

Aniversário Ambiente Magazine: “Para quando a sustentabilidade?”

29 de Junho, 2022

Os 28 anos da Ambiente Magazine foram assinalados em dezembro de 2021 e, nesse mês, lançamos um desafio ao setor do ambiente. Designado por “Passa-a-Palavra”, este desafio começou com Lee Hodder (Galp), José Furtado (Águas de Portugal) e Ana Isabel Trigo Morais (Sociedade Ponto Verde), onde cada um teve de responder à pergunta -“Para quando a sustentabilidade?” – e, ao mesmo tempo, lançarem o mesmo desafio a outras personalidades, e assim sucessivamente. Nesta [edição número 93](#), que corresponde a`terceira – e última – parte do trabalho, partilhamos os testemunhos da área da Energia.

Hoje, partilhamos o testemunho de **João Menezes** (BCSD Portugal).

PARA QUANDO A SUSTENTABILIDADE?

“A sustentabilidade é uma utopia, no sentido em que à medida de que nos aproximamos, ela se afasta cada vez mais. No limite, estará sempre por alcançar: não é um estado, será sempre um caminho.

Na génese do conceito de sustentabilidade ou de desenvolvimento sustentável, há três ideias-chave: respeitar todas as formas de vida e equilíbrios biofísicos do planeta, construir sociedades coesas, inclusivas e plurais, e assegurar elevados padrões éticos na gestão das organizações públicas e privadas. Obviamente, como o bem-estar individual e coletivo é o objetivo último de qualquer modelo de desenvolvimento sustentável, a componente económica também é muito importante.

A transição para a sustentabilidade é um desafio que convoca todos os atores da sociedade: setor público, empresas, sociedade civil, e academia.

Relativamente às empresas, se ao longo do século XX aprenderam a gerar riqueza e emprego, o desafio para o século XXI é serem capazes integrar os fatores ESG em todas as suas decisões e cadeias de valor, isto é, os riscos e impactes de natureza ambiental, social e de governance. Ou seja, trata-se de serem capazes de transitar de um paradigma centrado apenas na dimensão económica e nos seus acionistas, para um paradigma que envolva também a geração de valor social e ambiental para outras partes interessadas.

É cada vez mais certo que as empresas capazes de alargar o seu foco do “P” de profit, para os “P” de planeta, pessoas e propósito serão cada vez mais competitivas e resilientes. Serão essas as empresas do futuro – e delas depende a sustentabilidade do nosso modelo de desenvolvimento”.