possibilidade de sugerir.

OFICIALIZAÇÃO DO 25 DE SETEMBRO ESTÁ PARA BREVE

Após a candidatura a este prémio, a Deco Proteste fez chegar ao Parlamento a proposta de aprovação de três projetos de resolução que recomendam a instituição de um Dia Nacional da Sustentabilidade, a 25 de setembro. A proposta foi aceite, cabendo agora ao Governo redigir o diploma que efetive a criação do Dia Nacional da Sustentabilidade.

A Deco Proteste pretende aumentar o número de stakeholders associados ao projeto e fazer crescer o número de iniciativas junto dos consumidores.



QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

4 
Educação de qualidade

6 
Água potável e saneamento

7 
Energias renováveis e acessíveis

11 
Cidades e comunidades sustentáveis

12 
Produção e consumo sustentáveis

13 
Ação climática

16 
Paz, justiça e instituições eficazes



REFLORESTAR PARA APAGAR CHAMAS DE MÁ MEMÓRIA

A plantação de centenas de árvores no concelho de Tondela, muito assolado pelos incêndios de 2017, é o resultado mais visível do projeto Criar Bosques, uma iniciativa desenvolvida pela Earth Consulters com a Quercus.



As graves consequências dos incêndios em 2017, nomeadamente a nível ambiental, económico e social, chamaram a atenção da Earth Consulters. A empresa viu como muitos dos seus clientes e parceiros por todo o país, e em especial na região Centro, foram afetados, tendo entendido que tinha alguma responsabilidade em unir todos os seus esforços para atenuar os efeitos nefastos que os incêndios tinham trazido a todos.

Foi assim que se associou à Quercus no projeto Criar Bosques, sensibilizando clientes, parceiros, colaboradores, amigos e familiares para os efeitos nefastos dos incêndios em 2017, ajudando a reflorestar o território nacional e dando a conhecer os benefícios da iniciativa para o desenvolvimento sustentável do país,

700
árvores foram plantadas
no âmbito deste projeto,
a 18 de dezembro de
2019.

100
pessoas estiveram
envolvidas nesta
iniciativa, assim como
várias entidades públicas
e privadas.

essencialmente das zonas mais afetadas.

Como a área de atuação da Earth Consulters é a formação profissional e a consultadoria, a empresa comprometeu-se a plantar uma árvore por cada inscrição efetuada no curso Manobrador de Máquinas em Obra, realizado nos meses de fevereiro, julho e dezembro. A opção por este curso não foi aleatória, tendo sido escolhido porque, à data, era dentro da oferta formativa o que registava maior procura, de forma a dar vida à ideia de reflorestar a maior área possível. Com sede em Viseu, a escolha da Earth Consulters recaiu sobre a freguesia de Caparrosa, concelho de Tondela – muito fustigado pelos incêndios – para criar uma nova floresta. No dia 18 de dezembro de 2019, cerca



de 100 pessoas da Quercus, Earth Consulters, corporações de bombeiros e juntas de freguesia locais, Clube Desportivo de Tondela, entre outros, plantaram cerca de 700 sobreiros na freguesia de Caparrosa. Foi o dia em que se viu concretizado um esforço de várias pessoas e entidades. Foi o dia em que se viu nascer um novo bosque que tinha sido ferozmente devastado pelas chamas.

PORQUÊ O SOBREIRO?

A Earth Consulters incentivou outros parceiros e entidades a seguirem este exemplo e a mobilizarem meios para iniciativas idênticas. Teve a preciosa ajuda da Quercus na escolha das espécies a plantar, optando-se pelo sobreiro, a árvore nacional de Portugal desde 2011. É uma espécie florestal autóctone que se distribui pela zona ocidental da região mediterrânica, destacando-se como um ecossistema florestal singular, rico em termos de biodiversidade. As florestas de sobreiro desempenham ainda

A iniciativa contou com órgãos da comunicação social, Coimbra Business School, Quercus, Lions Portugal, CD Tondela, Município de Tondela, Junta de Freguesia de Caparrosa e não só.



Empresa: **Earth Consulters, Lda.**

Nome do projeto: **Criar Bosques**

Data de início: **01/01/2018**

Data de conclusão: **18/12/2019**

Principais beneficiários da iniciativa: **O nosso planeta que tem dado sinais de escassez dos recursos humanos. Apesar de a iniciativa ter sido realizada em Tondela, e os beneficiários diretos serem as pessoas que ali habitam, toda a sociedade acaba por ser beneficiada com estes pequenos gestos**

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Proteger a vida terrestre

– A iniciativa tem impacto na dimensão ambiental, no sentido que as florestas têm um papel essencial na conservação da biodiversidade, bem como na quantificação da capacidade de sequestro de CO₂ dos novos bosques, constituindo mais um contributo para reduzir o efeito de estufa e as alterações climáticas que lhe estão associadas. Mas também na dimensão social, pois envolveu toda a comunidade alertando-a para a importância das florestas e o impacto que as mesmas têm no problema mundial que é o efeito de estufa.

funções importantes na conservação do solo, na regularização do ciclo hidrológico e na qualidade da água e na produção de oxigénio.

De entre inúmeros benefícios ambientais, as florestas de sobreiro funcionam como sumidouros biológicos de CO₂. Dado o seu crescimento lento – com um ciclo de vida que pode ultrapassar os 200 anos –, os sobreiros têm um papel relevante na retenção de dióxido de carbono, característica que se estende também aos produtos de cortiça e que se prolonga com a sua reciclagem.

Os principais objetivos desta iniciativa são: reproduzir árvores e arbustos autóctones, nomeadamente algumas espécies raras ou ameaçadas de extinção; restabelecer o coberto arbóreo e arbustivo autóctone; contribuir para o restabelecimento do coberto arbóreo e arbustivo autóctone através da plantação/ sementeira e do aproveitamento da regeneração natural, sobretudo em áreas públicas e baldios; desenvolver uma componente de educação ambiental através da criação de parques botânicos de espécies autóctones em espaços públicos e privados.

Esta iniciativa foi integrada no âmbito da responsabilidade social da Earth Consulters, que entende, entre outros assuntos, ter o dever de se debruçar sobre o impacto ambiental da sua atividade. A empresa vai realizar a curto prazo novas plantações em Tondela, em parceria com a Quercus, repercutindo essa mesma ação em várias zonas do país.



DÉCADA DECISIVA GUIA O CAMINHO PARA O FUTURO DO PLANETA

A EDP desenhou uma iniciativa de sensibilização para os seus colaboradores adotarem comportamentos mais conscientes em matéria de sustentabilidade. O projeto cresceu e já está a promover essas boas práticas fora da empresa.

Vivemos uma emergência climática. O alarme tornou-se ensurdecedor e alerta para a crise que o planeta está a enfrentar: alterações de temperatura súbitas e eventos climáticos extremos, extinção de espécies e perda de recursos naturais, pobreza, poluição, propagação de doenças...

O ano passado foi decisivo: foi um ano de união para combater estes fenómenos e diminuir os seus impactos a nível global. 2020 representou o início de um trajeto feito de ações urgentes e conscientes em prol do planeta. Foi o ano do projeto Década Decisiva, um desafio lançado pelo conselho de administração executivo da EDP às áreas de Comunicação e Sustentabilidade do Grupo, para que se materializem em conteúdos e iniciativas a importância da próxima década, a década do tudo ou nada.



Empresa:
**EDP - Energias
de Portugal S.A.**

Nome do projeto:
Década Decisiva

Data de início:
01/01/2020

Data de conclusão:
31/12/2021

Principais beneficiários
da iniciativa:
**Colaboradores EDP
e público (desde
janeiro 2021)**

Nesse sentido, começou-se internamente a sensibilizar os 12 mil colaboradores da EDP para o momento-chave que se vive, a mudar e influenciar a adoção de comportamentos mais conscientes e sustentáveis em prol do bem-estar do planeta.

A EDP dividiu as várias problemáticas ambientais e sociais da próxima década em dez grandes temas, abordando cada um deles sob três perspetivas. A das pessoas, ou seja, de que forma cada indivíduo pode contribuir para resolver ou reverter os impactos das suas ações. A das empresas, partilhando exemplos de organizações por todo o mundo que contribuem para combater o problema apresentado, incluindo as iniciativas e as políticas da EDP e, por último, a perspetiva dos países, apontando o que já se faz em outros pontos do planeta e em Portugal, e o que ainda pode ser feito.

DEZ MESES, DEZ DESAFIOS

Janeiro foi o mês dedicado ao primeiro grande desafio, o das alterações climáticas. A comunicação de cada temática assentou em posts, artigos, infografias e notícias divulgadas na intranet e redes sociais internas da EDP. Procurou-se dar exemplos concretos de boas práticas à volta do mundo, para inspirar e levar à ação.

Em fevereiro e março promoveu-se a economia circular, numa fase em que a pandemia de covid-19 entrou de rompante na vida de todos. Com energia reforçada, e mesmo num ambiente de incerteza, a EDP não parou e continuou a apelar a todos para darem o seu contributo. Nas redes internas falou-se de reciclagem, da importância de abdicar do plástico, dos elementos que mais poluem o planeta, com o cuidado de explicar a relação entre este tema e a nova e incontornável covid-19.

Maio foi o mês de um tópico especialmente próximo à empresa: eficiência energética. Com conteúdos simples, visuais e práticos foram dadas recomendações e dicas que pudessem ser implementadas por todos os colaboradores da EDP.

A cada mês, um novo tema: em junho alertou-se para a prevalência da exclusão energética mesmo em países como Portugal e como a EDP contribui para a sua mitigação. Julho foi a vez da adaptação climática e de se comunicar o exemplo de várias empresas portuguesas que adaptaram as suas instalações, processos e operações para diminuir a pegada ambiental. Em agosto, a qualidade do ar foi o tema

3 INICIATIVAS

Podcast 'É Agora ou Nunca'

Uma conversa a três sobre sustentabilidade, moderada por Catarina Barreiros, com expert EDP e um convidado externo – novos episódios todos os meses em www.edp.com.

Websérie 'Geração Zero'

Histórias contadas na primeira pessoa por famílias que partilham dicas sustentáveis e pequenas mudanças com impacto no dia-a-dia – uma nova história todos os meses.

Dicas de sustentabilidade

Uma check-list por mês para saber se está no bom caminho – e descobrir o que precisa de fazer para ser (ainda) mais sustentável.

forte, utilizando ilustrações e infografias para decodificar as métricas associadas à medição da qualidade do ar e explicar como travar a degradação do que respiramos. Setembro trouxe a mobilidade sustentável e muitos exemplos e recomendações. O tema seguinte foi a biodiversidade e a explicação do motivo pelo qual esta está a diminuir e o que podemos fazer para inverter esta situação.

Novembro foi o mês da transição justa para uma sociedade livre de emissões de CO₂. O último mês do ano foi dedicado às políticas públicas e recomendações para implementar a nível legislativo que podem ter impacto na vida de milhões de portugueses.

Em 2021, a Década Decisiva cresceu e saltou para fora da empresa, com uma campanha de comunicação externa sob o mote "É Agora ou Nunca". Com o objetivo de ser 100% verde em 2030, a EDP mantém o rumo da sustentabilidade e, com esta nova ação, quer envolver todos os agentes da sociedade: empresas, governos, escolas, organizações, e cada um de nós.

Ao longo de nove meses, até setembro de 2021, volta a dedicar-se um mês a cada tema: alterações climáticas, economia circular, eficiência energética, acesso à energia, diversidade e inclusão, cidades sustentáveis, biodiversidade, qualidade do ar e finanças sustentáveis. Tudo para acompanhar nos canais de comunicação digital da EDP e para desafiar todos a contribuir para um planeta sustentável.



QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Energias renováveis e acessíveis



Trabalho digno e crescimento económico



Indústria, inovação e infraestruturas



Cidades e comunidades sustentáveis



Produção e consumo sustentáveis



Ação climática



Proteger a vida terrestre



BEBER ÁGUA DA TORNEIRA É UMA AFIRMAÇÃO DE SUSTENTABILIDADE



O programa “Exclusivamente Água da Torneira”, criado pela EPAL, desafia as entidades públicas e privadas a adotarem o consumo sustentável de água da rede pública nas suas áreas comuns, proporcionando aos seus stakeholders o acesso universal a este bem de primeira necessidade. A EPAL disponibiliza os recursos materiais – jarros e garrafas e suportes comunicacionais – e, em troca, as entidades aderentes assumem o compromisso de consumirem exclusivamente água da torneira nas suas áreas comuns. Este é um programa de apoio ao incentivo à sustentabilidade da cidade, rumo à neutralidade carbónica de 2050, que tem ganho cada vez mais relevo, pois após os seis anos de implementação e de trabalho no terreno, o Governo lançou orientações da Diretiva Água Potável e publicou a Resolução do Conselho de Ministros 141/2018, materializando a eficiência de recursos e a redução de CO₂ e de desperdícios, fulcrais para uma economia de baixo carbono.



Empresa: **EPAL**

Nome do projeto:

**Programa
“Exclusivamente
Água da Torneira!”**

Data de início:

01/01/2012

Data de conclusão:

01/01/2030

Principais beneficiários da iniciativa:

Entidades públicas e privadas de Lisboa, e os turistas, que passam uma mensagem de valorização da qualidade da água da capital e da sua sustentabilidade.

A EPAL conta com mais de duas centenas de entidades no seu conjunto abrangendo segmentos como o Estado e entidades oficiais, empresas, hotelaria, centros de congressos, universidades, escolas, entre outras. A empresa tem duas abordagens distintas, embora com o fim comum de promover a mudança de comportamento para o consumo sustentável, sem resíduos e universalmente acessível. Tem a abordagem às entidades do Estado e empresas, com a oferta de jarros de vidro para as áreas comuns, como salas de reuniões, coffee break e cantinas; e tem a abordagem para os centros de congressos, hotéis e universidades, com a disponibilização de garrafas de vidro Lisbon Tap para os espaços que queiram proporcionar, aos seus clientes de eventos, nacionais e estrangeiros, água da torneira, promovendo a qualidade e a sustentabilidade da nossa água aqui e além-fronteiras.

O EFEITO DA MULTIPLICAÇÃO

Caixa Geral de Depósitos, Direção-Geral da Saúde, Ministério do Trabalho, RTP, Fundação Champalimaud ou ISEG são apenas algumas das mais de 200 entidades que aderiram à iniciativa e que através dos seus trabalhadores, clientes, visitantes ou fornecedores influenciam milhares de pessoas a adotarem comportamentos de consumo sustentável.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Educação de qualidade



Água potável e saneamento



Cidades e comunidades sustentáveis



Produção e consumo sustentáveis



Ação climática



Proteger a vida marinha



Proteger a vida terrestre



UM PROJETO

EPAL

Grupo Águas de Portugal

água
circular por
natureza



ECONOMIA CIRCULAR

Saiba mais em:

epalcircularpornatureza.pt





PRODUTOS LÁCTEOS MAIS SAUDÁVEIS, SABOROSOS E NATURAIS



O Programa Leite de Vacas Felizes corresponde às melhores práticas internacionais para garantir a qualidade e segurança alimentar, o bem-estar animal e o respeito pelo meio ambiente, como forma de garantir a qualidade e a sustentabilidade da produção de leite.

A Fromageries Bel Portugal apresentou, em janeiro de 2015, um programa de sustentabilidade decisivo para o futuro da categoria do seu leite, que teve um forte impacto nos Açores. O Programa Leite de Vacas Felizes (PLVF) surgiu da cooperação entre a Terra Nostra e os seus produtores de leite, promovendo a pastagem das vacas 365 dias por ano.

A pastagem não é o método mais fácil, mas está comprovado cientificamente que o leite de pastagem é nutricionalmente superior ao leite de produção intensiva. Assim, a Terra Nostra diferencia-se e valoriza-se ao oferecer produtos lácteos únicos, mais saudáveis, saborosos e naturais.

O PLVF também traz inovação ao instituir um regime de certificação dos produtores. Para pertencer ao programa, o produtor tem de cumprir um exigente manual de práticas e requisitos – 213 medidas concebidas em torno de cinco pilares: a pastagem, o bem-estar animal, a qualidade e segurança alimentar, a produção sustentável e a eficiência.

A Bel desenvolve vários projetos que visam



Empresa:
**Fromageries Bel
Portugal, S.A.**

Nome do projeto:
**Terra Nostra –
Marca Sustentável**

Data de início:
01/01/2015

Data de conclusão:
31/12/2040

Principais beneficiários da iniciativa: **O planeta (menores emissões de carbono), os nossos animais, produtores e os consumidores em geral.**

promover e otimizar o sistema de produção de leite açoriano baseado nas pastagens, melhorando a qualidade do leite, a eficiência e rentabilidade dos produtores, a sustentabilidade da pastagem, a pegada ambiental e o bem-estar animal. Estes projetos envolvem diferentes universidades e outras entidades com especialidades em áreas distintas, mas complementares. O PLVF valoriza e diferencia a origem açoriana, permitindo um negócio sustentável; criando valor e protegendo os Açores para as futuras gerações.

OBJETIVOS ELEVADOS

O programa tem vindo a conhecer uma evolução contínua, pelo que este ano de 2021 pretende-se atingir os 146 produtores certificados (em 2020 eram 42). Ou seja, para este ano, o objetivo é que 100% do leite usado nos produtos Terra Nostra venha de produtores certificados.

Além da certificação dos produtores, em 2021 ficará concluído o processo de certificação de pastagens biológicas, após dois anos de conversão de terrenos, formação e capacitação



Terra Nostra diferencia-se e valoriza-se ao oferecer produtos lácteos únicos, sendo mais saudáveis, saborosos e naturais.

de produtores. Por último, a certificação em bem-estar animal pela reputada ONG internacional A Greener World, dedicada em exclusivo ao método de pastagem. Uma certificação pioneira em Portugal.

A IMPORTÂNCIA DO ARQUIPÉLAGO NO NEGÓCIO DO LEITE

De forma a reforçar a importância deste programa, explique-se que os Açores asseguram mais de 30% da produção de leite em Portugal. A Bel Portugal recolhe cerca de 40% da produção total de leite em São Miguel, que é recolhido e transformado em queijo, leite UHT e manteiga Terra Nostra, marca líder no mercado de queijo flamengo em território nacional e grande embaixadora da origem Açores.

Em 2015, com uma situação gravosa de excesso de leite e grande aumento de intensidade promocional, a Bel repensou este negócio, acreditando que para manter a competitividade teria de se diferenciar e criar valor para toda a cadeia, do produtor ao consumidor. Foi neste contexto que nasceu o PLVF.



42
produtores certificados;
objetivo é chegar aos
146.

11%
a mais. Os produtores
certificados de leite
de pastagem são
remunerados com mais
11% em relação ao leite
convencional.

32%
mais baixa é a pegada
carbónica do PLVF,
quando comparada com
os sistemas de produção
convencionais.

25%
menor será o impacto
ambiental das
produções leiteiras nos
Açores até 2025.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Erradicar a fome – Ao alcançar a segurança alimentar, melhora-se a nutrição e promove-se uma agricultura sustentável. O leite de pastagem é nutricionalmente superior ao leite com um regime de produção intensiva (qualidades nutritivas superiores em ómega 3 e CLA).



Produção e consumo sustentáveis – O processo de produção, armazenamento e transporte está mais eficiente, pois o leite de pastagem é recolhido em frio e em menos de 24 horas é processado. Este leite é separado do restante e embalado numa nova embalagem produzida com fontes renováveis e uma tampa 100% biológica. O programa também elimina embalagens de fitofármacos em maior segurança. Aumenta-se a eficiência energética através de sistemas de refrigeração e de recuperação de calor que reduzem o consumo energético. Através de um estudo, foi possível concluir que a pegada ambiental de vacas que pastam ao ar livre é 32% menor do que vacas que vivem em regimes intensivos, contribuindo assim para uma produção e consumo mais sustentáveis.



ENSINAR A PROTEGER AS PRAIAS DO PAÍS

Há 16 anos que esta iniciativa promove junto de crianças valores como a segurança, a preservação do ambiente, o respeito pelo outro e o bem-estar nas praias portuguesas de norte a sul do país.



Empresa: **Fundação Vodafone Portugal**

Nome do projeto: **Campanha Verão de Campeão**

Data de início: **01/06/2006**

Data de conclusão: **Não há uma data de conclusão prevista.**

Principais beneficiários da iniciativa: **Crianças e jovens no geral.**

A Fundação Vodafone e o Instituto de Socorros a Náufragos (ISN) desenvolvem desde 2006 a campanha Verão de Campeão, uma iniciativa anual que ocorre durante a época balnear, tendo abrangido diretamente mais de 330.000 crianças entre os 6 e os 12 anos.

Destinada a crianças, esta iniciativa pretende tornar a aprendizagem das mesmas mais contínua e dinâmica, promovendo atividades com várias modalidades de animação no areal das praias e divulgando conteúdos lúdicos e divertidos. Estes podem ser acedidos a partir de qualquer lugar, através da leitura de um QR code integrado nas pulseiras das crianças que participam nas atividades da praia ou através da página da campanha no website da Fundação Vodafone Portugal.

Refira-se que a campanha Verão de Campeão está integrada no programa Praia Saudável. Com 17 anos e um investimento anual de cerca de 1 milhão de euros, o Programa Praia Saudável resultou de um protocolo de cooperação assinado entre a Fundação Vodafone Portugal, a Autoridade Marítima Nacional, a Associação



Todas as dinâmicas realizadas na praia são asseguradas por um grupo de monitores.

Portuguesa do Ambiente, o Instituto Nacional para a Reabilitação e a Associação Bandeira Azul da Europa. Este programa teve início em 2005 e tem como objetivo contribuir para o aumento da segurança nas praias, para a defesa e melhoria da qualidade do seu ambiente, assim como das acessibilidades para pessoas com necessidades especiais.

Voltando à iniciativa Verão de Campeão, todas as dinâmicas realizadas na praia são asseguradas por um grupo de monitores que coordenam os jogos. Paralelamente a estas atividades, desenvolve-se uma campanha de sensibilização nas redes sociais de forma a difundir o propósito deste projeto. Com esta iniciativa pretende-se transmitir às crianças e jovens o melhor modo de conseguir um Verão de Campeão. Para ajudar a passar as várias mensagens de segurança, ambiente e cuidados a ter na praia, em 2019 juntou-se à campanha o Super Onda, uma mascote, que está a ajudar a Fundação Vodafone e o ISN na comunicação com as crianças. Acompanhado de uma coreografia oficial, o hino Verão de Campeão é também uma novidade e uma forma divertida de ensinar às crianças algumas dicas de saúde, acessibilidade e boas práticas ambientais. As dinâmicas realizadas no areal e a campanha de comunicação nas redes sociais são inteiramente desenvolvidas pela Fundação Vodafone e os parceiros, tal como a montagem do espaço afeto ao Verão de Campeão, incluindo tenda, para que as crianças se mantenham à sombra durante a realização dos jogos, e a montagem de insufláveis para algumas dinâmicas. De forma a reforçar a mensagem transmitida ao longo das atividades, as crianças que participam nesta iniciativa recebem merchandising relacionado com as



16
anos de iniciativa.

330.000
crianças foram abrangidas pelo programa Praia Saudável, no qual está integrada a campanha Verão de Campeão.

1
MILHÃO DE EUROS
investidos anualmente no Programa Praia Saudável.

15.530
crianças participaram, em 2019, nas atividades realizadas nos areais de mais de 30 praias de norte a sul do país.



temáticas abordadas, nomeadamente panamás para se protegerem do sol, e alguns panfletos com informação.

Toda a manutenção e alocação dos monitores pelas várias praias é gerida pela Fundação Vodafone, bem como o processo de avaliação de candidaturas dos municípios que pretendem receber esta iniciativa nas suas praias.

EDUCAM-SE MIÚDOS E GRAÚDOS

Com uma abordagem dinâmica, abrangente e divertida, a Campanha Verão de Campeão tem promovido a educação das crianças diretamente, e das respetivas famílias indiretamente, sobre vários temas de sustentabilidade nas zonas balneares portuguesas. Devido à pandemia de covid-19, excecionalmente na época balnear 2020 a campanha foi suspensa, por razões de segurança sanitária, dado que na realização das atividades integradas na campanha é envolvido um elevado número de crianças, em dinâmicas que obrigam a uma grande proximidade entre elas.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

4

Educação de qualidade – Com atividades lúdicas e divertidas, esta campanha pretende captar a atenção das crianças para temáticas da sociedade.

10

Reduzir as desigualdades – Através da abordagem da temática de acessibilidade.

13

Ação climática – Através da abordagem da temática de preservação do ambiente.



LEVAR A ENERGIA PARA O QUOTIDIANO

Um espaço para contar as melhores histórias sobre desenvolvimentos tecnológicos, inovações, desafios e caminhos da transição energética que vão possibilitar viver o futuro de forma sustentável.

O site Energiser foi criado pela Galp com o objetivo de ser a referência das publicações dedicadas à temática da energia e promover a informação e discussão dos temas ligados à nova vivência nas cidades, à descarbonização e à transição energética.

A designação Energiser foi inspirada na forma como a empresa pretende levar a energia para o quotidiano. Um site que reflete a postura e a missão da marca: mostrar a energia da Galp através de temas, palavras e imagens, energizando com eles os seus leitores, e promover o debate sobre temas relevantes para a sociedade centrados na energia e nas pessoas.

Em www.energiser.pt as histórias são apresentadas com uma abordagem gráfica e editorial semelhante à de um site de notícias. Tem novos conteúdos todas as semanas que são partilháveis e são ainda reutilizados na newsletter interna da Galp, que chega a mais de 6.000 colaboradores. Todos os conteúdos



Empresa: **Galp**

Nome do projeto:
**Energiser.pt –
Plataforma online
e revista**

Data de início:
01/01/2019

Data de conclusão:
31/12/2021

Principais beneficiários da iniciativa: **O site é aberto, sendo que o público-alvo estratégico desta publicação são os clientes, parceiros e stakeholders da Galp. O formato foi também adaptado às necessidades do público interno através da criação de uma área reservada aos colaboradores da empresa.**

da plataforma são produzidos em português, inglês e espanhol. A publicação deu também origem a uma revista impressa que é distribuída anualmente.

Para contar da melhor forma as melhores histórias que vão possibilitar viver o futuro de forma sustentável, a abordagem editorial apresenta-se em cinco categorias.

A primeira categoria é Compromisso. Uma área dedicada a projetos que contribuem para um mundo melhor. Este é o compromisso da Galp com as comunidades.

Segue-se a rubrica Energisers, onde se dá espaço à energia das pessoas e a tudo o que são capazes de fazer. Aqui contam-se histórias de visionários e de pessoas inspiradoras com impacto positivo no planeta.

Futuro é a terceira categoria, na qual se abordam as tendências, as ideias inovadoras e os temas para os quais devemos estar preparados para enfrentar.

A Mobilidade é a área para desenvolver o tema das smart cities e os caminhos que levam à evolução das nossas cidades. Por último, Mundo Galp, um espaço reservado aos colaboradores da empresa, que se centra em acontecimentos e ações internas, que alimentam e motivam o espírito de grupo e o trabalho em equipa.



QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



**Energias
renováveis
e acessíveis**



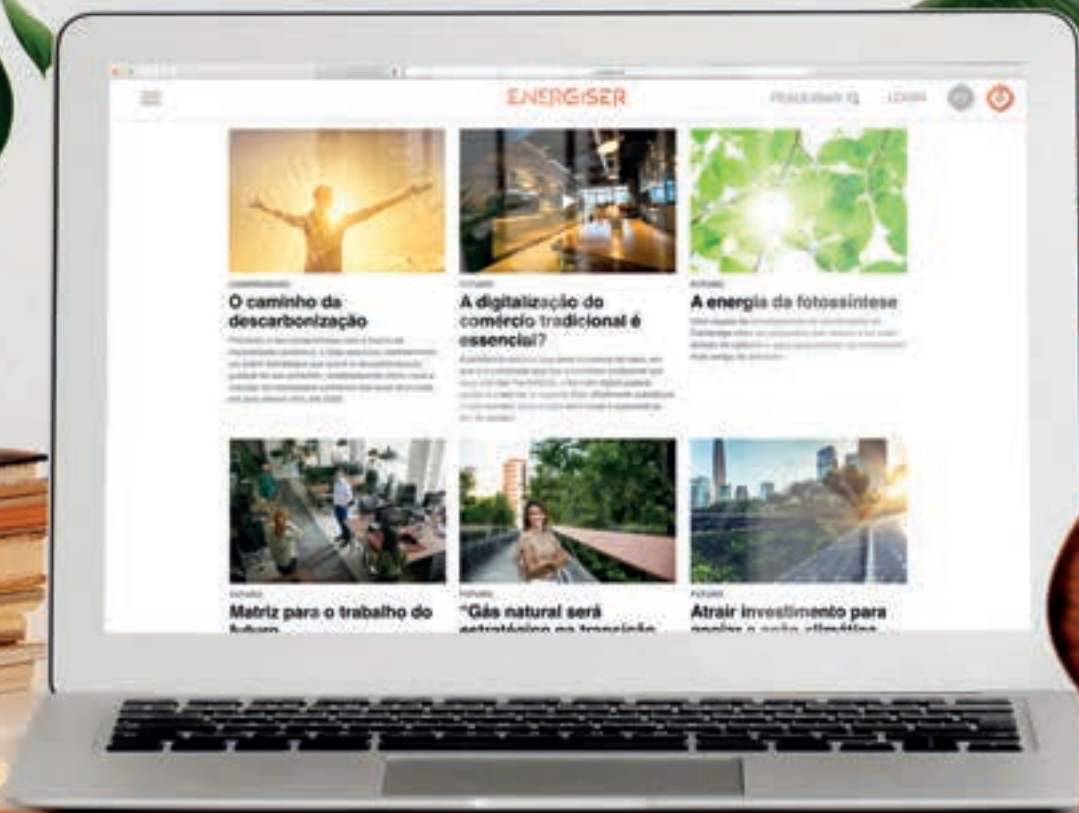
**Indústria,
inovação e
infraestruturas**



**Cidades
e comunidades
sustentáveis**



Ação climática



O mundo da energia? Está todo em **energisier.pt**

Esta é a plataforma que lhe conta todas as histórias e factos, que lhe explica causas e consequências e que o(a) atualiza sobre o mundo da energia, do planeta e da sociedade. Hoje é um bom dia para saber tudo o que está a mudar no mundo.

ENERGISER

galp  energia cria energia
eletricidade · gás · combustível

MOBILIZAR AS ESCOLAS PARA OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Um programa educativo que promove o conhecimento e metodologias de ensino diferentes das tradicionais, disponibilizando às escolas, alunos, professores e público em geral informação sobre temas relacionados com o consumo sustentável de energia e a mudança de comportamentos para a sustentabilidade do planeta.



O Future Up é um movimento social educativo da Galp e da sua Fundação, e um exemplo alinhado com o objetivo de transformação comum e global. Todos os portugueses são desafiados a integrar este movimento de ação para a descarbonização do planeta. De comunidade para comunidade, o Future Up conta com a ação de crianças e jovens, professores, pais, voluntários e parceiros para trazer impacto real positivo à sociedade. A Galp pede aos que querem fazer parte da mudança a aprender, a agir, a ensinar e a participar ativamente nos temas da sustentabilidade, da energia e do planeta, trazendo novas ideias, novas soluções e um novo futuro pela frente.

1,7
MILHÕES
de alunos e
professores
já impactou
o Future Up,
desde 2010, em
mais de 15.800
escolas.

5 MIL
aulas
de energia.
500
voluntários
envolvidos neste
projeto educativo.



**fundação
galp**

Empresa: **Galp**

Nome do projeto:
**Future Up –
Movimento Educativo
Galp**

Data de início:
05/01/2010

Data de conclusão:
Sem data prevista.

Principais beneficiários
da iniciativa:

**Estudantes do
1º ciclo até ao
secundário e
profissional; pais
interessados
nos temas da
sustentabilidade;
professores que
procuram outras
formas de ensino
para os seus alunos
abrirem horizontes;
colaboradores Galp
e pessoas
interessadas em
voluntariado; e
toda a comunidade
envolvente.**

Este programa educativo promove, em parceria com a Junior Achievement Portugal e a Apps for Good, o empreendedorismo nos mais jovens, fornece materiais didáticos para explorarem estes temas e desafia a comunidade a fazer a sua parte pelo planeta, através do reconhecimento de projetos e das ideias mais inovadoras que se desenvolvem nas escolas portuguesas.

Além da componente pedagógica e da disponibilização dos conteúdos, do envolvimento de pessoas qualificadas no programa através de formação e voluntariado, o Future Up cultiva ainda a inovação nos mais novos através de financiamento aos melhores projetos desenvolvidos nas escolas portuguesas que tenham por base os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



**Energias
renováveis
e acessíveis**



**Produção
e consumo
sustentáveis**



Ação climática



**Proteger a vida
marinha**

A sua energia muda tudo

Hoje é um bom dia para mudar.

Para virar a página e focar a energia nas famílias e nas gerações futuras.

Em novos hábitos. Para criar um Mundo 100% sustentável e cada vez mais verde.

A transição está na energia de cada um de nós, nos pequenos gestos de todos os dias e numa marca que quer estar sempre ao lado de quem muda, para, juntos, sermos mais felizes.

Descubra tudo em **galp.com**

Member of

**Dow Jones
Sustainability Indices**

Powered by the S&P Global CSA





UMA VIDA SUSTENTÁVEL AO ALCANCE DE QUALQUER UM

Ser mais sustentável não tem de ser caro, nem exigir mais esforço.
Pequenas mudanças nos hábitos diários fazem a diferença e criam grande impacto no planeta e na carteira.



**Ser mais sustentável
não tem de ser caro,
nem exigir mais esforço.**

No ano passado, a IKEA desenvolveu uma campanha para democratizar o design. “Todos temos o Direito ao Design” foi uma comunicação orientada a todos os portugueses, reforçando o compromisso da marca em reduzir preços nos artigos mais desejados pelos consumidores e facilitando o acesso a todas as classes sociais. Em 2021, a campanha continua, mas centra todo o esforço de comunicação num dos pilares do design democrático da IKEA: a sustentabilidade. O foco da campanha é essencialmente na área ambiental, destacando os hábitos de vida em casa como a redução do desperdício alimentar; a redução da fatura e consumo energético; a redução do consumo de água e aproveitamento de produtos; o upcycling; a reciclagem; a cozinha saudável e a adoção de estilos de vida mais saudáveis.

Ser mais sustentável não tem de ser caro, nem exigir mais esforço. Esta é a barreira que a IKEA quer combater, pela maneira como posiciona o tema no mercado e pela forma como faz diferentes investimentos enquanto empresa para garantir que assim o é. Por uma questão de responsabilidade, a IKEA acredita que deve

34%
das vendas totais em
Portugal são artigos que
permitem uma vida mais
sustentável em casa.

60%
do investimento do
orçamento de marketing
é reservado para a
campanha anual.

alertar a sociedade e desenvolver consciências para este tema, tanto para outras empresas, como junto dos consumidores, influenciando os seus hábitos na vida e o dia a dia em casa. Deste modo, a IKEA iniciou este ano fiscal, no passado dia 1 de setembro, com uma forte ativação de marca em todos os canais de comunicação no país e assim pretende continuar durante este ano e pelos seguintes.

PEQUENAS MUDANÇAS, GRANDE IMPACTO!

A empresa quer, ao ritmo de cada consumidor, mostrar que são os pequenos passos que fazem a diferença. Os estudos de mercado revelam que os portugueses têm interesse pelo tema da sustentabilidade. Não obstante, apontam algumas barreiras para não conseguirem ter uma vida mais sustentável, nomeadamente a complexidade, o investimento financeiro extra e o não saber como começar ou como fazer. A IKEA pegou nestas três barreiras e desenvolveu a sua campanha anual, respondendo a estes desafios com soluções e ideias para que os portugueses possam ter um quotidiano mais sustentável.

A IKEA desenvolveu uma casa mais sustentável nas lojas e o site, onde mostrou que, com pequenas mudanças, se pode poupar até 500 euros por ano.

A IKEA deu início a este movimento com os seus clientes – três famílias reais em Portugal, cada uma com o seu desafio de sustentabilidade, e onde ficou provado que com pequenas mudanças é possível, de facto, criar um grande impacto. Desenvolveu uma casa mais sustentável nas lojas físicas e o site, onde mostrou que, com pequenas mudanças, se pode poupar até 500 euros por ano. Após, convidou influenciadores digitais, que passaram a palavra a mais consumidores, mostrando que facilmente e de forma acessível se pode fazer a diferença.

Tudo efetuado externamente, foi replicado internamente, junto dos maiores embaixadores da marca: os seus colaboradores. Desde as intervenções em casas de colaboradores, a vídeos de sensibilização em TikTok e Reels de Instagram, mais uma vez reforçando que o tema é divertido e não precisa de ser demasiado técnico ou complexo.

INVESTIMENTO AVULTADO

Esta campanha anual tem uma grande importância para a marca. A IKEA coloca 60% do seu investimento de orçamento de marketing na campanha, o que por si só mostra o compromisso em ter na sustentabilidade um peso importante na sua identidade. A empresa acredita que, com os resultados obtidos apenas nestes meses, já está a conseguir um impacto junto da sociedade e uma adesão com impacto positivo também no negócio. Registe-se que a lista de produtos que permitem uma vida mais sustentável em casa representa mais de 30% das vendas totais da IKEA em Portugal.



Empresa:
IKEA Portugal

Nome do projeto:
Comunicação de Sustentabilidade como prioridade na IKEA

Data de início:
01/08/2020

Data de conclusão:
31/07/2021

Principais beneficiários da iniciativa: **Todas as classes sociais, já que a IKEA é uma marca focada em chegar à maioria das pessoas, de forma a democratizar um estilo de vida mais saudável e sustentável.**

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

7

Energias renováveis e acessíveis – Gama LED, indução, lançamento da gama de painéis solares (em breve). E consciencialização para a utilização destas energias renováveis.

8

Trabalho digno e crescimento económico – Produção da gama IKEA e impacto positivo nas comunidades – comunicação desses exemplos.

11

Cidades e comunidades sustentáveis – Apelo a uma sociedade portuguesa com maior consciência e famílias com estilo de vida mais sustentável.

12

Produção e consumo sustentáveis – A IKEA comunica a forma como desenvolve e produz a sua gama de artigos e como podem os consumidores ter práticas de consumo mais sustentáveis.

13

Ação climática – Conselhos práticos com impacto no tema das alterações climáticas.





ACABAR COM O PRECONCEITO DE ÁGUA DA TORNEIRA

Incentivar o consumo de água da torneira e consciencializar o público para a importância do uso eficiente deste recurso cada vez mais escasso é a função desta campanha na qual participam população, veraneantes, associações ambientalistas e comunidade escolar.

Com a seca e a consequente problemática da escassez de água, inerentes às alterações climáticas, a Inframoura – Empresa de Infraestruturas de Vilamoura, E.M. decidiu criar um Plano de Comunicação da Campanha da Água, que começou em julho de 2019.

O plano é um conjunto de diversas ações de comunicação com o objetivo de desmistificar e desconstruir o preconceito relativo ao consumo de água da torneira e afirmar a preocupação ambiental e a assertividade de atuação necessária no tema da água.

Para levar a cabo esta missão, a empresa municipal de gestão do território realizou diversas atividades e ações de comunicação e de sensibilização, recorrendo a uma forte integração e interação com a sociedade e com a comunidade local residente, turística e escolar.

No total, foram planeadas e desenvolvidas nove ações de comunicação no âmbito deste projeto. Foram criados e divulgados comunicados de imprensa decorrentes das ações e iniciativas efetuadas e desenvolvidas notícias que foram difundidas para a imprensa regional para atingir maior alcance junto da população.

Em agosto de 2019 fez-se uma prova cega de consumo de água em Vilamoura, quando o território regista elevada afluência de proprietários e turistas, elevando o espetro do resultado. Esta ação permitiu analisar e compreender o comportamento da população e promoveu a mudança de hábitos no consumo consciente de água.

A criação de um rótulo para a água da torneira de Vilamoura, em que está discriminada a composição da água, para que os consumidores possam comparar as suas características com outras águas engarrafadas, foi outra das ações da campanha. O rótulo é atualizado e divulgado trimestralmente.



Realizou-se uma prova cega de consumo de água, em agosto, quando Vilamoura regista elevada afluência de proprietários e turistas, aumentando o espetro dos resultados.

Foram partilhadas e divulgadas nas redes sociais as ações e as iniciativas desenvolvidas no âmbito do Plano de Comunicação da Campanha da Água, com o objetivo de reforçar o apelo à responsabilidade ambiental. Realizaram sondagens e inquéritos à população, em vários momentos da campanha para avaliar o consumo de água da torneira em Vilamoura e foi efetuada uma ação de sensibilização em parceria com a associação ambientalista Almargem e com o Colégio Internacional de Vilamoura. Os principais objetivos do projeto foram a aferição de comportamentos, a desmistificação de receios e a envolvimento de toda a comunidade escolar sobre a problemática da água. A comunidade escolar constitui-se como um potencial e desafiante público no que concerne à disseminação da mensagem, incutindo nos seus círculos familiares a responsabilidade social e ambiental. Até julho deste ano, os 13 mil clientes da



15

mil clientes da
InfraMoura.

339.775

foi o alcance do filme
"A Água, o que mais
importa" – por Ruy de
Carvalho, partilhado
nas redes sociais.

InfraMoura vão receber mensalmente, com a fatura da água, bandas desenhadas relacionadas com a temática da poupança e do uso eficiente da água. Esta iniciativa constitui-se como o resultado do desafio lançado pela InfraMoura aos alunos do Colégio Internacional de Vilamoura.

Em parceria com a Câmara Municipal de Loulé, desenvolveu-se um jogo de tabuleiro alusivo à temática da água, energia, biodiversidade e ambiente em geral.

Foi criado um vídeo geral da campanha, com os momentos e ações do Plano de Comunicação, tendo sido divulgado a 23 de março de 2020, Dia Mundial da Água.

Também no vídeo, foi igualmente "rodado" o filme "A Água, o que mais importa" – por Ruy de Carvalho. O filme conta uma história sobre a água, através dos olhos de um artista de grande relevância no mundo cultural português, que pelas suas palavras sensibiliza os espectadores para a poupança e gestão eficiente deste recurso.

Estes números são referentes ao período de 14 a 20 de agosto passado. Também nessas datas o filme teve 545.107 impressões, 5.120 cliques, 251.083 interações com a publicação, 566 reações à publicação e 470.520 reproduções de vídeo.



Empresa: **InfraMoura,**
Empresa de
Infraestruturas de
Vilamoura, E.M.

Nome do projeto:
Plano de
Comunicação da
Campanha da Água
da InfraMoura

Data de início:
01/07/2019

Data de conclusão:
31/08/2021

Principais beneficiários da iniciativa: **Os residentes e turistas de Vilamoura, operadores turísticos, restauração e unidades hoteleiras da região, comunidade escolar, líderes de opinião, opinião pública e comunicação social.**

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

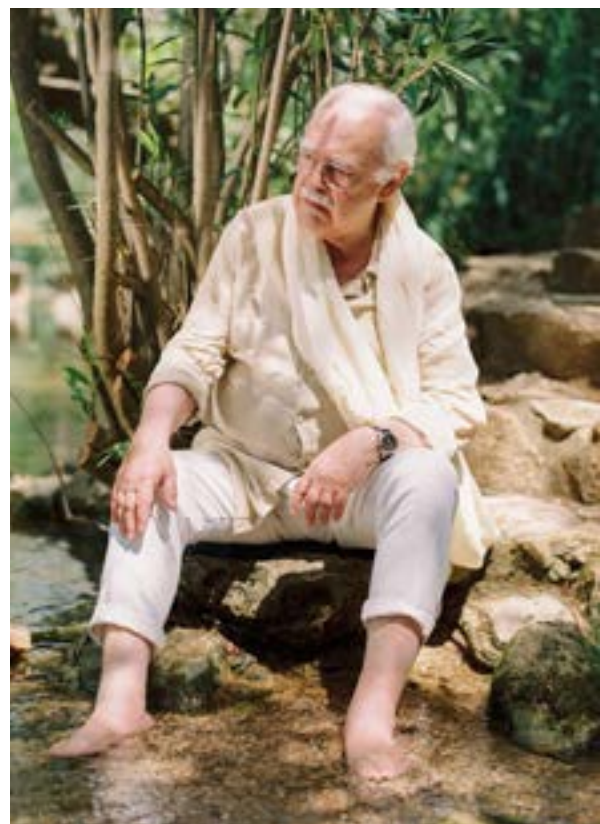


Água potável e saneamento

– A gestão do setor de abastecimento de água tem como prioridades a garantia do serviço de abastecimento da água, da qualidade e segurança deste recurso.



Ação climática – As boas práticas adotadas pela empresa visam transmitir princípios e envolver a população no desafio do combate às alterações climáticas.





PROMOVER ESTILOS DE VIDA SUSTENTÁVEIS DE UMA FORMA DIVERTIDA

Dirigido aos alunos do 1º ciclo do ensino básico de Portugal continental, o projeto Turma Imbatível tem como objetivo sensibilizar as crianças para a mudança de atitudes, a importância da alimentação saudável e a sustentabilidade. Um contributo para uma sociedade mais informada e responsável.

No ano letivo 2016/2017, nasceu a Turma Imbatível, dando continuidade a uma parceria de longa data do Lidl com a Direção-Geral da Saúde e com a Direção-Geral da Educação. No último ano letivo (2019/2020), a Turma Imbatível voltou às escolas num formato inovador: uma peça de teatro interativa – “Turma Imbatível – Uma Aventura e Peras!” –,



centrada na ‘viagem’ da pera-rocha do Oeste. Tão saudável quanto nacional, a pera-rocha mostrou às crianças o impacto de uma alimentação sustentável para o planeta, abordando temas como a alimentação saudável, a cadeia de valor e a certificação dos alimentos, a economia circular e o consumo responsável.



87.000

alunos do 1º ciclo (e 612 escolas) já foram impactados pelos projetos nas escolas do Lidl, desde 2011.

8.000

alunos participaram na peça de teatro interativa “Turma Imbatível – Uma Aventura e Peras!”.

64

escolas do 1º ciclo foram visitadas a nível nacional (onde foi apresentada a peça).

A iniciativa contou com o apoio da Direção-Geral da Educação, da Direção-Geral da Saúde, da Agência Portuguesa do Ambiente e da Associação Nacional de Produtores de Pera Rocha. Através desta peça de teatro, foi possível demonstrar o impacto e a interdependência entre os diversos temas de sustentabilidade – a cadeia de valor da pera-rocha do Oeste, como exemplo prático de todo o processo desde que a pera é colhida até chegar às nossas casas. Além da peça de teatro, foram desenvolvidos vários conteúdos para as crianças: histórias, vídeos, exercícios e materiais de apoio para os professores. Através destes conteúdos, adaptados aos interesses e idade do target, foi possível sensibilizar mais de 14.000 crianças para temas de sustentabilidade.

PANDEMIA TROUXE NOVOS DESAFIOS

Depois do sucesso da peça de teatro interativa, este projeto reforçou a sua presença no online para chegar a todos os alunos e combater os desafios trazidos pela pandemia, em todo o país. Com o objetivo de continuar a promover a mudança de comportamentos e garantir que o projeto continuava a chegar às crianças, a Turma Imbatível desenvolveu mais conteúdos pedagógicos e alterou a sua estratégia para se tornar mais digital e acessível para todos. Nesse sentido, foram desenvolvidos oito vídeos lúdicos e didáticos com os atores da peça de teatro, que explicam os conceitos do projeto de forma divertida. Estes vídeos foram disponibilizados aos pais das crianças, através das redes sociais do Lidl (Facebook, Instagram

7.000

alunos do 1º ciclo receberam o Caderno de Histórias e Desafios.

290.957

visualizações dos oito vídeos publicados no site e redes sociais.

20 MIL

visitas ao site da Turma Imbatível.



Empresa: **Lidl Portugal**

Nome do projeto:
Turma Imbatível

Data de início:
06/01/2020

Data de conclusão:
26/10/2020

Principais beneficiários da iniciativa: **As crianças de 1º ciclo das escolas portuguesas. Por ser um projeto inclusivo, todos os anos o Lidl visita escolas de todos os distritos de Portugal continental, mesmo as mais pequenas e em zonas mais remotas. Garantem-se assim visitas a escolas no interior, em zonas suburbanas com maior risco de exclusão e pobreza, chegando a crianças que não têm tanto contacto com este tipo de iniciativas. 98% das escolas visitadas são públicas.**

e Youtube) e da página do projeto.

Para potenciar a sensibilização dos pais e posterior educação dos mais novos, foram também publicados vários posts nas redes sociais, com dicas e truques que podem ser feitos em família, promovendo hábitos sustentáveis. Reforçou-se ainda a quantidade de fichas de atividades da Turma Imbatível, para que todos os conteúdos lecionados em escola continuassem a chegar aos alunos, mesmo que em confinamento. Para assegurar que os conteúdos estavam disponíveis para todos, foram enviados e-mails aos professores, solicitando o reencaminhamento para as crianças que, devido à pandemia, estavam em regime de teleescola.

Na impossibilidade de o projeto Turma Imbatível regressar presencialmente às escolas devido à crise pandémica, e para as crianças continuarem a ter acesso aos seus conteúdos lúdicos e didáticos, o Lidl desenvolveu um Caderno de Histórias e Desafios da Turma Imbatível (impresso em papel FSC), que distribuiu por ocasião do Dia Mundial da Alimentação. Estes cadernos estão também disponíveis gratuitamente na página da Turma Imbatível, para assegurar a acessibilidade a todo o país.

Com estas adaptações do projeto, a Turma Imbatível atingiu na edição 2019/20 os resultados previstos.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

3

Saúde de qualidade

4

Educação de qualidade

11

Cidades e comunidades sustentáveis

12

Produção e consumo sustentáveis

17

Parcerias para a implementação dos objetivos



RECICLAR EM BELEZA

Sensibilizar os consumidores portugueses para a importância da reciclagem, ensinando como colocar as embalagens de cosméticos nos ecopontos corretos.

A plataforma educativa digital Reciclar em Beleza surgiu com o objetivo de proporcionar aos consumidores e stakeholders da L'Oréal Portugal, uma forma clara e ilustrativa de informar como podem separar corretamente as embalagens de produtos cosméticos consciencializando a adoção de comportamentos mais sustentáveis e sensibilizando para a importância da reciclagem.

O conteúdo desta plataforma, inserida dentro do site loreal.com, foi criado em parceria com a Sociedade Ponto Verde, que certificou que todas as instruções estão corretas e adaptadas à realidade nacional. A Sociedade Ponto Verde partilha igualmente as informações na sua própria plataforma digital.

Depois de os conteúdos estarem disponíveis online, a L'Oréal Portugal lançou comunicados de imprensa contextualizando e apresentando

L'ORÉAL PORTUGAL

Empresa:
L'Oréal Portugal

Nome do projeto:
Reciclar em Beleza

Data de início:
27/10/2020

Data de conclusão:
31/12/2021

Principais beneficiários da iniciativa: **O grupo de beneficiários estende-se a todos os stakeholders da L'Oréal Portugal.**

a iniciativa, remetendo os leitores para a página online na qual encontram toda a informação. Para fechar o ciclo comunicacional, seguiu-se uma comunicação proativa nas redes sociais.

INFLUENCIADORES DÃO A CONHECER A INICIATIVA

Posteriormente, a L'Oréal Portugal lançou uma inovadora campanha de ativação com influenciadores para potenciar a disseminação da iniciativa pelo público português. Nesta campanha enviaram um kit a mais de 50 influenciadores de produtos de várias das

A parceria com a Sociedade Ponto Verde garante que todas as instruções estão corretas e adaptadas à realidade nacional.





suas marcas, cuja pegada sustentável foi significativamente melhorada, acompanhados de um saco de algodão certificado fairtrade, no qual se encontravam impressas instruções de separação categorizadas por tipologia de embalagem e ilustradas por imagens dos produtos.

A seguir aos envios dos kits aos influenciadores, a L'Oréal Portugal procedeu a uma dinâmica de "giveaway" nas redes sociais, baseada num concurso, no qual ofereceram cinco kits a cinco participantes elegíveis – que seguiram a página, partilharam o conteúdo na sua própria página e identificaram três

50

influenciadores vão ajudar a disseminar a iniciativa pelo público português.

A L'Oréal está a aumentar a transparência da informação e consciencialização dos temas de sustentabilidade, com informação sobre a importância da reciclagem e separação das embalagens nos ecopontos corretos.

amigos nos comentários –, e que foram escolhidos aleatoriamente. Esta dinâmica potenciou o alcance da iniciativa e incentivou os consumidores da L'Oréal Portugal a partilhar o conteúdo nas suas próprias redes, aumentando o engagement do público.

No futuro, esta iniciativa fará parte de campanhas de comunicação, incluindo campanhas publicitárias, das marcas L'Oréal, o que irá multiplicar o alcance da informação, atingindo um público mais extenso e diversificado.

RECICLAR EM BELEZA FAZ PARTE DE UMA ESTRATÉGIA MAIOR

A iniciativa está integrada no programa de sustentabilidade do Grupo L'Oréal – L'Oréal for the Future. Este programa possui três pilares, um dos quais é capacitar o seu ecossistema empresarial, incluindo os consumidores, fornecedores e as comunidades, auxiliando a transição para um mundo mais sustentável. É neste pilar que se enquadra o Reciclar em Beleza.

A L'Oréal está a aumentar a transparência da informação e consciencialização dos temas de sustentabilidade. Na empresa, acreditam que quanto mais se souber, melhor se pode agir. Ao ajudar os consumidores a separar corretamente, em casa e em qualquer lugar, contribuem para melhorar o processo de reciclagem e a qualidade dos materiais reciclados. É o contributo da L'Oréal para fazer uma grande diferença para o planeta e para o bem-estar atual e das gerações futuras.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

12



Produção e consumo sustentáveis – Até 2030, reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reutilização.



MUDANÇA DE COMPORTAMENTO EM AMBIENTE HOSPITALAR

O Sustainable Communication is an Action desenvolve diversas ações para motivar os stakeholders da entidade a mudar comportamentos na utilização de energia, água e papel.

O movimento Sustainable Communication is an Action começou internamente na Lusíadas Saúde em julho de 2020, com a oportunidade de compra de energia 100% verde a dois anos. Esta oportunidade surgiu por iniciativa de uma colaboradora da área logística da Lusíadas Saúde, que face à aposta da empresa em projetos sustentáveis, rapidamente identificou a oportunidade para fazer a diferença.

A importância do conceito de sustentabilidade gerou uma poupança de energia de fontes não renováveis equivalente à utilizada por uma cidade média em Portugal durante um ano. Esta foi a base para a Lusíadas Saúde criar o movimento Sustainable Communication is an Action e utilizar a sua comunicação empresarial para motivar os stakeholders a serem mais sustentáveis.

Defende-se que o caminho para a sustentabilidade se inicia no processo de conhecimento deste conceito, passando para um segundo momento, em que o indivíduo começa



Empresa: **Lusíadas Saúde**

Nome do projeto: **Sustainable Communication is an Action**

Data de início: **01/07/2020**

Data de conclusão: **31/12/2021**

Principais beneficiários da iniciativa: **Sociedade portuguesa em geral.**

a pensar no conceito inserido nas suas próprias ações e processos. É esse o caminho que a Lusíadas Saúde propõe aos seus Colaboradores, assim pretende alargar aos seus clientes, para que estes conheçam e valorizem o tema em âmbito hospitalar, ao mesmo tempo que introduz o debate com os seus parceiros e prestadores de serviço, tornando esta uma realidade no âmago de qualquer questão.

COMUNICAÇÃO SUSTENTÁVEL É UMA AÇÃO

Cientes de que estão a dar os primeiros passos, desde junho que a comunicação Lusíadas, interna e externa, assenta em dois pilares: a literacia em saúde, que ganha especial importância no momento pandémico que atravessamos, realçando a importância da comunicação verdadeira com vista à ação informada e à quebra com a cultura do medo ou da inconstância. Por outro lado, a sustentabilidade enquanto responsabilidade de todos, independentemente do momento.

PASSOS DADOS

O Sustainable Communication is an Action já levou a cabo diversas ações. A divulgação de vídeos sobre a utilização de energia, água e resíduos em contexto hospitalar teve um alcance médio de 16 mil visualizações no Instagram Lusíadas.

Foi colocada sinalética alusiva a ações sustentáveis em todos os pontos de utilização de energia e água, bem como de utilização de papel no Hospital de Cascais. Da avaliação qualitativa realizada, tanto colaboradores como utentes repensaram a sua ação no momento de utilização dos recursos, acabando por se refletir nos gastos destes em comparação ao mês anterior.

A temática foi também centro de ações de team building, como é exemplo a plantação de árvores que teve o objetivo de diminuir a pegada ecológica do último Lusíadas Clinical Summit. Por último, foi ainda desenvolvido um Stamp (Sustainable Communication is an Action) com o objetivo de criar um grupo de empresas que inicie este caminho da comunicação para a sustentabilidade com a Lusíadas, com o objetivo de alterar o paradigma da importância da sustentabilidade para a sociedade.

10
vídeos.

16.000
visualizações no
Instagram.

**Para diminuir a
pegada ecológica
do último Lusíadas
Clinical Summit,
foi promovida
uma ação de
team building
que consistiu
na plantação de
árvores.**

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

3 

Saúde de qualidade – No sentido em que a influência da comunicação para a sustentabilidade na área da saúde impacta positivamente a capacidade deste setor de continuar a operar e aumentar a sua área de influência com processos menos custosos, assegurando cobertura universal, proteção de risco financeiro e acesso à saúde.

6 

Água potável e saneamento – Ao promover, apoiar e fortalecer a participação das comunidades locais para melhoria da gestão da água e do saneamento.

7 

Energias renováveis e acessíveis – Alerta para a necessidade e aumento de utilização das energias renováveis e eficiência energética.

11 

Cidades e comunidades sustentáveis – Tenta promover e reunir esforços com vista à construção sustentável e apoio de relações positivas, económicas, sociais e ambientais entre áreas urbanas.

12 

Produção e consumo sustentáveis – Pretende promover o alcance da gestão sustentável e o uso eficiente dos recursos naturais.

13 

Ação climática – Promove o reforço e a integração de medidas relacionadas com alterações climáticas nas políticas e estratégias corporativas.

17 

Parcerias para a implementação dos objetivos – Pretende influenciar o desenvolvimento tecnológico, o comércio e as parcerias de impacto e interações consideradas entre os atores da "innovation helix framework".



BANDEIRA VERDE, UM COMPROMISSO PELA SUSTENTABILIDADE

Numa altura em que o mundo parou, em que reaprendemos a viver em sociedade e a valorizar o que é importante, as autarquias que promovem a adoção de boas práticas de sustentabilidade assumem-se, cada vez mais, como atores chave no desenvolvimento socioeconómico e ambiental dos seus territórios.



Num projeto único em Portugal, o MEO e a ABAE unem-se agora para a promoção de um movimento que visa galardoar anualmente os municípios e bienalmente as freguesias com as melhores práticas de sustentabilidade: Bandeira Verde.

A Bandeira Verde identifica e reconhece as boas práticas de sustentabilidade dos territórios em Portugal. Desafia as entidades governamentais e a população em geral a projetar a construção de um futuro melhor.

BANDEIRA VERDE: ECOXXI

Pretende anualmente identificar, reconhecer e galardoar os municípios com boas práticas de sustentabilidade e com políticas e ações em torno de 21 indicadores e mais de 65 subindicadores, motivando, desta forma, os municípios e cidadãos para a importância do seu envolvimento no processo de transição para uma sociedade mais responsável e sustentável.

BANDEIRA VERDE: ECO-FREGUESIAS XXI

Tem como finalidade incrementar a sustentabilidade a nível local, valorizando os processos de cidadania participativa e reconhecendo as freguesias que melhor qualidade de vida oferecemos aos seus habitantes. Assente em 10 requisitos de sustentabilidade.



Empresa:
ABAE e MEO

Nome do projeto:
Bandeira Verde

Data de início:
01/01/2020

Data de conclusão:
Não há uma data de conclusão prevista.

Principais beneficiários da iniciativa:
População em geral.

FAZ DO VERDE A TUA BANDEIRA

Está na hora de desafiar os territórios portugueses a evoluírem e assumirem compromissos ambiciosos com o futuro. Hasteamos bandeiras para marcar o território e assinalar conquistas. E agora surge a Bandeira verde, que simboliza o triunfo do planeta e homenageia os territórios com mais mundo, aqueles onde a sustentabilidade habita, onde o verde brilha num tom mais forte e em que ninguém deixa o futuro para amanhã.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Erradicar a pobreza



Cidades e comunidades sustentáveis



Produção e consumo sustentáveis

Além destes, os programas estão em linha com mais **12 ODS** da Agenda 2030. A saber: **ODS 2, ODS 4, ODS 5, ODS 6, ODS 7, ODS 8, ODS 9, ODS 10, ODS 13, ODS 15, ODS 16 e ODS 17.**

FAZ DO VERDE A TUA BANDEIRA.

A **BANDEIRA VERDE** reconhece as boas práticas de sustentabilidade dos territórios em Portugal, distinguindo os municípios (ECOXXI), as freguesias (Eco-Freguesias XXI) e os destinos turísticos (Green Destinations) que fazem parte deste movimento de mudança. Desafia cada comunidade a projetar a construção de um futuro melhor.

A transformação para um mundo mais sustentável está nas nossas mãos!

SAIBA MAIS EM
BANDEIRAVERDE.PT



ABAE
ASSOCIAÇÃO BANDEIRA AZUL DA EUROPA

MEO
HUMANIZA-TE



RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE FOMENTA BOAS PRÁTICAS DE BANCA RESPONSÁVEL

O documento é elaborado de acordo com os principais referenciais de boas práticas de divulgação de informação não financeira, garantindo a transparência, o rigor e o detalhe exigidos por frameworks internacionais de sustentabilidade.

O Millennium bcp publica anualmente, desde 2004, relatórios de sustentabilidade, produzidos de forma autónoma e complementar à informação não financeira incluída no Relatório e Contas do Banco. A informação de sustentabilidade é veiculada através de canais e formatos adaptados às necessidades dos vários grupos de stakeholders, de que se destacam: o Relatório de Sustentabilidade 2019; o Microsite – Relatório de Sustentabilidade 2019; o Relatório de Progresso sobre o Contributo do BCP para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas; e a Secção de Sustentabilidade do site do Millennium bcp, que é um agregador de conteúdos.

O Relatório de Sustentabilidade, o Relatório de Progresso sobre o contributo do Millennium bcp para os ODS e as outras peças de comunicação associadas fornecem uma visão global do desempenho do grupo nas dimensões económica, social e ambiental, mas também o detalhe relativo a cada uma das suas operações, Portugal, Polónia, Moçambique e Suíça.

Este documento é elaborado de acordo com os principais referenciais de boas práticas de divulgação de informação não financeira, garantindo a transparência, o rigor e o detalhe exigidos por estes frameworks internacionais de sustentabilidade, nomeadamente os aplicáveis ao setor financeiro.

Representando um dos canais de comunicação utilizados para o envolvimento do Grupo BCP com colaboradores, clientes, acionistas, fornecedores, media e demais stakeholders,

18

RELATÓRIOS.

Este ano, o banco publica o seu 18.º documento de sustentabilidade com informação não financeira.

o relatório é também desenvolvido com base nas suas exigências, ambições e expectativas, traduzidas numa matriz de materialidade, promovendo um diálogo contínuo e consequente com repercussão na informação a divulgar.

TRÊS EIXOS DE ATUAÇÃO

O principal objetivo das políticas de sustentabilidade adotadas pelo banco, e que fomentam uma cultura de responsabilidade social, tem sido influenciar positivamente a proposta de valor da organização a longo prazo, em equilíbrio com o bem-estar das pessoas, da empresa e das comunidades em que está inserida e com a preservação dos recursos naturais, da biodiversidade, do clima e do meio ambiente.





Neste contexto, o banco divide a sua intervenção em três eixos fundamentais: ambiental, social e económico ou governo corporativo.

O objetivo do eixo ambiente é implementar medidas que fomentem a transição justa e inclusiva para um modelo de desenvolvimento económico descarbonizado, incluindo a incorporação da vertente ambiental nos modelos de risco do banco e na oferta de produtos e serviços. Também na vertente operacional, o banco monitoriza, entre outros indicadores, a pegada ecológica por colaborador, o consumo de energia e a emissão de CO₂.

O eixo social tem como missão envolver a comunidade externa com a comunidade interna, com informação sobre parcerias feitas com ONG, IPSS e voluntariado; literacia financeira; Fundação Millennium bcp – Cultura, Ciência e Solidariedade Social.

Na dimensão económica e de governo, o objetivo é a integração dos princípios de sustentabilidade nos processos de decisão do banco. Informação sobre a rede Millennium; segurança de informação; inovação; relação com os acionistas; condições laborais e direitos humanos, entre outros exemplos.

COMUNICAÇÃO SINGULAR

A informação que consta no relatório reúne três requisitos essenciais que lhe conferem uma aceção única e distintiva. A transparência e o escrutínio, uma vez que todos os dados e informações são verificadas e auditadas por

Millennium
bcp

Empresa:
Banco Comercial Português, S.A. (Millennium bcp)

Nome do projeto:
Compromisso com as Pessoas e com Futuro – Comunicação de Sustentabilidade Millennium bcp

Data de início:
01-06-2020

Data de conclusão:
31-12-2020

Principais beneficiários da iniciativa:
Os stakeholders do Millennium bcp.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Erradicar a pobreza



Educação de qualidade



Igualdade de género



Energias renováveis e acessíveis



Trabalho digno e crescimento económico



Reduzir as desigualdades



Ação climática



Proteger a vida terrestre



Parcerias para a implementação dos objetivos



2015

O relatório deste ano foi dos primeiros a incorporar a relação da atividade do banco com os ODS das Nações Unidas.

entidade externa e independente, refletindo o compromisso da empresa com os princípios de negócio responsável na relação com as partes interessadas. O posicionamento genuíno, em que os temas e requisitos de Sustentabilidade têm uma presença clara e inequívoca no propósito, estratégia, processos, práticas e proposta de valor da empresa. Por último, um exemplo referencial e mobilizador para com todos os stakeholders, por forma a constituir-se como um catalisador de novos paradigmas de desenvolvimento económico, social e ambiental, sustentáveis, inclusivos e resilientes.



LOUSÃ INVESTE EM RECICLAGEM

Projeto Lousã Recicla + tem sensibilizado adultos e crianças residentes no concelho para a importância da prevenção e redução da produção de resíduos e preparação para reutilização e reciclagem.

Implementado em 2017, o projeto Lousã Recicla + compreende um conjunto de ações que têm como objetivo a sensibilização e educação ambiental para a prevenção e redução da produção de resíduos e preparação para reutilização e reciclagem. Destas ações destacam-se as diversas formações e workshops dirigidos a vários públicos, com especial incidência no que está em idade escolar. Para levar a cabo esta iniciativa, a Câmara Municipal da Lousã (CML) realizou, nos últimos anos, diversos investimentos no âmbito de projetos financiados pelo Programa Operacional da Sustentabilidade e Eficiência no Uso de Recursos (POSEUR) na área da Promoção da Reciclagem Multimaterial e Orgânica de Resíduos Urbanos. Investiu em equipamentos

72 kg
anuais por habitante foi o
valor atingido na recolha
seletiva em 2019.

83%
foi a preparação
de resíduos para
reutilização e reciclagem
em 2019.

com vista ao aumento da quantidade e qualidade da reciclagem multimaterial. Em 2018, foram disponibilizadas 43 novas baterias de ecopontos, de forma a tornar a cobertura deste serviço mais satisfatória e foi adquirida uma nova viatura de recolha de resíduos, adaptada aos novos ecopontos subterrâneos. Como peça estruturante, e com impacto regional, foi construído o Ecocentro Municipal. Trata-se de uma estrutura padrão para a deposição voluntária de várias frações valorizáveis de resíduos urbanos como vidro, papel, embalagens, e por outros sistemas gestores dos vários fluxos a nível nacional – Resíduos de Equipamentos Elétricos e Eletrónicos (REEE), pilhas, óleos e não só. Foi também criado o Programa de

Compostagem Doméstica. Este programa consistiu na disponibilização de 200 compostores a residentes no concelho com espaço exterior nas suas habitações que permite a prática de compostagem, com o objetivo de desviar do aterro cerca de 95 toneladas de resíduos urbanos biodegradáveis por ano. Este programa teve uma aceitação extraordinária da população residente e despertou a problemática da gestão de Resíduos Urbanos Biodegradáveis (RUB). As metas globais estabelecidas para 2020 eram aumentar de 24% para 50% a taxa de preparação de resíduos para reutilização e reciclagem e assegurar níveis de recolha seletiva mínimos de 47 kg/habitante/ano. O objetivo de 47 kg/habitante/ano foi ultrapassado em 2019, atingindo os 72 kg/habitante/ano, e a taxa de preparação de resíduos para reutilização e reciclagem fixou-se em 83 %, um resultado satisfatório que deverá permitir que, em 2020, sejam cumpridas as metas estabelecidas no PERSU 2020.

INOVAR NA ALDEIA DA CERDEIRA

O projeto Aldeias Resíduos Zero foi a aposta da CML na inovação, sendo o primeiro município português a aplicar o conceito integrado Zero Waste numa aldeia de xisto. Pretende-se com este projeto-piloto que todos os resíduos valorizáveis gerados na aldeia da Cerdeira sejam recolhidos seletivamente ou tratados localmente (compostagem comunitária) com baixo impacto



Empresa: **Município da Lousã**

Nome do projeto: **Lousã Recicla +**

Data de início: **15/03/2017**

Data de conclusão: **14/03/2020**

Principais beneficiários da iniciativa: **O público-alvo do projeto foi a população residente no concelho da Lousã, com especial enfoque no público em idade escolar. O projeto teve também como beneficiários os residentes com necessidades especiais, através das ajudas técnicas adquiridas.**

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

11

Cidades e comunidades sustentáveis – Reduzir o impacto ambiental negativo per capita nas cidades, inclusive prestando especial atenção à qualidade do ar, gestão de resíduos municipais e outros.

12

Produção e consumo sustentáveis – Reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reutilização.

14

Proteger a vida marinha – Prevenir e reduzir significativamente a poluição marítima de todos os tipos, especialmente a que advém de atividades terrestres.

15

Proteger a vida terrestre – Assegurar a conservação, recuperação e uso sustentável de ecossistemas terrestres e de água doce interior e os seus serviços.

17

Parcerias para a implementação dos objetivos – Reforçar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.



A Lousã foi o primeiro município português a aplicar o conceito integrado Zero Waste numa aldeia de xisto

ambiental e redução da pegada de carbono, comparativamente às atuais práticas de recolha e transporte para as centrais de Tratamento Mecânico e Biológico da ERSUC. Ficou também assim demonstrado que tecnologias simples, mas avançadas, usando a compostagem em tambores rotativos, ainda pouco conhecidas e divulgadas em Portugal, aceleram o processo e tornam-no aceitável para os utilizadores. Este processo é especialmente útil em zonas de montanhas com temperaturas negativas no inverno. O procedimento, comum no centro e Norte da Europa, permite a degradação dos resíduos sem libertar odores desagradáveis. A recolha de resíduos em zonas remotas de baixa densidade populacional e pressão sazonal (fins de semana, verão, épocas festivas) é um desafio singular. A CML promove este projeto com o objetivo de racionalizar meios e experimentar novos conceitos de gestão de resíduos.



As ações Trilho dos Famosos e Catrapim conseguiram chamar a atenção de todos para os 105 hectares murados que guardam uma das melhores coleções dendrológicas da Europa e que aspira a ser Património Mundial da UNESCO.

Em 2016, decidiu-se avançar com a candidatura a Património Mundial da UNESCO da Mata Nacional do Buçaco, com vista à sua proteção, preservação e valorização. Uma das vertentes desta candidatura era dar a conhecer, no país e no mundo, a Mata Nacional do Buçaco.

Sem verba para uma campanha de divulgação mediática, optou-se por chamar a atenção para a necessidade de replantar a serra do Buçaco com figuras públicas e influenciadores bem conhecidos de todos. Atores, cantores, jornalistas, escritores, artistas, apresentadores de televisão e empresários foram convidados a plantar a “sua” árvore na Mata Nacional do Buçaco, criando-se, assim, o Trilho dos Famosos.

A ida ao Buçaco para plantar uma árvore de Pedro Abrunhosa, Aurea, Rui Veloso, Miguel Araújo, José Cid, Luís Represas, Tony Carreira, Amor Electro, entre tantas outras “personalidades”, foi acompanhada por revistas, jornais, rádios, televisões, blogues, redes sociais, gerando-se,

250
espécies de árvores
e arbustos com
exemplares notáveis
encontram-se em
105 hectares da Mata
Nacional do Buçaco.

50.000
visitantes foram ao
Catrapim em três anos.

9.000
notícias da Mata
Nacional do Buçaco –
dados da CISION.

assim, uma exposição mediática até então inexistente. Os influenciadores abraçaram esta causa da Mata Nacional do Buçaco – extensiva à proteção da floresta como bem da humanidade – divulgando mensagens de proteção da natureza e deste local único.

AÇÃO COM CRIANÇAS

Uma segunda vertente deste projeto de comunicação foi vocacionada para as gerações futuras. Com as crianças como público-alvo essencial, decidiu-se criar o Catrapim – Festival de Artes para Crianças. A primeira edição realizou-se em 2017.

Trata-se de um festival realizado ao ar livre na mata do Buçaco, com entradas gratuitas e que assenta nas mensagens de proteção da natureza e das florestas. Cada criança vai percorrendo as diversas estações – jogos ambientais – e carimbando seu passaporte Natureza.

A brincar, indo de palco em palco, de jogo em jogo, as crianças aprendem sobre a fauna e a flora do Buçaco e a importância de preservação das florestas.

Na edição de 2017 do Catrapim, a conclusão dos oito desafios ambientais garantiu um prémio final a todas as crianças portadoras de passaporte: um ecokit de azevinho. Nas edições de 2018 e 2019, todas as crianças receberam árvores para plantar em casa, sendo que em 2019 a semente de cada árvore estava "escondida" num lápis que foi oferecido a cada menino e menina. Nas três edições realizadas, o Catrapim envolveu mais de 50 mil visitantes – cerca de 20 mil famílias.

PARTICIPAÇÃO DE VÁRIOS PONTOS DO PAÍS

Além dos distritos limítrofes de Coimbra, Aveiro e Viseu, os visitantes que se deslocaram até à mata para o Festival de Artes para Crianças são também de Leiria, Porto, Guarda, Lisboa e Santarém. A afluência tem aumentado todos os anos e prevê-se para a edição de 2021 mais um aumento do número de visitantes e o alargamento da representatividade nacional.

O projeto Catrapim já se estendeu também às escolas locais com atividades que ali foram desenvolvidas, envolvendo mais de 2000 alunos. E outra das vantagens deste festival é que consegue potenciar todos os recursos naturais da mata do Buçaco, em cuja serra nascem as águas minerais



Empresa: **Município da Mealhada**

Nome do projeto: **Mata Nacional do Buçaco - Trilho dos Famosos e Catrapim**

Data de início: **01/06/2016**

Data de conclusão: **31/12/2025**

Principais beneficiários da iniciativa:

A comunidade em geral. Os adultos de hoje e os de amanhã, crianças, a quem urge passar mensagens de preservação das florestas, recursos e meio ambiente. A floresta e os recursos naturais. A humanidade.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

13



Ação climática – Pelas mensagens difundidas, nomeadamente no que respeita a melhorar a educação, aumentar a consciencialização e a capacidade humana e institucional sobre medidas de mitigação, adaptação, redução de impacto e alerta precoce no âmbito das alterações climáticas.

15



Proteger a vida terrestre – Assegura a conservação dos ecossistemas de montanha, incluindo a sua biodiversidade, para melhorar a sua capacidade de proporcionar benefícios essenciais para o desenvolvimento sustentável. Mobiliza e aumenta significativamente os recursos financeiros para a conservação e o uso sustentável da biodiversidade e dos ecossistemas, e para financiar a gestão florestal sustentável.



de Luso e Penacova, que, juntas, têm a maior quota de mercado a nível nacional.

Refira-se que as duas vertentes deste projeto, Trilho dos Famosos e Catrapim, foram interrompidas em 2020 devido à situação de pandemia.

AÇÕES COM IMPACTO E ALTERAÇÕES SIGNIFICATIVAS

Ao ganhar protagonismo, a comunidade local passou a olhar para a Mata Nacional do Buçaco como um património único, uma mais-valia de riqueza, mostrando orgulho e empenho em tudo fazer por proteger os 105 hectares murados que guardam uma das melhores coleções dendrológicas da Europa, com cerca de 250 espécies de árvores e arbustos com exemplares notáveis.

Prova disso foram as inúmeras ações de voluntariado que começaram a realizar-se na mata e que não aconteciam até então. Nas escolas da região, as crianças passaram a visitar a Mata Nacional do Buçaco, a conhecer a sua flora e fauna. E a discutir a respetiva preservação. A mata passou a ser um ícone da região Centro e de Portugal.

ILHAS ECOLÓGICAS AUMENTAM OPÇÕES DE RECICLAGEM

A construção de ecoilhas na vila de São João da Pesqueira teve como objetivo aumentar e aproximar as opções de reciclagem da população local. Uma campanha de comunicação sensibilizou a importância da prevenção e reciclagem de papel, plástico, vidro e resíduos indiferenciados.



14

ilhas ecológicas na vila de São João da Pesqueira.

2.206

habitantes são abrangidos por esta ação, ou seja, 28% da população do concelho.

A construção das denominadas ecoilhas, por parte do Município de São João da Pesqueira, teve como missão otimizar e reforçar a rede de recolha seletiva na vila. As ilhas ecológicas são compostas por três contentores enterrados, que permitem a recolha de resíduos diferenciados para papel, plástico e vidro. Existem ainda dois contentores destinados a resíduos indiferenciados. Estas ilhas ecológicas são compatíveis com os sistemas de recolha atualmente utilizados.

Este investimento permitiu modernizar o espaço urbano dos pontos já instalados, nomeadamente com a substituição dos contentores de superfície por contentores enterrados, com as inerentes vantagens estéticas e de prevenção de derramamentos de

Os contentores enterrados têm vantagens estéticas. Previnem, igualmente, derramamentos de material nas vias e atos de vandalismo.



Empresa: **Município de São João da Pesqueira**

Nome do projeto: **Ecoilhas**

Data de início: **13/02/2019**

Data de conclusão: **22/10/2020**

Principais beneficiários da iniciativa: **Toda a população e o meio ambiente.**

material nas vias e de atos de vandalismo. O projeto teve outra componente que se centrou na comunicação e assentou em informação e publicidade, cuja estrutura incluiu objetivos, estratégias, público-alvo, meios de comunicação e intervenções previstas, fatores que se revelaram essenciais na implementação da operação e que garantiram a promoção de uma mudança de atitudes em relação à reutilização e reciclagem de resíduos urbanos, assegurando que a informação sobre esta operação seja clara e acessível a todos os potenciais interessados.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

12

Produção e consumo sustentáveis – Até 2030, reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reutilização.



MUNICÍPIO

PESQUEIRA

Coração do Douro



NACIONAL 222
UMA VIAGEM AO CORAÇÃO DO DOURO



sjpesqueira.pt



[/sjpesqueira](https://www.facebook.com/sjpesqueira)



[/municipio_sjpesqueira](https://www.instagram.com/municipio_sjpesqueira)



[/msjpesqueira](https://twitter.com/msjpesqueira)



Este livro é um convite aberto a todos para incorporar o combate ao desperdício alimentar nos seus hábitos diários, através do aproveitamento dos alimentos, poupando tempo, recursos e maximizando o orçamento familiar.



RECEITAS COMBATEM O DESPERDÍCIO ALIMENTAR

Com a iniciativa “Nada se perde, tudo se poupa”, o Pingo Doce visou dar destaque ao combate ao desperdício alimentar de forma alargada, colocando o tema no centro de uma campanha de comunicação de alcance nacional, com o objetivo de promover hábitos de consumo mais sustentáveis e a maximização dos alimentos.

O combate ao desperdício alimentar é para o Pingo Doce uma missão e um compromisso sério. É uma causa que há muito a Jerónimo Martins abraçou, tendo sido o primeiro grupo de retalho alimentar em Portugal a calcular, verificar de forma independente e a divulgar publicamente a sua pegada de desperdício alimentar. Só em 2019, e através de diferentes iniciativas, o Pingo Doce evitou o desperdício de mais de 10.700 toneladas de alimentos – desde a

Todas as 180 receitas foram elaboradas e testadas em colaboração com a equipa de nutrição do Pingo Doce.

venda de produtos próximos do fim da validade com desconto, até à doação de alimentos a instituições sociais de proximidade. O Pingo Doce acredita que o combate ao desperdício alimentar é uma missão de todos e foi por isso que quis levar este compromisso a casa dos portugueses, em prol de um futuro cada vez mais sustentável e reforçando a problemática do desperdício alimentar. Essa ambição ganhou forma no livro “Desperdício Zero à Mesa com o Pingo Doce”,



500.000

livros "Desperdício Zero à Mesa com o Pingo Doce" levantados pelos clientes nas lojas Pingo Doce – 1 livro em cada 8 dos lares portugueses

10.700

toneladas de alimentos foram aproveitadas em 2019 por causa das diferentes iniciativas levadas a cabo pelo Pingo Doce.

200.000

peças viram as receitas "Desperdício Zero com o Chef Gonçalo Costa" e foram obtidas quase 100 mil interações.

2,4 MILHÕES

de pessoas alcançadas e 1,4 milhões de interações com 40 conteúdos publicados no Facebook e Instagram.



Empresa: **Pingo Doce**

Nome do projeto:
Desperdício Zero – Nada se perde, Tudo se Poupa

Data de início:
15/09/2020

Data de conclusão:
09/11/2020

Principais beneficiários da iniciativa:

Desmistificar o combate ao desperdício alimentar, junto dos consumidores e famílias portuguesas, mediante dicas e conselhos práticos e simples de implementar.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

12

Produção e consumo sustentáveis

13

Ação climática

desenvolvido e lançado pelo Pingo Doce nas suas mais de 400 lojas a 15 de setembro de 2020. Mais do que um livro de receitas, este constituiu um convite aberto a todos para incorporarem o combate ao desperdício alimentar nos seus hábitos diários, poupando tempo, recursos e maximizando o orçamento familiar, com ideias muito práticas, demonstrando que existem soluções que permitem que todos possam fazer a diferença no nosso quotidiano. O livro "Desperdício Zero à Mesa com o Pingo Doce" conta com 180 receitas simples e saborosas, organizadas por ingredientes de A a Z, com partes de alimentos que geralmente não são aproveitadas, assim como pratos confeccionados com as sobras mais comuns das refeições do dia a dia. Todas as receitas foram elaboradas e testadas em colaboração com a equipa de nutrição do Pingo Doce.

O lançamento do livro foi reforçado por uma campanha de comunicação, assente no mote "Nada se perde, tudo se poupa", presente em TV, lojas, digital, redes sociais e canais internos do Grupo Jerónimo Martins, bem como em ações de relações públicas e artigos de imprensa, com o intuito de conferir visibilidade a esta temática.

INICIATIVA DIMINUI QUANTIDADE DE ALIMENTOS DESPERDIÇADOS

Registe-se que foram requisitados e entregues cerca de meio milhão de livros aos clientes. Se se tiver em consideração que, segundo os dados mais recentes, cada português deita, em média, 100 quilos de alimentos para o lixo por ano (In "Desperdício Alimentar", Iva Pires, Fundação Francisco Manuel dos Santos) e que foram entregues meio milhão de livros "Desperdício Zero à Mesa com o Pingo Doce", se cada uma dessas pessoas alterar os seus hábitos, a iniciativa poderá contribuir para minimizar o impacto dos cerca de quase 500.000 quilos de alimentos desperdiçados anualmente.



FAIRY APOIA A REDE DE EMERGÊNCIA ALIMENTAR EM TEMPO DE PANDEMIA

Durante 11 dias foi promovida a campanha de solidariedade “A Ajuda não Pode Parar”, através da televisão, rádio, digital e Instore. O resultado alcançado mostra que os portugueses aderiram à iniciativa.



A iniciativa #AAJUDANAPODEPARAR, desenvolvida pela Fairy em parceria com a TVI e a Rádio Comercial, teve como premissa apelar à solidariedade dos portugueses para apoiar com donativos a Rede de Emergência Alimentar. A campanha multicanal durou 11 dias e serviu, além de lançar um apelo aos portugueses, para divulgar a missão da Rede de Emergência Alimentar e a premência de continuar a apoiar as instituições de solidariedade, que vivem um momento de grandes dificuldades, com mais pedidos por parte de famílias e menos recursos – voluntários, impossibilidade de peditórios, e não só.

A operação solidária da Fairy, TVI e Rádio Comercial visou ajudar aqueles que estão a passar dificuldades e que viram a sua situação piorada por causa da pandemia e

150.792
euros foram angariados
para a Rede de
Emergência Alimentar.

50.000
euros doou a Fairy.

11
dias de campanha.

os portugueses responderam à chamada, mostrando toda a solidariedade que está na sua génese, contribuindo para esta causa. No total, a campanha “A Ajuda não Pode Parar” angariou 150.792 euros, doados através de chamadas telefónicas, transferência bancária e MB Way, valor ao qual a Fairy acrescentou mais 50 mil euros.

Para sensibilizar as pessoas para as necessidades da Rede de Emergência Alimentar houve uma massificação da mensagem na TV, com a presença em programas da manhã e da tarde de representantes do Banco Alimentar, Fairy e embaixadores da campanha; spots com caras da estação com call to action para o donativo digital; ou entrevista no programa da manhã da Rádio Comercial, com visibilidade extra.



Através de uma parceria com uma estação televisiva, um canal de rádio e dos vários suportes de comunicação normalmente usados na comunicação da marca foi massificada a mensagem, levando à ação de milhares de pessoas.



Empresa: **Procter and Gamble Portugal**

Nome do projeto:
#AAJUDANAPODEPARAR /Fairy

Data de início:
10/06/2020

Data de conclusão:
21/06/2020

Principais beneficiários da iniciativa: **A Rede de Emergência Alimentar**, que foi estruturada a partir do Banco Alimentar em parceria com a ENTRAJUDA e está assente nas instituições de solidariedade social, juntas de freguesia e outras entidades que prestam apoio à comunidade.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Erradicar a fome



Saúde de qualidade



Parcerias para a implementação dos objetivos

UMA FERRAMENTA QUE APOIA A COMUNIDADE

Esta iniciativa enquadra-se na categoria "Comunicação de Sustentabilidade" por ser um exemplo do poder da comunicação como ferramenta de apoio à comunidade. Através de uma parceria com uma estação televisiva, um canal de rádio e dos vários suportes de comunicação normalmente usados na comunicação da marca foi massificada a mensagem, levando à ação de milhares de pessoas.

Esta iniciativa teve impacto económico e social, ao apoiar a Rede de Emergência Alimentar, com um donativo que permite levar alimento a quem se encontra com dificuldades financeiras e não consegue suportar o custo da alimentação. Apoiar e divulgar a missão da Rede de Emergência Alimentar mostrou-se urgente, uma vez que além das pessoas que se encontram em situação de carência como resultado do momento de emergência que o país vive, existem também muitas pessoas que eram apoiadas por instituições sociais e que viram estes apoios reduzidos ou mesmo suspensos face à situação de confinamento.





PIONEIRISMO NA PARTILHA E ANÁLISE DO DESEMPENHO AMBIENTAL FABRIL

Foi a primeira Comissão de Acompanhamento Ambiental de uma unidade fabril. Constituída por diversas entidades, analisa como a fábrica interage com o ambiente, com a saúde pública e como cumpre a legislação aplicável. Surgiu de forma voluntária cinco anos antes da Lei dos Resíduos de 2007 criar o marco legal para que outras empresas adotassem um modelo semelhante de relacionamento com os stakeholders.



A Comissão de Acompanhamento Ambiental (CAA) da fábrica Secil-Outão da Secil é um fórum de acompanhamento e debate do desempenho ambiental desta unidade fabril, criada voluntariamente pela própria Secil, em 2003. Foram adotados estatutos e regulamentos que definem direitos e deveres dos membros e o mecanismo de funcionamento e financiamento. A CAA sempre teve uma composição variável ao longo dos seus 17 anos de funcionamento, integrando, em média, 12 entidades de diferentes naturezas e tipologias, que dedicaram milhares de horas de trabalho voluntário (pelo menos 3.000) a este fórum de participação comunitária. Numa base regular, geralmente trimestral, são abordados os principais temas de desempenho de ambiente e segurança da fábrica Secil-Outão, analisadas opções de trabalho e documentos de reporte e recolhidas sugestões de melhoria de desempenho. Não se tratando de uma iniciativa clássica de comunicação, a constituição deste fórum de



Empresa: **Secil**

Nome do projeto:
Comissão de Acompanhamento Ambiental da fábrica Secil-Outão

Data de início:
26/03/2003

Data de conclusão:
01/10/2040

Principais beneficiários da iniciativa:
Comunidade setubalense em geral e colaboradores da Secil.



cidadania é um exemplo de uma prática de comunicação regular, aprofundada e transparente, com stakeholders relevantes para a sua atividade, que escrutinam o desempenho da empresa e induzem a adoção de melhores práticas sustentáveis.

Especificamente, a CAA tem como missão ser um fórum de análise e de discussão da atividade da fábrica Secil-Outão, nas múltiplas interações com o meio ambiente e implicações na saúde pública. Cabe à CAA analisar os "inputs" e "outputs" fundamentais para descreverem as atividades da unidade fabril com impactos ambientais, assumindo a Secil o compromisso de apresentar a informação necessária para essa análise. Os relatórios e as avaliações da fábrica no âmbito dos standards ISO (Qualidade e Ambiente), tal como do EMAS, quando tal for aplicável, devem ser analisados pela CAA, a quem a Secil reconhece o papel de fórum principal da sua discussão com a comunidade. Cabe à CAA discutir a filosofia ambiental da

empresa, definida na Política Ambiental e no Sistema de Gestão Ambiental, mantendo-se ao corrente e colaborando na sua melhoria contínua. O regulamento aprovado prevê que a composição e o alargamento da CAA devem ser definidos pelos próprios membros, que convidarão outras entidades que considerarem relevantes. Os membros da CAA podem visitar a fábrica sempre que entendam, sem carecer da autorização da empresa, bastando para o efeito anunciar a sua pretensão na portaria, cumprir os procedimentos de segurança e fazerem-se acompanhar por um elemento da empresa.

A Secil disponibiliza as verbas que a CAA necessitar para contratar serviços especializados ou peritos que a auxiliem na apreciação de documentos ou procedimentos da empresa. Registe-se que, desde 2003, a CAA já apreciou dezenas de diferentes temas e centenas de documentos facultados pela fábrica a propósito de temas tão díspares como combustíveis alternativos, emissões gasosas, rede de qualidade do ar, efluentes líquidos, risco, saúde e segurança, recuperação ambiental e biodiversidade de pedreiras, produção científica, entre muitos outros temas.

FORTE IMPACTO NO AMBIENTE

As opiniões e pareceres emitidos pela CAA induzem a um comportamento cada vez mais sustentável da fábrica, adotando muitas vezes as melhores práticas em matéria de ambiente.

A CAA funciona como fórum de apreciação prévia e debate sobre o desempenho ambiental da fábrica, proporcionando maior transparência de atuação, diminuição da perceção de risco e adicional confiança institucional na Secil.



100
reuniões foram feitas
pela Comissão de
Acompanhamento
Ambiental da fábrica
Secil-Outão.

3.000
horas de trabalho
comunitário e voluntário
despendidas por
stakeholders.

Graças ao trabalho da comissão, a fábrica Secil-Outão tem hoje um desempenho relevante em matéria de coprocessamento de combustíveis alternativos, recuperação ambiental de pedreiras, controlo de emissões, rede própria de qualidade do ar e na produção de conhecimento científico.

QUEM INTEGRA A CAA?

Desde 2003 que fazem parte da CAA instituições da administração pública central e local, associações locais, instituições de ensino e outras empresas. Atualmente, integram a comissão a Administração Regional de Saúde de Lisboa e Vale do Tejo – Delegação de Setúbal; Autoridade Local de Saúde do Centro Hospitalar de Setúbal; Hospital Ortopédico Sant'ago do Outão; ICNF; Parque Natural da Arrábida; Instituto Politécnico de Setúbal; GNR – SEPNA – Serviço de Proteção da Natureza; Quercus; LASA – Liga dos Amigos de Setúbal e Azeitão; APEA – Associação Portuguesa de Engenharia do Ambiente; AISET – Associação Industrial da Península de Setúbal; Sonae Turismo; Troia Resort; Associação Humanitária dos Bombeiros Voluntários de Águas de Moura; Agrupamento de Escolas de Azeitão; Agrupamento Escolar Lima de Freitas (Setúbal).

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Energias renováveis e acessíveis



Trabalho digno e crescimento económico



Indústria, inovação e infraestruturas



Produção e consumo sustentáveis



Ação climática



Proteger a vida terrestre



Parcerias para a implementação dos objetivos



CARROS COM IMPACTO CLIMÁTICO NEUTRO EM 2040

Foi o primeiro fabricante de automóveis a anunciar o final dos motores a combustão tradicional e a optar por uma oferta assente em modelos elétricos dentro de duas décadas.



Jerónimo Heitor Coelho [Photographer]

VOLVO

Empresa: **Volvo Car Portugal**

Nome do projeto:
**Parte do Problema.
Parte da Solução**

Data de início:
01/07/2017

Data de conclusão:
01/01/2040

Principais beneficiários da iniciativa:
Público em geral.

A Volvo Cars foi também reconhecida, em três anos consecutivos, como World's Most Ethical Company, distinção concedida pelo Ethisphere Institute.

A marca está a mudar as variáveis que consegue controlar ao nível das suas operações e das emissões de escape dos seus automóveis.

A Volvo Cars está a transformar a empresa com medidas concretas e não somente através de ações simbólicas, para atingir o objetivo de ter um impacto climático neutro em 2040. Neste sentido, foi o primeiro construtor automóvel tradicional a assumir um compromisso total com a eletrificação. Muitas outras marcas se seguiriam. A empresa está a mudar as variáveis que consegue controlar ao nível das suas operações e das emissões de escape dos seus automóveis. Esta estratégia já foi reconhecida pelas Nações Unidas e vai muito para além da redução das emissões de escape.

A Volvo Cars foi também reconhecida, em três anos consecutivos, como World's Most Ethical Company, distinção concedida pelo Ethisphere Institute. Além de estar a alterar as variáveis que controla, o construtor automóvel também está a mudar as variáveis em que pode ter alguma influência.

Refira-se que a candidatura da Volvo Car Portugal ao Prémio Nacional de Sustentabilidade 20-30 Negócios pretende ilustrar o que tem vindo a ser concretizado a nível nacional em relação ao compromisso mundial assumido pela marca.

A iniciativa está enquadrada na categoria "Comunicação de Sustentabilidade" porque a Volvo Cars compromete-se com os mais altos padrões de sustentabilidade para proteger o mundo que partilhamos. A marca é uma agente de mudança autêntica e responsável. O seu compromisso com uma conduta empresarial responsável e os seus valores éticos refletem-se em tudo o que faz.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

7

Energias renováveis e acessíveis

9

Indústria, inovação e infraestruturas

11

Cidades e comunidades sustentáveis

12

Produção e consumo sustentáveis

13

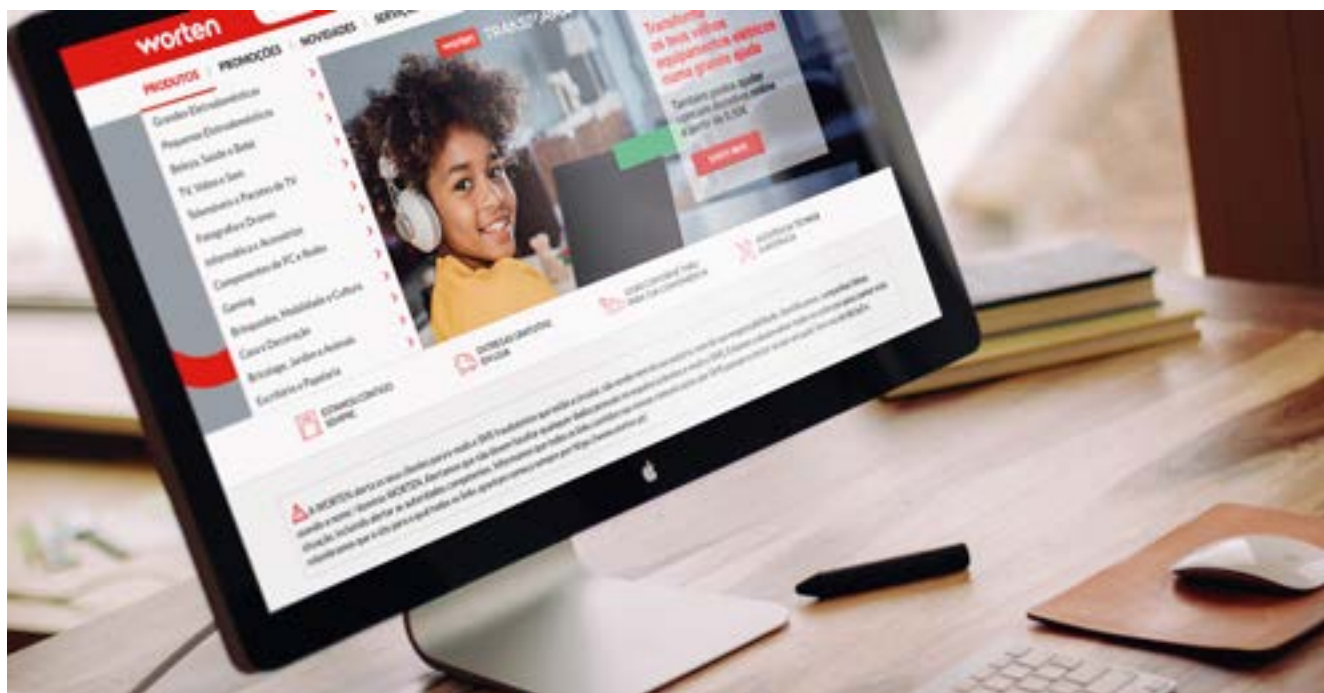
Ação climática





RECICLAR E DOAR EQUIPAMENTOS ELETRÓNICOS

Um programa de responsabilidade ambiental e social que consegue proteger o ambiente, ao reciclar equipamentos elétricos e eletrónicos velhos, e apoiar a causa social, doando produtos novos a instituições portuguesas.



O Worten Transforma é um programa de responsabilidade ambiental e social, criado em 2009, que alia a componente de recolha e reciclagem adequadas do lixo eletrónico à componente solidária de apoio a instituições portuguesas, através da doação de equipamentos novos.

O programa apela a que todos os portugueses entreguem, nas cerca de 200 lojas Worten que existem em Portugal, os equipamentos elétricos e eletrónicos (EEE) que têm avariados ou sem uso nas suas casas, para que, com isso, a marca os possa encaminhar corretamente para reciclagem contado com o apoio da ERP Portugal, entidade gestora de resíduos de equipamentos elétricos e eletrónicos (REEE). Com parte dessa receita, a empresa doa produtos novos a instituições de todo o país, com o

apoio do Banco de Bens Doados da ENTRAJUDA. As carências dessas entidades são muitas e diversificadas (ainda mais no contexto atual de crise pandémica), pelo que é importante que as empresas portuguesas se envolvam num apoio direto a quem mais precisa. A Worten fá-lo há mais de dez anos e com grande sucesso. Além dos EEE que encaminha, todos os anos, para reciclagem, consegue contribuir para um maior bem-estar das populações mais carenciadas. Além da componente social, este programa impacta também na área ambiental, ao encaminhar um maior número de EEE a um ponto de recolha numa loja Worten para reciclagem, ou seja, estes não são deixados na rua, perto de um caixote de lixo ou num terreno descampado, que é sempre a solução mais fácil, evitando-se, deste modo, impacto nefasto no ambiente.

**“Transformar o velho em novo,
para apoiar quem mais precisa”
é o mote do programa
Worten Transforma.**

VANTAGENS DAS CAMPANHAS MULTIMEIOS

Para dar a conhecer este programa, a Worten promove campanhas multimeios – com expressão em TV, rádio, digital, redes sociais, site, ponto de venda e imprensa –, reforçando o papel ativo que desempenha no seio das comunidades onde se insere e o facto de ter uma palavra a dizer no que toca à reciclagem de REEE.

A mensagem passada pela empresa da Sonae, especializada em eletrónica de consumo e entretenimento, é que as suas lojas são o recetáculo ideal para esses equipamentos em fim de vida. A esta mensagem soma-se o valioso acrescento de ajudar, todos os anos, centenas de instituições nacionais, com a doação de novos produtos.

Com o Worten Transforma, a empresa consegue ter o melhor dos dois mundos. Consegue uma versão sustentável de “2 em 1” ao aliar o cuidado com o ambiente com o apoio a quem mais precisa. Acaba por ser uma espécie de economia circular: por um lado, o programa promove um melhor ambiente; por outro, está a contribuir para uma maior qualidade de vida de quem usufrui de apoio social – muitas vezes diário e de longa permanência – prestado por instituições.

worten

Empresa: **Worten,
Equipamentos
para o Lar, S.A.**

Nome do projeto:
Worten Transforma

Data de início:
01/01/2009

Data de conclusão:
31/12/2040

Principais beneficiários da iniciativa: **Todas as entidades coletivas que necessitem de equipamentos novos – IPSS, hospitais, unidades de saúde em geral, escolas e associações de pais. Por causa da pandemia, o Worten Transforma passou a doar também portáteis, tablets, impressoras, intercomunicadores ou hotspots para auxiliar profissionais de saúde e pacientes e ajudar no ensino à distância.**

55.000

toneladas de equipamentos
elétricos e eletrónicos antigos já
foram reciclados.

22.000

equipamentos novos foram
doados.

2

MILHÕES DE EUROS
de investimento a PVP em novos
equipamentos.

600.000

pessoas e milhares de
instituições portuguesas
foram diretamente
impactadas por este
programa.

6.002

toneladas de resíduos de
equipamentos elétricos
e eletrónicos foram
recolhidas em 2019, mais
do dobro do valor registado
em 2018.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

13



Ação climática – Adotar medidas urgentes para combater as alterações climáticas e os seus impactos com o incentivo à reciclagem de equipamentos elétricos e eletrónicos, assegurando que são encaminhados e tratados em conformidade, diminuindo a quantidade colocada no contentor de resíduos urbanos que são encaminhados para aterro. Redução dos gases libertados por estes equipamentos para a atmosfera (quando não tratados corretamente) e também redução da contaminação dos solos com óleos e líquidos inseridos nestes equipamentos, bem como a sua deposição nos terrenos contaminando os solos com os metais e outros materiais constituintes destes equipamentos.



**Este programa
está em vigor
durante todo o
ano, de janeiro
a dezembro.**

JÚRI

ARLINDO OLIVEIRA

Professor catedrático no IST

**ALEXANDRE NILO
DA FONSECA**

Presidente da ACEPI

JOÃO NUNO BENTO

CEO da Novabase

LUÍSA RIBEIRO LOPES

Presidente da dns.pt

PRESIDENTE DO JÚRI



A transformação digital será um dos motores para uma sociedade sustentável, aumentando a produtividade e diminuindo o impacto de cada um de nós no ambiente.



Sinto que se está a formar uma vaga, um movimento assente numa nova consciência global, que responsabiliza a nossa geração pela decisão de agir, ou nada fazer, pela sustentabilidade do nosso mundo. Sim, é connosco!



O futuro que todas e todos estamos convocados a inventar tem de ser um futuro sustentável, no qual o digital, a internet e a IA concorram para um mundo mais inclusivo, diverso e igualitário, onde cada uma e cada um possam ter igual espaço, tempo e voz.



A categoria acolhe iniciativas, serviços ou produtos que representam soluções tecnológicas e digitais inovadoras, que promovem o acesso a informação e tecnologias que contribuam para o bem-estar social, saúde pública, ambiente, aumento da produtividade e redução de tempos de espera, otimização de processos e procedimentos manuais.

São valorizadas candidaturas que se enquadram nas áreas da inteligência artificial; robótica; realidade aumentada e virtual e machine learning.

DIGITAL E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL



LOJAS DA ZONA HISTÓRICA DE LISBOA ENTRAM NO DIGITAL

Plataforma digital com mais de 80 lojas da Baixa Pombalina é uma iniciativa que contribui para a completa transformação digital de um setor tradicionalmente físico, aumentando os seus pontos de contacto com o público-alvo.

Durante o período de confinamento, ocorrido em abril de 2020 em virtude da pandemia de covid-19, a qual levou ao encerramento da maior parte dos estabelecimentos de comércio, serviços e restauração do país em geral, e da cidade de Lisboa, em particular, a Associação de Dinamização da Baixa Pombalina (ADBP), uma estrutura associativa que congrega associados provenientes de todos os setores da atividade económica, que exercem a sua

A plataforma baixachiado.com só inclui empresas com estabelecimentos físicos nesta área geográfica de Lisboa.

atividade no território da Baixa Pombalina e no Chiado, decidiu criar uma plataforma digital, na qual as empresas pudessem ter uma loja online, em que continuassem a exercer a sua atividade empresarial no mundo virtual. Estava lançado o ponto de partida para o baixachiadonline.com, que arrancou em maio de 2020, tendo alcançado milhares de consumidores em Lisboa e em todo o país. Respeitando a individualidade e a dinâmica

própria de cada loja aderente, a solução acomoda lojas que já tinham presença digital, com sites ou com soluções de e-commerce, até lojas que nunca tinham tido presença na realidade digital, e que deram os primeiros passos, criando os seus sites ou experimentando as primeiras soluções de e-commerce que a solução oferece. A iniciativa permitiu que as PME concretizassem aquilo que desejavam fazer há muito tempo, ou seja, entrar no mundo digital. A plataforma está organizada por categorias de setores de atividade, permitindo ao consumidor pesquisar os sites de várias empresas da mesma área económica, existentes na área da Baixa e Chiado.

A plataforma apenas contém empresas com estabelecimentos físicos nesta área geográfica, pretendendo atrair os consumidores não só do mundo digital, mas também para este território geográfico, fomentando a retoma destes estabelecimentos.

Para isso, pretende-se que ao disponibilizar certas funcionalidades na plataforma, como indicação dos parques de estacionamento, redes de transportes públicos, equipamentos culturais entre outros, os consumidores tenham um fácil acesso a esses equipamentos.



Empresa: **Associação de Dinamização da Baixa Pombalina (ADBP)**

Nome do projeto: **baixachiadonline.com**

Data de início: **08/05/2020**

Data de conclusão: **31/12/2040**

Principais beneficiários da iniciativa:

Empresários da Baixa Pombalina que podem continuar a comunicar e a ter um canal de vendas não presencial e os clientes desta comunidade que puderam continuar a contar com o seu comércio de proximidade e personalizado a partir das suas casas.

+ 100.000
euros em vendas.

16.000
visitantes únicos da plataforma.

3.000.000
de visualizações de campanhas digitais.

MANTER VIVO O COMÉRCIO NA ZONA HISTÓRICA DA CIDADE

A plataforma baixachiado.com é um poderoso instrumento para as PME estabelecidas nesta área geográfica, muitas das quais possuem uma respeitável idade de atividade, que lhes permitiu introduzirem-se no mundo digital. Esta solução, de custos controlados, tem por objetivo relançar a atividade económica destes estabelecimentos em especial, e fomentar o tráfego de uma forma geral na área de influência da ADBP.

A conjugação das vendas realizadas por via eletrónica com a retoma dos hábitos de consumo presenciais nas visitas dos clientes às lojas resulta num importante contributo para a manutenção destes estabelecimentos, preservando os postos de trabalho e a dinâmica social desta área de Lisboa.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

8

Trabalho digno e crescimento económico dos aderentes ao projeto e comunidade onde se inserem.

9

Indústria, inovação e infraestruturas – Através da transformação digital de um setor fortemente físico e offline.

10

Reduzir as desigualdades – Promovendo a integração e acesso a canais de comunicação e venda de forma equitativa a todos os visados.

SIGAME PELOS CAMINHOS DA ÁGUA COM FUTURO

Uma aplicação que permite ter o conhecimento dinâmico e sempre atualizado dos ativos de abastecimento de água e de saneamento, ajudando ao bem-estar social, saúde pública e ambiente, preservando recursos naturais.

Sem informação atualizada, é inviável implementar qualquer estratégia de gestão de ativos. Apesar de todos os esforços em curso, nomeadamente a elaboração de instruções de trabalho e procedimentos internos dedicados, todos eles com referências à atualização e inventariação de todo e qualquer ativo operacional existente nas infraestruturas da Águas do Norte, a entidade conhece as fragilidades e lacunas destes processos tão complexos, pelo que dotou os colaboradores, em especial os que visitam regularmente as infraestruturas, de ferramentas digitais que contribuem para a correção de falhas ou lacunas de informação por eles detetadas, sempre sujeitas a validação por parte da equipa do Sistema de Informação Geográfica (SIG), numa perspetiva de melhoria contínua. A aplicação SIGAME potencia o conhecimento dinâmico e atualizado dos ativos e, acima de tudo, envolve e responsabiliza as pessoas pelo seu contributo em todo o processo. Esta ferramenta atualiza o inventário da empresa de forma mais apelativa e totalmente digital, disponibilizando para o efeito uma aplicação de registo de sugestões disponível a todos os colaboradores da Águas do Norte, para que possam apresentar a sua sugestão relativa ao inventário dos sistemas



Empresa: **Águas do Norte**

Nome do projeto: **SIGAME**

Data de início: **08/07/2019**

Data de conclusão: **31/12/2040**

Principais beneficiários da iniciativa: **Numa primeira fase, todos os trabalhadores da empresa. Numa segunda fase, a comunidade em geral.**

de abastecimento de água e saneamento de águas residuais através de um smartphone, tablet, ou computador. São disponibilizados um portal e uma aplicação móvel que permitem de forma simples disponibilizar, para visualização e consulta, o inventário da empresa.

COMO FUNCIONA?

O Portal de Mapas da Águas do Norte (<https://sig.adnorte.pt/portal>) mais não é do que uma plataforma colaborativa que reúne informação geográfica (mapas, aplicações e outros conteúdos diversos). Atualmente disponibiliza dois visualizadores de mapas para consulta simples de inventário, um dedicado à rede de abastecimento de água e outro à rede de saneamento de águas residuais, e a aplicação SIGAME. Através da app ArcGIS Explorer, disponível na App Store ou na Google Play, caso seja para iOS ou Android, respetivamente, é possível ter acesso ao inventário a partir de equipamentos móveis.

O utilizador ao consultar o cadastro, caso detete alguma inconformidade na informação (quer ao nível da localização ou caracterização dos ativos de rede), pode contribuir para a sua correção acedendo à aplicação SIGAME disponível no formulário de caracterização do ativo.



A ferramenta entrou em produtivo no ano de 2019, perspetivando-se para o início de 2021 o seu alargamento ao público em geral, pretendendo-se não só os contributos de quem percorre as infraestruturas da Águas do Norte, à semelhança das estratégias hoje tão em voga na esmagadora maioria das áreas de negócios, mas também uma proximidade mais efetiva com os clientes, sejam eles diretos ou indiretos.

ALARGAR O CONTRIBUTO AO PÚBLICO EM GERAL

Sabendo que o primeiro objetivo é permitir a atualização do inventário a partir, sobretudo, dos contributos dos operacionais da empresa, facilmente se percebe a mais-valia conseguida, caso estes contributos possam ser alargados ao público em geral. Essa é a segunda fase deste projeto que começa em 2021. Alargar os contributos ao público em geral para melhorar a gestão da água e do saneamento.

No caso dos contributos da comunidade, os mesmos não serão tão técnicos como os dos operacionais da empresa, pretendendo-se, sobretudo, a comunicação, tão atempada quanto possível, de avarias ou anomalias que estejam a ocorrer nas infraestruturas de abastecimento e saneamento.

309

Sugestões de correção do cadastro que conduziram a alterações do desenho da rede, com implicações diretas na gestão das redes de abastecimento da água e saneamento de águas residuais.



QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Água potável e saneamento –

Só é possível gerir aquilo que se conhece. Os ativos de rede da Águas do Norte são o pilar principal da sua missão, que é conceber, construir, explorar e gerir os sistemas de abastecimento de água e de saneamento do Norte de Portugal.



Indústria, inovação e infraestruturas –

com esta aplicação dotamos os colaboradores das Águas do Norte com ferramentas inovadoras que otimizam o trabalho do dia a dia, e que permitem à empresa ser uma referência nacional no setor da água em termos de qualidade do serviço público prestado e um parceiro ativo para o desenvolvimento da região onde se insere.



Ação climática – O recurso água na Águas do Norte atravessa os nossos ativos. Para que o recurso seja bem gerido, sem perdas de água no percurso, é essencial um conhecimento consciente e participativo do inventário dos ativos. E neste particular assume importância o alargamento aos contributos da comunidade local e não só. São todos bem-vindos.

GANHOS AMBIENTAIS

O desenvolvimento sustentável é o corolário do projeto, no sentido em que todo ele está apoiado na digitalização da informação e na valorização dos recursos naturais, mas também através do ganho de sinergias que exploram a neutralidade carbónica. A digitalização de todo o processo de gestão da informação, abolindo o papel e a troca de e-mails ou chamadas telefónicas, a favor de uma gestão do conhecimento centralizada e digital que potencia o dia a dia operacional, marginalizando todas as deslocações supletivas, tudo concorrendo a favor de políticas de descarbonização sustentadas.

A eficácia do Sistema de Gestão de Ativos terá um papel determinante nos caminhos que se avizinham com o foco em soluções sustentáveis, energia limpa e investimentos com pegada ambiental mínima.



GAMIFICAR A RECICLAGEM

A app funciona como um jogo que dá prêmios a quem recicla, o que torna a experiência de reciclagem muito mais divertida e compensadora.



O Recycle BinGo 2 é uma app do Grupo EGF que funciona como um jogo. É uma forma de ensinar a reduzir a produção de resíduos, a reutilizar e a reciclar as embalagens usadas, desviando resíduos de aterro e promovendo a sustentabilidade ambiental. A app ajuda a prevenir comportamentos inadequados na deposição de resíduos e promove a utilização dos ecopontos, premiando o comportamento responsável dos cidadãos e promovendo práticas sustentáveis nas famílias.

A principal missão do jogo é fazer uma visita ao ecoponto habitual. A app tira partido da realidade aumentada e usa a geolocalização do smartphone para saber se está junto ao ecoponto. Ao fazer check-in desbloqueia um

Através do backoffice de gestão é possível monitorizar, em tempo real, os dias e as horas em que os utilizadores mais reciclam e quais são os ecopontos mais utilizados.

conjunto de simpáticos bichinhos, com os quais preenche os Cartões BinGo. Cada vez que completa um cartão ganha EcoMoedas – que pode trocar por prémios, como ecobags, bilhetes de cinema, kits #PREVENIRCOVID19, vouchers para descontar em lojas, prémios regionais e muito mais.

Quanto mais EcoMoedas ganhar, mais o utilizador fica à frente no ranking da aplicação. Existem três rankings: global, do total de utilizadores desde o primeiro dia; mensal regional, que nos mostra os melhores do mês em cada uma das regiões do universo EGF, e o mensal nacional, que nos indica os melhores de cada mês em todo o país.

Além desta missão principal o Recycle BinGo



34.500
downloads.

9.517
prémios.

7.640
badges atribuídos.

143.899
check-ins nos ecopontos.



Empresa: **EGF**

Nome do projeto:
Recycle BinGo

Data de início:
05/06/2020

Data de conclusão:
05/06/2024

Principais beneficiários da iniciativa: **Todos os cidadãos pertencentes às áreas das concessionárias EGF.**

o projeto foi viabilizado por uma candidatura conjunta ao Fundo Ambiental, feita pelas empresas do Grupo EGF: Valorsul, Amarsul e Valorlis.

Através do backoffice de gestão é possível monitorizar, em tempo real, os dias e as horas em que os utilizadores mais reciclam, quais os ecopontos mais utilizados, quais os concelhos que mais jogam, o número de utilizadores registados, entre outras estatísticas disponíveis num backoffice inovador integrado para todas as concessionárias do Grupo EGF. Graças a este backoffice, é possível implementar melhorias nos serviços de recolha seletiva e melhorar a experiência de utilização dos cidadãos.

Em 2021, a app Recycle BinGo terá mais funcionalidades, nomeadamente no contacto entre o cidadão e as entidades que prestam a recolha de resíduos, para além de mais conteúdos e interações.

A aplicação tem ligações a outros projetos ambientais das concessionárias EGF, com ligações a públicos-alvo específicos, como escolas ou organizações. O facto de ser possível geolocalizar atividades com data marcada ou em períodos temporais específicos possibilita a interação com outras campanhas e iniciativas, que atualmente se encontram em fase de exploração.

lança missões especiais, desafios divertidos que põem à prova o bichinho pela reciclagem. Além das ações e missões que o utilizador completa, nas quais recebe EcoMoedas, também pode receber EcoEnergia. Essa energia serve para avançar nos mapas na área de minijogos e, quanto mais EcoEnergia tiver, mais vezes pode jogar e mais pontos pode azealhar. A primeira versão da app foi implementada em fevereiro de 2018 e a versão 2.0 foi lançada no dia 5 de junho de 2020, Dia Mundial do Ambiente.

APROVEITAR OS DADOS DO JOGO PARA MELHORAR A RECOLHA SELETIVA

A app é utilizada nas áreas de intervenção das 11 concessionárias da EGF, que cobrem 60% do território nacional continental. A ideia surgiu no seio dos colaboradores da Valorsul que convidaram a agência dJomba a desenvolver um primeiro conceito criativo em cima da aplicação de gamificação à reciclagem. Depois,

Em 2021, a app Recycle BinGo terá mais funcionalidades, nomeadamente no contacto entre o cidadão e as entidades que prestam a recolha de resíduos, para além de mais conteúdos e interações.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

11

Cidades e comunidades sustentáveis

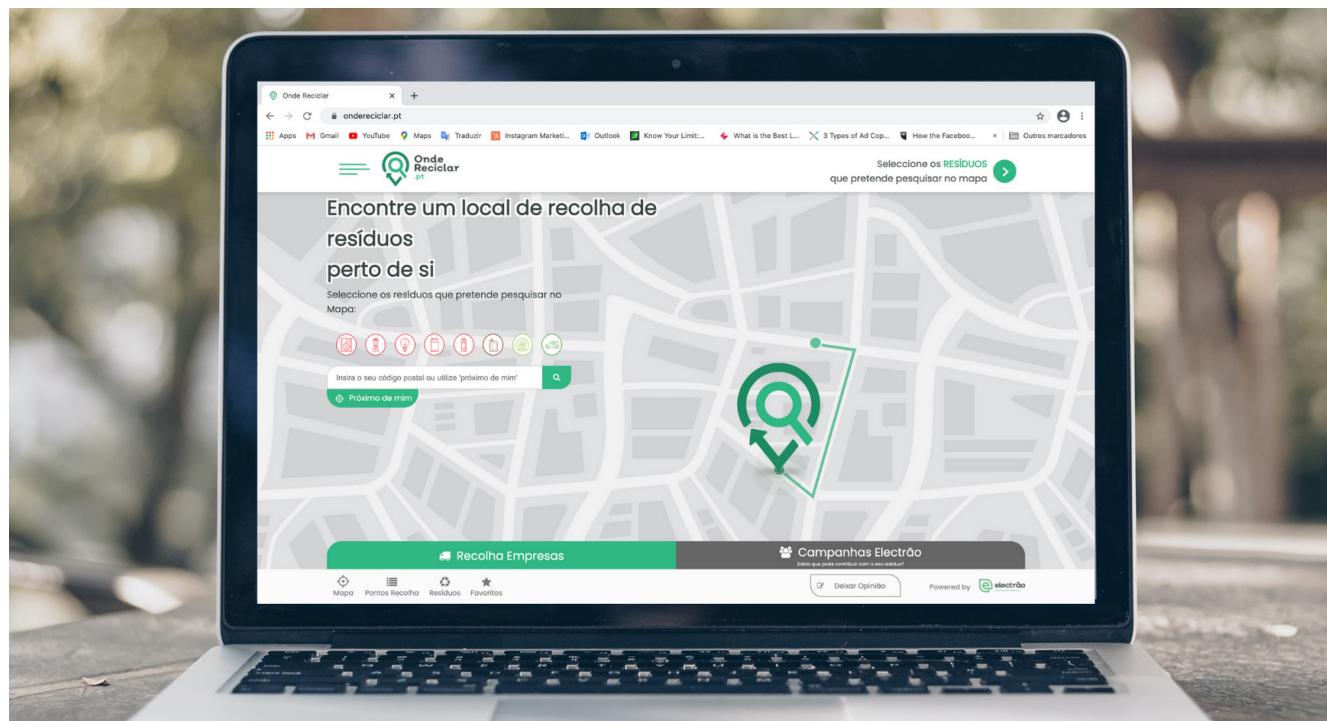
12

Produção e consumo sustentáveis

15

Ação climática





ONDE RECICLAR?

A resposta é dada pelo Electrão, que disponibiliza uma rede de locais de recolha de vários resíduos, para promover a reciclagem e proteger o ambiente.

O Onderecicar.pt é uma iniciativa do Electrão – Associação de Gestão de Resíduos, que permite a identificação, através de um mapa interativo, de locais de recolha de diferentes tipologias de resíduos, como equipamentos elétricos, pilhas, óleos, pneus e veículos em fim de vida – que podem ser facilmente acedidos por qualquer cidadão. É também uma plataforma que visa informar e sensibilizar para a importância da correta separação e encaminhamento para reciclagem dos resíduos produzidos pelos portugueses.

A plataforma foi lançada em abril de 2019 – em www.onderecicar.pt – com o objetivo de disponibilizar uma ferramenta que facilitasse a recolha e entrega de resíduos por parte dos cidadãos e das organizações, contribuindo assim para o aumento da recolha de resíduos em Portugal e consequentemente das taxas de reciclagem nacionais. O cidadão pode identificar quais os locais mais próximos de si (através de georreferenciação ou de introdução de código postal), onde poderá entregar os seus resíduos, e



Empresa: **Electrão**

Nome do projeto:
**Onderecicar.pt –
Plataforma digital**

Data de início:
01/04/2019

Data de conclusão:
**Não há uma data de
conclusão prevista.**

Principais beneficiários
da iniciativa: **Todos os
cidadãos residentes
em Portugal e as
organizações que
queiram aderir aos
serviços gratuitos de
recolha do Electrão.**

criar uma lista de locais favoritos para usar como referência sempre que necessário. A pesquisa pode ainda ser filtrada por tipologia de resíduos e de locais de recolha.

Graças ao Onderecicar.pt, muitos cidadãos tomaram conhecimento dos pontos de recolha que existem na sua região e começaram a encaminhar corretamente para reciclagem resíduos como equipamentos elétricos de pequenas e grandes dimensões e pilhas, que têm na sua composição elementos tóxicos, como CFC e mercúrio. Esta ação assegura que os resíduos são encaminhados para operadores de tratamento, onde se procede à sua correta despoluição e desmantelamento. São estas operações que asseguram a proteção da saúde humana e do ambiente e a integração dos materiais reciclados em novos equipamentos, promovendo a economia circular.

PLATAFORMA DE COMUNICAÇÃO

A plataforma permite estabelecer uma ponte com o Electrão para esclarecer todo o tipo de

dúvidas sobre reciclagem e sustentabilidade e agrega conteúdos relevantes. Além de funcionar como repositório de informação, o Onderecicar.pt serve também como plataforma de divulgação de múltiplas ações e campanhas tendo em vista a reciclagem e, como consequência, a proteção do ambiente e da saúde humana.

NOVOS DESENVOLVIMENTOS

No futuro, o Onderecicar.pt pretende ser mais abrangente, tornando-se numa plataforma dinâmica e de referência na área do ambiente e reciclagem, onde o cidadão encontra um conjunto de iniciativas, inovações, eventos e informações relevantes sobre vários temas ligados ao ambiente, aos resíduos e à sustentabilidade.

Está a ser equacionada a construção de um sistema de gamificação associado à plataforma, para que o cidadão possa criar um perfil de utilização e ser reconhecido pelo seu correto comportamento.

Em 2021, está prevista a implementação de um conjunto de melhorias no mapa de locais de recolha e nas funcionalidades de pesquisa que oferece, nos conteúdos e na informação disponibilizada no site, nomeadamente em formato de notícias, que reforçam a necessidade de alterar comportamentos em prol do ambiente. Temas como os 5 R – Repensar, Reduzir, Recusar, Reutilizar, Reciclar –, os impactos ambientais da incorreta gestão de resíduos, os mitos da reciclagem, e ideias para promover práticas ambientais mais sustentáveis serão presença assídua na plataforma.

A experiência de utilização do consumidor também será melhorada com o objetivo de tornar a plataforma uma referência digital nacional na área do ambiente e da gestão de resíduos. Está ainda previsto o estabelecimento de parcerias que permitiram incluir informação sobre locais de recolha de novos tipos de resíduos.

Estima-se que, em 2030, tenhamos produzido uma quantidade de resíduos elétricos equivalente ao peso de 7.390 Torres Eiffel.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

3



Saúde de qualidade –

Reduzir a contaminação e a poluição do ar, água e solo. A exposição a alguns resíduos, nomeadamente de equipamentos elétricos usados, que contêm contaminantes, é prejudicial à saúde humana e também ao ambiente.

8



Trabalho digno e crescimento económico –

Melhorar a eficiência dos recursos globais no consumo e na produção. Os resíduos têm de passar a ser encarados cada vez mais como recursos e encaminhados para reciclagem com o apoio de plataformas como o Onderecicar.pt. Apostar na reciclagem é apostar no desenvolvimento económico e na criação de emprego.

9



Indústria, inovação e infraestruturas – A plataforma Onderecicar.pt é uma ferramenta que fomenta a inovação e a põe ao serviço do cidadão.

11



Cidades e comunidades sustentáveis –

Reduzir o impacto ambiental negativo per capita nas cidades, inclusive prestando especial atenção à qualidade do ar, gestão de resíduos municipais e outros.

12



Produção e consumo sustentáveis –

Garante padrões de consumo e de produção sustentáveis ao contribuir com informação relevante para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza.

13



Ação climática

14



Proteger a vida marinha

15



Proteger a vida terrestre



INFORMAÇÃO ONLINE SOBRE A QUALIDADE DA ÁGUA

Qualquer cidadão ou turista pode aceder a uma app gratuita para conhecer as características e os resultados da qualidade da água distribuída no local onde se encontra, com informação online atualizada diariamente, em português e em inglês.

A água da torneira está a ganhar mais adeptos. É a escolha mais ecológica e amiga do ambiente. Consumir água da rede pública começa a ser parte integrante da sociedade e das opções corretas que devemos ter, de forma a garantir a continuidade do planeta, por um futuro melhor.

Por ano, a EPAL efetua mais de 300 mil análises ao controlo da qualidade da água, em que mais de 99% evidenciam conformidade legal. Com o lançamento da app H2O Quality, pretendeu-se transmitir a toda a população e a quem visita Lisboa que a água da torneira é de excelente qualidade, uma das melhores do mundo. Quanto mais informação tiver o consumidor, mais confiança vai ter na qualidade da água da EPAL, levando-o a optar pela água da rede pública, a opção que sabe ser a mais sustentável e mais amiga do ambiente. Assim, esta app reforça a confiança que os cidadãos devem ter ao escolher a água da torneira como a opção certa para consumo. Antigamente, apenas os clientes da EPAL tinham acesso aos dados da qualidade da água através da sua fatura, no entanto, e de forma a alargar a divulgação desta informação a toda a população e aos turistas, reforçando a transparência e a confiança, a app H2O Quality funciona por georreferenciação e permite a todos os utilizadores aceder aos resultados da



Empresa: **EPAL**

Nome do projeto:
H2O Quality

Data de início:
28/07/2019

Data de conclusão:
01/01/2030

Principais beneficiários da iniciativa:
Residentes e turistas em Lisboa.

Apesar de a app só disponibilizar dados da cidade de Lisboa, esta já foi descarregada em todo o país, demonstrando a identificação de uma necessidade.

qualidade da água no local específico onde se encontram, com dados disponibilizados online, possibilitando o acesso à informação diária e não do último trimestre.

Com esta aplicação o utilizador conhece a qualidade da água distribuída nesse local, com informação sobre os parâmetros, nomeadamente, cálcio, magnésio, manganês, sódio, cloretos, cloro residual, condutividade, cor, dureza total, fluoretos, nitratos, oxidabilidade, pH, sulfatos e turvação, podendo visualizar os resultados e valores paramétricos.

Disponível para iOS e Android, a app informa o utilizador se existe algum bebedouro perto de si e qual o melhor caminho para lá chegar através do Google Maps, bem como saber onde adquirir a Fill Forever, a garrafa reutilizável da EPAL, 100% ecológica, e enchê-la com água da torneira, a opção mais sustentável e mais amiga do ambiente. Lançada em julho de 2019, a app H2O Quality já foi descarregada por mais de 9.471 pessoas, sendo que a maioria (57%) foi através do sistema Android e 43% através de iOS. A continuidade no número de downloads reforça o interesse que os utilizadores têm nesta aplicação assim como a sensibilização do público para os temas relacionados com o ambiente e as opções mais sustentáveis.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Água potável e saneamento



Indústria, inovação e infraestruturas



Cidades e comunidades sustentáveis



Produção e consumo sustentáveis



Ação climática



Proteger a vida marinha



Proteger a vida terrestre

H₂O QUALITY

A APP QUE PROVA O QUE JÁ SABÍAMOS...

A ÁGUA DE LISBOA É MESMO BOA



App gratuita e pioneira a nível mundial



Indica a qualidade da água da torneira na zona onde se encontra



Ideal para quem vive, trabalha ou visita a Capital



Localização dos bebedouros mais próximos para poder levar a água da torneira consigo para todo o lado



Locais onde pode adquirir a garrafa reutilizável Fill Forever



Disponível em Android e iOS, em português e Inglês

**DESCARREGUE A APLICAÇÃO E
REFRESQUE-SE COM ÁGUA DA TORNEIRA,
A OPÇÃO MAIS SUSTENTÁVEL!**



Download on the
App Store

Get it on
Google play





INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL APLICADA À COVID-19

A #TodosPorUm é a aplicação móvel que colocou os portugueses em contacto direto e imediato com um médico ou enfermeiro. Surgiu no pico da primeira vaga e aproximou os profissionais de saúde da comunidade em geral.



No pico da primeira vaga da pandemia causada pela Covid-19, imperava a incerteza e confluência de informação duvidosa. Os serviços de saúde estavam a aprender a lidar com a doença e com o aumento da procura nas urgências e nas linhas de apoio telefónico. Assim, surge a aplicação móvel gratuita #TodosPorUm, cocriada pela Lusíadas Saúde e pela Outsystems, permite avaliar sintomas suspeitos de Covid-19, colocando os doentes em contacto direto e imediato com um médico ou enfermeiro.

Este piloto esteve ativo durante 6 meses e contou com a adesão voluntária de 3.800 profissionais de saúde do sector público e privado ao longo do país.

Lusíadas
Saúde

Empresa:
Lusíadas Saúde

Nome do projeto:
#TodosPorUm

Data de início:
23/03/2020

Data de conclusão:
16/09/2020

Principais beneficiários da iniciativa: **Todos os maiores de idade que disponham de um smartphone.**

Esta solução não substituiu cuidados de saúde regulares ou de emergência médica, atuou na triagem da gravidade das situações clínicas para correto encaminhamento para as unidades de saúde públicas e privadas disponíveis. A #TodosPorUm garantiu a ligação e relação, 24 horas por dia, entre uma rede de profissionais de saúde e a comunidade, promovendo o acesso remoto de qualidade, aliviando os canais de triagem disponíveis (Linha Saúde 24) e controlando a afluência indevida aos serviços de saúde. Ao mesmo tempo que cumpriu os objetivos definidos à partida, tanto de partilha de informação entre profissionais de saúde, como no aumento da literacia em saúde da comunidade em geral.



Estima-se que esta aplicação móvel tenha gerado uma poupança de 2.500.000 euros.

Através da app foram atendidas 100.000 pessoas, o que significou uma poupança do mesmo número de interações na linha de Saúde 24 num momento de superlotação. Destes atendimentos foram rastreados 1.900 casos que foram encaminhados para uma unidade física de saúde. Este número bastante reduzido face ao número geral, prova que a literacia em saúde é uma urgência e que a necessidade de uma plataforma de rastreio e esclarecimento de dúvidas é fulcral. A Lusíadas Saúde estima que 25% dessa população não conseguiria atendimento via linha Saúde 24 e acabaria a deslocar-se a uma unidade física de saúde. Além da afluência indevida, esta deslocação representa um custo médio de 25€ (deslocação + desenvolvimento clínico). Assim, estima-se que esta aplicação móvel tenha gerado uma poupança de 2.500.000€.

COMO FUNCIONA?

A utilização da app #TodosPorUm é simples, quer para profissionais como para utentes. A aplicação está programada para fazer uma primeira avaliação dos sintomas introduzidos pelo utilizador, fazendo uma pré triagem do caso apresentado pelo utilizador, com recurso a um sistema baseado em inteligência artificial.

6
meses de operação.

3.800
profissionais clínicos voluntários.

398.000
pedidos foram respondidos através do sistema.

100.000
contactos estabelecidos.

1.900
utentes encaminhados para unidades físicas de saúde.



Face aos resultados, o utilizador é, ou, não é, direcionado para um chat com um profissional de saúde que passa a acompanhar o seu processo e a dar as orientações clínicas necessárias à sua situação específica. Pode ser recomendado que o utilizador faça uma avaliação médica adicional caso existam critérios clínicos. Quando um utilizador é encaminhado para o chat, todos os médicos e enfermeiros do país ligados à aplicação, recebem uma notificação. Ao clicar "aceitar" no seu dispositivo móvel, o profissional de saúde fica automaticamente responsável por acompanhar o processo desse doente, podendo optar por dar orientações clínicas, recomendar o contacto à Linha Saúde 24 ou sugerir a direta deslocação a uma unidade de saúde. Para os profissionais de saúde, o processo de adesão também é simples, basta descarregar a aplicação e submeter o seu registo para validação da certificação clínica.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Saúde de qualidade – Alerta precoce da redução de riscos e gestão de riscos nacionais e globais de saúde, neste caso, o associado à covid-19.



Indústria, inovação e infraestruturas – Impacto no desenvolvimento tecnológico, na investigação e na inovação nacionais. Estabilidade económica por via da não disseminação do medo e da contrainformação.



Paz, justiça e instituições eficazes – Apoiar e promover que instituições de saúde operem de forma mais eficaz, responsável e transparente. Tomada de decisão responsável, inclusiva, participativa e representativa.



Parcerias para a implementação dos objetivos – A associação entre a Lusíadas Saúde e a OutSystems resultou numa parceria de impacto e para o desenvolvimento.

JÚRI

CLARA RAPOSO

Presidente do ISEG

FRANCISCO VELOSO

Dean do Imperial College Business School

ISABEL UCHA

Managing board member, euronext e CEO da Euronext Lisbon

JOÃO PRATAS

Presidente da APFIPP

PRESIDENTE DO JÚRI



Depende de nós daqui a 100 anos sermos lembrados como a geração que deu o salto qualitativo no desenvolvimento da humanidade. Estes projetos trilham esse caminho.



É crítico apoiar a inovação em soluções financeiras se queremos um futuro mais sustentável. Não é possível alcançar as metas de Paris sem mudar de forma maciça a alocação de capital!



O setor financeiro e o mercado de capitais, em particular, podem dar um muito relevante contributo para a agenda global da sustentabilidade, através da promoção de fatores ambientais, sociais e de governo nas soluções de financiamento e de investimento que proporcionam à economia.



Este é um ano crucial para as finanças sustentáveis: a União Europeia, através de regulamentação que entrou em vigor este ano, vai conseguir determinar aquilo que estimo venha a ser uma mudança positiva marcante no mundo nesta matéria.



Esta categoria abrange iniciativas, serviços ou produtos financeiros que compreendam critérios de sustentabilidade nas suas características. As candidaturas devem ter como objetivo contribuir para uma maior transparência, promover crescimento e desenvolvimento económico sustentável em prol do ambiente e da comunidade. As inovações do ponto de vista financeiro também estão inseridas nesta categoria.

JOSÉ CRESPO
DE CARVALHO

Presidente do ISCTE Executive
Education



“Será que ainda vamos a tempo, no seu todo, da essência da sustentabilidade? Talvez sim, talvez não. Mas temos opção?”

RICARDO NOGUEIRA

Senior advisor da Pollination



“Our focus must increasingly be on adopting, scaling and replicating finance models that drive sustainability. Economic models that do not account for long-term impacts on the planet reflect a failure of imagination and business acumen.”

FINANÇAS SUSTENTÁVEIS



INVESTIMENTO RESPONSÁVEL

Em julho de 2018, a Ageas Pensões passou a ser em Portugal o primeiro signatário com distribuição ao público dos UN PRI – Princípios de Investimento Responsável das Nações Unidas. Em simultâneo, os Fundos de Pensões Horizonte tiveram uma revisão das suas políticas de investimento passando a ter um enfoque de investimento responsável, incluindo as vertentes de exclusão de investimento relacionadas com a indústria de armamento controverso, e a incorporar fatores ESG (Environmental Social and Governance) no processo de decisão de investimentos. Para este efeito subscreveram o serviço reo (Responsible Engagement Overlay) gerido pela BMO – Global Asset Management. Os Fundos de Pensões Abertos Horizonte não têm garantia de rendimento ou de capital, mas apresentam fortes expectativas de preservação do capital e potencial de valorização. No produto Rendimento Flexível os participantes, pelo menos uma vez por ano, têm a possibilidade de realocar o saldo da conta entre os três abertos ou optar pela solução de gestão, sugerida pela Ageas Pensões, em ciclo de vida (risco decrescente em função da idade do participante).

O Rendimento Flexível é destinado a reformados. Através da utilização dos três fundos de pensões obtém-se um complemento de reforma mensal, enquanto mantêm o património investido aplicado com potencial de valorização.

Para fazer face às necessidades de rendimento adicional durante a reforma, em julho de 2019, a Ageas Pensões lançou o produto Rendimento Flexível e Rendimento Flexível – Mais-valia. Estes produtos são financiados pelos Fundos de Pensões Abertos Horizonte Segurança, Horizonte Valorização e Horizonte Ações. A conjugação dos três fundos de pensões num mesmo produto permite aos clientes ter uma escolha livre de fundos adaptada ao seu perfil de risco ou uma opção de ciclo de vida em que o risco vai sendo reduzido ao longo do contrato, permitindo conjugar de forma eficiente a proteção do capital com o potencial de valorização. O produto, para poupança individual, permite uma total flexibilidade de ajustamento do valor da pensão (com a restrição de um máximo legal nos planos ocupacionais e os 7,5% no reinvestimento de habitação permanente) e das opções de investimento e com a liberdade de escolha dos beneficiários. Existem vários milhares de subscritores e o valor subscrito no rendimento flexível ultrapassa já os 250 milhões de euros. Estas medidas procuram contribuir para



assegurar no longo prazo a sustentabilidade do mercado como um todo e, por fim, assumir uma preocupação de envolvimento nas empresas em que os nossos fundos estão investidos.

A QUEM SE DESTINA?

Este produto é adequado para planos de pensões ocupacionais em que os colaboradores têm a receber uma prestação vitalícia e podem optar por uma renda vitalícia fixa ou rendimento flexível com toda a flexibilidade e com potencial para receber pensões mais elevadas; para quem pretenda utilizar a poupança financeira acumulada ao longo de uma vida de trabalho para com total flexibilidade receber um complemento de rendimento; ou para aqueles cuja principal poupança que fizeram foi a aquisição de casa própria e que podem mudar para uma casa mais reduzida ou fora dos grandes centros urbanos e converter o valor líquido realizado numa fonte de rendimento regular e ficar excluído de pagamento de imposto de mais-valias imobiliárias.



Empresa: **Ageas Pensões (marca do Grupo Ageas Portugal)**

Nome do projeto: **Fundos de Pensões Abertos Horizonte – Rendimento Flexível**

Data de início: **15/07/2019**

Data de conclusão: **31/12/2999**

Principais beneficiários da iniciativa: **Pessoas na idade da reforma e que pretendam converter parte do seu património num complemento de reforma mensal.**

3

Fundos de Pensões Horizonte.

5

vezes merecedores dos Investment Pensions Europe Awards.

OPORTUNIDADE CRIADA COM ALTERAÇÃO FISCAL EM 2019

O objetivo dos Fundos de Pensões Abertos Horizonte – Rendimento Flexível é transformar a poupança numa fonte de rendimento regular durante a reforma e beneficiar das vantagens fiscais introduzidos pelo Orçamento Geral do Estado de 2019 para os produtos que visem os pagamentos de prestações regulares periódicas: alteração ao Art.º 21º, Estatuto dos Benefícios Fiscais, em que o tratamento fiscal dos rendimentos gerados durante o período de pagamento das pensões, que era feito pela Categoria H, passou a ser tributado pela Categoria E a 8%.

A alteração ao Art.º 10º do Código do IRS permite a exclusão total ou parcial de tributação de imposto de mais-valias, quando o valor resultante da venda de habitação própria e permanente por parte de clientes na situação de reforma ou com mais de 65 anos de idade for total ou parcialmente reinvestido num produto que tenha como objetivo o pagamento de prestações regulares e periódicas e cujo valor anual dessas prestações não exceda 7,5% do valor investido.

A exclusão do pagamento do imposto de mais-valias pode facilmente atingir um valor entre 10% e 20% do valor líquido da venda. Desta forma, permite-se que a compra a crédito da habitação permanente possa contribuir para a melhoria do rendimento durante o período de reforma.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA

8

Trabalho digno e crescimento económico – O produto é adequado para as empresas apresentarem aos seus colaboradores, em sede de responsabilidade social e em linha com as melhores práticas de governança dos benefícios sociais.

10

Reduzir as desigualdades – Perante o envelhecimento crescente da população e com taxas de substituição de rendimento cada vez mais baixas, incentivar os sistemas privados e voluntários de capitalização é importante para garantir o incremento do rendimento na idade da reforma.



OBRIGAÇÕES VERDES PARA CRIAR ENERGIA LIMPA

A EDP é a quarta empresa a nível mundial com o maior volume de emissões financeiras 'verdes' e aposta nestes instrumentos sustentáveis para financiar projetos eólicos e solares.



A produção de energia elétrica a partir de fontes renováveis é a principal estratégia de crescimento do negócio da EDP, através do investimento em nova capacidade eólica e solar. Além de descarbonizar o setor, com os consequentes benefícios ambientais, a aposta nas renováveis torna a eletrificação do consumo, especialmente no setor dos transportes, dos edifícios e da indústria, como a forma mais eficiente de reduzir as emissões de CO₂ destes setores de atividade.

O tema do financiamento sustentável continua a receber crescente atenção por parte de investidores, emittentes (públicos e privados) e reguladores. Uma evidência deste enfoque tem sido o crescente número e respetivo montante de emissões de 'green bonds' (obrigações verdes). Os emittentes encontram investidores de crédito cada vez mais exigentes na avaliação do comportamento sustentável das empresas e respetivo reporte. Neste contexto, o mercado de capitais começa a sinalizar e a dar preferência a financiamentos mais sustentáveis, admitindo a possibilidade de os emittentes que recorrem a este tipo de financiamentos e que comunicam assertivamente a utilização dos fundos angariados serem discriminados de forma positiva.

OBRIGAÇÕES 'VERDES'

A EDP entrou no mercado das obrigações verdes em outubro de 2018, e, desde então, já emitiu mais de 5 mil milhões de euros neste tipo de obrigações, incluindo 'green hybrids' (dívida subordinada verde) e uma emissão em dólares americanos. A EDP emitiu a sua primeira obrigação verde em outubro de 2018,

5,2

MIL MILHÕES DE EUROS
emitidos em obrigações verdes.



no montante de 600 milhões de euros e, em janeiro de 2019, emitiu o primeiro 'green hybrid', no montante de 1.000 milhões de euros. Estas emissões foram as primeiras emissões verdes de dívida sénior e dívida subordinada por um emitente português, e, em setembro de 2019, emitiu mais uma obrigação verde de dívida sénior no montante de 600 milhões de euros. Em 2020, a EDP emitiu mais três obrigações verdes: uma de dívida subordinada, no montante de 750 milhões (em janeiro); uma de dívida sénior, no montante de 750 milhões de euros (em abril de 2020); e a sua primeira obrigação verde em dólares americanos, no montante de 850 milhões (em setembro). Esta última foi a primeira obrigação verde de dívida em dólares por um emitente português. Já no início deste ano, a EDP faz nova emissão de dívida 'verde', no valor de 750 milhões de euros, tendo mais uma vez gerado uma elevada procura no mercado por parte dos investidores. As obrigações verdes da EDP são utilizadas para financiar e refinarar projetos elegíveis para financiamento verde, ou seja, tecnologia eólica (onshore e offshore) e solar (fotovoltaica e energia solar concentrada – CSP). Anualmente, a EDP reporta aos investidores



Empresa: **EDP**

Nome do projeto:
Obrigações Verdes

Data de início:
12/10/2018

Data de conclusão:
Data de maturidade mais tardia das obrigações verdes atuais.

Principais beneficiários da iniciativa:
Stakeholders da EDP.

A emissão de obrigações verdes tem contribuído para o reconhecimento da empresa como estando no caminho da descarbonização.

sobre o modo como o financiamento obtido foi alocado e produz ainda um relatório de impactos dos ativos financiados (ou refinanciados) mediante a emissão de obrigações verdes.

NA VANGUARDA MUNDIAL

Em 2020, a EDP foi a sexta empresa a nível mundial com maior volume de emissões de instrumentos financeiros sustentáveis e a quinta com maior volume de obrigações verdes, de acordo com a base de dados do HSBC relativa à emissão de obrigações verdes, sociais e sustentáveis e de acordo com informação da Dealogic, CBI e Bloomberg para 2020. Mediante a emissão de obrigações verdes, a EDP compromete-se a financiar, ou refinarar, uma carteira de projetos de geração de baixo carbono elegíveis para financiamento verde, dando ao mercado sinal de que os decisores da estratégia da EDP estão alinhados com as medidas internacionais de combate às alterações climáticas com os objetivos de Paris e da União Europeia, que implicam a redução das emissões de CO₂ em 2030 em 55%. Esta visão de transição energética molda a companhia até 2030 quando pretende atingir 90% de produção renovável de energia elétrica e reduzir em 90% as emissões específicas de CO₂, quando comparado com os níveis de 2015. A empresa comprometeu-se a reduzir a produção de energia a partir do carvão nos próximos anos, encerrando centrais, de forma a ser 'coal free' em 2025 e atingir a neutralidade carbónica em 2030.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Energias renováveis e acessíveis

- Os impactos dos projetos eólicos e solares financiados ou refinanciados com obrigações verdes contribuem para a promoção de energias limpas e acessíveis a todos.



PREMIAR A REDUÇÃO DAS PERDAS DE ÁGUA NA REDE

Quase 30% da água que entra na rede de abastecimento é desperdiçada, trazendo sérias consequências a nível económico e ambiental. Um valor que se mantém há nove anos. É necessário agir e encontrar soluções.



A eficiência e a sustentabilidade do abastecimento de água estão longe de ser uma realidade em Portugal. Uma situação que levou o setor e as diversas entidades gestoras a procurar soluções para contrariar este cenário. A implementação de contratos de eficiência hídrica com remuneração por desempenho surge como uma resposta da Indaqua à necessidade concreta de uma entidade gestora de sistemas públicos de abastecimento de água – seja ela privada, município, SMAS, empresa municipal ou agregação de municípios – de aumentar a sua eficiência na gestão dos seus recursos hídricos.

Os contratos NRW (Non-Revenue Water), também conhecidos por contratos de eficiência hídrica com remuneração por desempenho, constituem um serviço prestado pela Indaqua, especializada na gestão de sistemas de abastecimento de água para consumo humano e parte do Grupo Miya, líder internacional neste tipo de contratos. O objetivo principal deste serviço inspirado no modelo ESCO, existente há décadas no setor elétrico, é reduzir as perdas de água na rede de abastecimento (medidas pelo indicador de ANF - Água Não Faturada) e alcançar benefícios

9,6
MILHÕES DE EUROS
é o valor dos três
contratos ativos

20,5
MILHÕES DE m³
de água poupados em 11
municípios.

12,6
MILHÕES DE EUROS
é a estimativa de
poupança até 2025

financeiros, ambientais e sociais.

Com o recurso a este modelo de contrato há, a curto e a médio prazo, uma redução do volume de água captada ou comprada, também se verifica uma diminuição dos custos associados à manutenção dos sistemas e um aumento da faturação, através da melhoria da medição e diminuição da quantidade de ligações fraudulentas. Além destes aspetos existem outros benefícios a longo prazo, já que uma correta manutenção e monitorização da rede previne e adia a sua completa substituição, cujo custo é avultado.

Entre 2019 e 2020, a Indaqua realizou estes contratos com três entidades: Águas da Região de Aveiro (AdRA), abrangendo nove dos dez municípios que esta abastece; Serviços Municipalizados de Eletricidade, Água e Saneamento (SEMEAS) da Maia; Águas de Gaia, E.M., S.A., em consórcio com a Suez.

TRÊS CONTRATOS COM METAS BEM DEFINIDAS

Os projetos destacados no âmbito da candidatura estão ainda em curso, tendo conclusão prevista para 2024 e 2025. No caso

Renovar em vez de substituir de imediato deveria ser um desígnio para todo o setor, tendo em conta a poupança de recursos técnicos, humanos, financeiros e até ambientais.

da AdRA, a Indaqua assumiu o compromisso de reduzir, num período de cinco anos, as perdas de água para os 22,8%, quando estas eram, no início do contrato em 2019, de 35,7%, o que representava 5.866.766 m³ de água desperdiçada na rede.

Nos SEMEAS da Maia, a meta definida é reduzir a ANF dos 32,7% no início do contrato (2019), representando 3.304.607 m³, para 16%. O contrato mais recente, celebrado em 2020 com a Águas de Gaia, prevê a redução da ANF para os 20,10%, partindo dos 29,30% que esta entidade gestora registava inicialmente, numa perda de 5.614.300 m³ de água.

CRESCER A CURTO PRAZO

No futuro, a empresa espera alargar estes contratos a outras entidades gestoras e territórios, reforçando o seu contributo para o desenvolvimento sustentável do setor, reduzindo os elevados níveis de perdas de água que ainda se verificam em Portugal e que há nove anos consecutivos se situam nos 30% (acima da meta dos 20% fixada pelo regulador). De acordo com os dados publicados pela Entidade Reguladora dos Serviços de Águas e Resíduos (ERSAR) no Relatório Anual dos Serviços de Águas e Resíduos em Portugal (RASARP), entre os municípios que registaram, em 2019, uma percentagem de ANF igual ou inferior a 20% (qualidade de serviço boa) estão todos os concelhos que têm os seus sistemas concessionados a empresas do grupo Indaqua, destacando-se Vila do Conde, Santo Tirso e Trofa como os três concelhos com melhor desempenho em Portugal, com valores de perdas iguais ou inferiores a 10%. Estes resultados contrastam com a realidade do país. Feita uma análise aos dados que caracterizam as mais de 250 entidades gestoras (EG) a operar em Portugal continental, verifica-se que o índice de perdas ANF publicado pelo regulador registou, em 2019, o valor de 28,8%.



Empresa: **Indaqua**

Nome do projeto:
Contratos de eficiência hídrica com remuneração por desempenho

Data de início:
02/01/2019

Data de conclusão:
30/05/2025

Principais beneficiários da iniciativa:

Operadores de sistemas públicos de abastecimento de água.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Água potável e saneamento

– Garantir a disponibilidade e a gestão sustentável da água potável e do saneamento para todos, para a qual também contribui a redução de perdas de água.



Cidades e comunidades sustentáveis

– Salvar o património natural do mundo, nomeadamente, ao nível dos recursos hídricos e reduzir o impacto ambiental negativo per capita nas cidades.



Ação climática – Reforçar a resiliência e a capacidade de adaptação a riscos relacionados com o clima e as catástrofes naturais em todos os países.



A título de exemplo, se Portugal reduzisse o seu nível de perdas para cerca de 13,9% (o desempenho médio conseguido, em 2020, pela Indaqua no conjunto das seis concessões municipais que detém), seriam poupados anualmente perto de 70 milhões de euros. Um valor que permitiria reabilitar 1.000 km de condutas, cerca de 1% de toda a rede nacional, cujo envelhecimento vai no futuro não só fazer aumentar o volume de água desperdiçada como implicar elevados custos associados à sua substituição, no fim do período de vida útil.



FINANCIAR NEGÓCIOS A QUEM ESTÁ EM SITUAÇÃO DE EXCLUSÃO SOCIAL

O microcrédito favorece a criação de emprego, dinamiza a economia de base local e promove a inclusão social dos seus destinatários.



O microcrédito é um crédito de reduzido montante, até 25 mil euros, destinado à criação de projetos por empreendedores que não reúnem condições de acesso aos meios tradicionais de financiamento. Este conceito de crédito facilita a criação e o desenvolvimento de pequenos negócios, permitindo assim a pessoas em situação de desemprego criarem o próprio emprego e gerar o seu rendimento. Em 2005, Ano Internacional do Microcrédito pelas Nações Unidas, e após um aprofundado estudo de implementação, inspirado no modelo de financiamento criado no Bangladesh por Muhammad Yunus, galardoado com o Prémio Nobel da Paz em 2006, o Millennium bcp lançou a sua operação de microcrédito com o objetivo de identificar, financiar e acompanhar empreendedores com ideias de negócio viáveis, mas com dificuldade de acesso a financiamento para as implementar. Mantendo o seu objetivo inicial, foi possível ao Millennium bcp, durante estes 16 anos de microcrédito, ir apurando o modelo de financiamento, robustecendo a sua autossustentabilidade e ampliando a capacidade de chegar ao público-alvo. Como estratégia para a divulgação e promoção deste

Millennium
bcp

Empresa:
Millennium bcp

Nome do projeto:
Microcrédito

Data de início:
01/11/2005

Data de conclusão:
Não há uma data de conclusão prevista.

Principais beneficiários da iniciativa: **Pessoas empreendedoras com uma ideia de negócio viável e com dificuldades de acesso a crédito bancário tradicional.**

Tendo em conta o atual contexto de pandemia, é expectável que o número de projetos apoiados pelo microcrédito aumente nos próximos tempos.

instrumento, o Millennium bcp estabeleceu um vasto conjunto de acordos de cooperação com municípios, associações empresariais e de desenvolvimento local, universidades, escolas profissionais, empresas de formação e outras entidades da economia social.

16 ANOS A APOIAR NEGÓCIOS E EMPREGO

Como resultado do trabalho desenvolvido, desde o seu lançamento, em 2005, foram apoiados 4.376 projetos, a que corresponde um montante global de financiamento de 42,4 milhões de euros, sendo já 7.028 os postos de trabalho atribuíveis a projetos financiados pelo microcrédito do Millennium bcp.

O volume de crédito ativo concedido às 676 operações em carteira, em 31 de dezembro de 2019, era de 5,1 milhões de euros. Durante o ano de 2019 foi aprovado o financiamento de 177 novas operações, que se traduziram num total de 2,9 milhões de euros de crédito e na criação de 368 novos postos de trabalho.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Erradicar a pobreza – Direitos iguais no acesso aos serviços financeiros, incluindo microfinanciamento.



Trabalho digno e crescimento económico – Apoio de atividades produtivas, criação de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação.



Reduzir as desigualdades – Combate à exclusão social e ao desemprego, independentemente da idade, género, deficiência, raça, etnia, origem ou religião.

MILLENNIUM BCP ENTRE OS LÍDERES DA SUSTENTABILIDADE A NÍVEL MUNDIAL

Sustainability Yearbook
Member 2021

S&P Global

O Millennium bcp regressou em 2021 ao “**The Sustainability Yearbook**”, publicação de referência na área da Sustentabilidade.

A inclusão do Millennium bcp no grupo restrito das Empresas mais sustentáveis do mundo é uma consequência das práticas de **Negócio Responsável** que o Banco tem vindo a implementar e a consolidar nas **dimensões social, ambiental e económica**.



Banco Comercial Português, S.A.

Millennium
bcp

AQUI CONSIGO



TURISMO RESPONSÁVEL

A primeira emissão mundial de obrigações verdes do setor hoteleiro serviu para financiar dois novos empreendimentos em Troia e no Alvor.



O Grupo Pestana optou por realizar dois investimentos sob uma ótica especialmente sustentável: o Pestana Troia Eco-Resort e o Pestana Blue Alvor. São duas unidades que se destacam dentro de todos os projetos nesta área, pela importância da sua integração no ecossistema local e pelo respeito à natureza, considerados desde a fase de projeto e construção até à fase de operação da unidade. Este compromisso reporta-se tanto à construção como à fase de operação, durante as quais são envolvidos os proprietários, os clientes, os visitantes e os trabalhadores dos estabelecimentos. Em razão dessa decisão matricial, e tendo em conta o seu compromisso com a sustentabilidade, o Grupo Pestana emitiu, com a ajuda do BBVA, um total de 60 milhões de euros em green bonds, naquela que foi a primeira emissão mundial de obrigações verdes do setor hoteleiro.

As obrigações verdes são um instrumento de dívida que permite a empresas e Estados captar

60
MILHÕES DE EUROS
em green bonds.

investimento para projetos existentes ou para projetos novos, aos quais estejam associados benefícios ambientais.

Sublinhe-se que no Grupo todos os projetos se alinham pelos seus objetivos com o programa de sustentabilidade, o Pestana Planet Guest o qual se baseia em seis eixos de intervenção: apoio e relação com a comunidade local, educação e cultura, respeito pelo meio ambiente, recuperação e preservação do património classificado, responsabilidade social interna e apoio a projetos de empreendedorismo. Desse modo, todos os projetos refletem a abordagem do Grupo sobre a sustentabilidade: criar valor no longo prazo para a empresa desenvolvendo a sua atividade com respeito pelo meio ambiente, comunidades e cultura locais, colaboradores e clientes.

O Pestana Troia Eco-Resort e o Pestana Blue Alvor são duas unidades que se destacam dentro de todos os projetos do Grupo Pestana nesta área, pela importância da integração das unidades no ecossistema local e respeito pela

natureza, considerado desde a fase de projeto, passando pela construção, até à fase de operação da unidade.

As soluções arquitetónicas utilizadas nas duas unidades financiadas com títulos verdes (green bonds) pensaram no ambiente e nas pessoas dispensando elevadores, o que constitui um contributo para a descarbonização e para a redução de custos de energia. A não existência de elevadores permite uma construção menos onerosa e uma manutenção posterior também menos difícil e menos cara.

A integração dos empreendimentos no contexto ambiental converte o entorno paisagístico como a verdadeira área verde sem necessidade de criação de jardins. Mesmo nas áreas privadas das unidades de alojamento, os espaços ajardinados são constituídos pelas espécies autóctones existentes nos resorts, as quais, precisamente por isso, não requerem rega ou cuidados especiais em termos de tratamento.

Em razão da especial sensibilidade do seu universo em termos de flora e mesmo de fauna, o Pestana Troia Eco-Resort coordena-se com outras entidades (investigadores, pequenos empresários, pescadores e mariscadores, por exemplo) que desenvolvem a sua atividade na península de Troia e no estuário do rio Sado no sentido da criação de um "cluster" de sustentabilidade da região respetiva. Por último, importa sublinhar que o principal indicador a considerar para a medição do impacto está relacionado com a realização dos projetos suportados pelas green bonds bem como a sua conclusão nos termos, condições e prazos fixados. Como os projetos foram concluídos nos termos previstos, tem de se considerar que o impacto da medida candidatada foi total.



Empresa:
Grupo Pestana

Nome do projeto:
Green bonds

Data de início:
01/01/2020

Data de conclusão:
31/12/2025

Principais beneficiários da iniciativa: **Clientes, proprietários e comunidade local.**

Os projetos suportados pelas green bonds e o seu sucesso alavancaram a possibilidade de desenvolvimento de outro projeto, o Pestana Comporta, que já se encontra em desenvolvimento.

QUAIS OS ODS QUE A INICIATIVA IMPACTA



Eradicar a pobreza



Erradicar a fome



Saúde de qualidade



Educação de qualidade



Igualdade de género



Água potável e saneamento



Energias renováveis e acessíveis



Trabalho digno e crescimento económico



Indústria, inovação e infraestruturas



Reduzir as desigualdades



Cidades e comunidades sustentáveis



Produção e consumo sustentáveis



Ação climática



Proteger a vida marinha



Proteger a vida terrestre



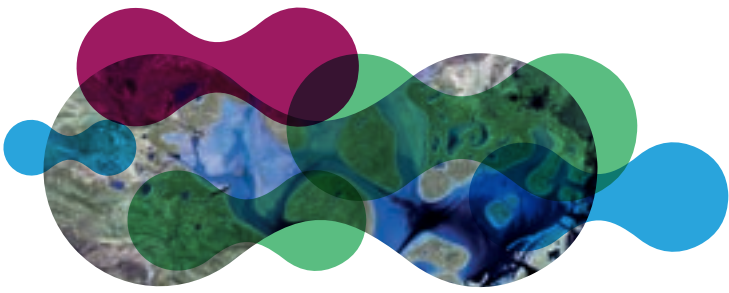
Paz, justiça e instituições eficazes



Parcerias para a implementação dos objetivos







PRÉMIO NACIONAL DE SUSTENTABILIDADE

O AMANHÃ GANHA-SE HOJE

Cerimónia Final | 15 de abril de 2021

A 15 de abril vamos anunciar os **Vencedores da 1ª edição do Prémio Nacional de Sustentabilidade!**

Após meses de trabalho intenso, com o envolvimento e dedicação do nosso Júri, vamos reconhecer, divulgar e premiar as melhores políticas e práticas, na defesa da sustentabilidade global.

Recebemos mais de **80** candidaturas nas 7 categorias do Prémio:

AMBIENTAL

- Descarbonização
- Economia Circular

SOCIAL

- Igualdade e diversidade
- Bem-estar e cidades sustentáveis

GOVERNANCE

- Digital e AI
- Finanças sustentáveis
- Comunicação de sustentabilidade

Na Cerimónia Final vamos anunciar os vencedores de cada categoria e ainda a Personalidade, eleita por nomeação do Júri.

Assista em direto, em jornaldenegocios.pt

Alto Patrocínio

COM O ALTO PATROCÍNIO
DE SUA EXCELENCIA



O Presidente da República

Patrocinador



Knowledge Partner

Deloitte.

MOBILIDADE ELÉTRICA

The EDP logo, consisting of the letters 'edp' in a white, lowercase, sans-serif font, is centered within a red circular background.

A energia da Geração Zero para mover o mundo é Elétrica

SOLUÇÕES DE
CARREGAMENTO

A PARTIR DE

22 /mês
€

Oferta válida para clientes com contrato de fornecimento de energia com a EDP Comercial. Valor apresentado para um Light Charger EDP sem cabo e com instalação base monofásica, por 22€/mês. Pagamento do valor total de 803€ a pronto pagamento ou em 36 mensaldades na fatura de energia, com acerto na última mensalidade. Conheça todas as condições e descontos em edp.pt

EDP COMERCIAL

213 53 53 53 | [EDP.PT](https://edp.pt)