

Negócios

Ambiente · Green Media · sustentabilidade

## “Crises são momentos de oportunidades”

25 de Agosto, 2020, [Hamilton Viage](#)

O programa de sustentabilidade lançado pela Green Media, visa criar um projecto para apoiar as empresas a desenvolverem uma estratégia de sustentabilidade para o futuro.



Isabel Augusto DC Filipe Pombo

Isabel Augusto, diretora-geral da empresa, diz que o programa pretende intensificar a análise de sustentabilidade que qualquer empresa, setor ou dimensão pode adotar e inclusive partilhar as práticas administradas, tornando-as públicas e exemplos de orientação para o setor. Para a líder da Green Media, as crises são sempre momentos de oportunidade, mas é sempre importante olhar com a perspetiva certa para capitalizar essas oportunidades.

### Hamilton Viage

#### O que a levou a avançar com um projeto de raiz num momento de crise como este que atravessamos?

O programa de sustentabilidade tem vindo a ser desenvolvido no último ano. O lançamento público no dia mundial do ambiente, no passado 5 de junho, estava planeado e não foi mera coincidência. Contudo, a epidemia COVID-19 obrigou-nos, desde março, a considerar o seu impacto em todas as frentes. Ainda assim, considero que o *restart* que a epidemia nos obriga a fazer é também um momento de oportunidade para refletir “como vou fazer a partir de agora?” É neste processo que é desde logo oportuno considerar a estratégia de sustentabilidade para o futuro! Pois não será apenas uma questão de opção, mas sim o único caminho que falta desenvolver.

**As crises são momentos de oportunidade ou, simplesmente, há menos a perder quando tudo parece perdido?**

Na minha opinião são sempre momentos de oportunidade e é sempre importante olhar com a perspectiva certa para capitalizar essas oportunidades. Não há menos a perder, há muito menos para investir e como tal o projeto, não só, não surge para capitalizar uma oportunidade – ele já existia – como perde capacidade de realização na sua dimensão de mercado global, vicissitudes da crise profunda que se prevê viver nos próximos 10 anos. A Covid-19 já trouxe benefícios diretos para a estratégia mundial da regeneração do ambiente, contudo nós estamos focados no ACT LOCAL. No que cada um de nós pode fazer, como responsável de uma empresa e líder de uma equipa.

**Quais são os maiores riscos a ter em conta e os principais erros a evitar para quem dá o passo de iniciar um projecto novo num período conturbado como este que atravessamos?**

Em primeiro lugar, seguir a sua própria estratégia e adequá-la constantemente às circunstâncias de mercado que, como já vimos, podem ser sempre vistas pela perspectiva da oportunidade. E em segundo lugar, na gestão de expectativas e da própria sustentabilidade do programa e dos intervenientes. No atual contexto, é previsível uma extensão maior de análise e apreciação das novas estratégias no qual o programa se insere. Ser ele próprio sustentável é uma premissa muito aliciente para o mercado, contudo é preciso que todos saibam avaliar e medir este retorno.

**Quais os objectivos em termos de volume de negócios para este primeiro ano atípico?**

No âmbito da adoção de um programa de sustentabilidade, o volume de negócios deve atingir este ano cerca de 20%, tendo em conta a previsão, por um lado, de um crescimento gradual e consistente no mercado. Por outro lado, a libertação de investimentos anuais progressivos na ótica da sustentabilidade.

**Em que medida este programa é diferente?**

Existem muitos programas de consultoria no ambiente. Quisemos criar o ideal, com a elite, do nosso ponto de vista, de consultores ideais e com o pragmatismo de implementação e MAKE IT HAPPEN que a Green imprime nas suas estratégias para os seus clientes. Este programa tem por isso muito mais do que o normal, de elevadíssima qualidade e com um conjunto de parceiros a “orquestrar” de modo a levar a bom porto cada projeto. Essa é uma arte em que operamos há já muito tempo e, desta vez, inspirados por uma causa maior, procuraremos ir até onde poucos chegam.

**O programa está direcionado para alguns sectores de actividade em específico?**

O programa está preparado para atuar em qualquer setor de atividade e para fazer evoluir a estratégia de sustentabilidade da empresa em qualquer nível de execução que já tenha. O objetivo é continuar a desenvolver a melhor solução de sustentabilidade para a empresa e, como tal, um novo olhar sobre a estratégia em curso vai permitir-nos capitalizar investimento de forma ainda mais assertiva ou direcionar para novos caminhos, ainda mais eficientes na ótica da sustentabilidade.

**Qual o papel da Green numa área tão técnica?**

O contributo da estratégia, desenho do mapa de ação, *solution provider* e da imagem e comunicação. O quê, onde, como e quando serão as variáveis que permitem múltiplas iniciativas de comunicação para quem e o porquê tanto importam. A estratégia e a comunicação fazem parte de um retorno do investimento que não pode deixar de ser considerado no futuro.

**Em época de covid o que muda?**

Muda muito mais do que já vimos e sentimos, nomeadamente na realização de eventos que promovam o encontro de pessoas e corporações. Mas na gestão muda muito mais e de forma mais segmentada, afeta todas as áreas. Há que rever custos de operação, redirecionar investimentos, gerir equipas e recursos de forma ainda mais sustentável, ponderar saltos na inovação e tecnologia, avaliar os resultados de investigação e desenvolvimento e gerir sob uma base completamente nova de risco.

**O poder está no consumidor?**

E este não se convence com ações pontuais incisivas... Há muito a tendência de fazer qualquer coisa e o mínimo obrigatório por lei, mas a verdade é que as marcas continuam a aparecer fora do circuito natural, o que significa que não chega o que está a ser feito. E não basta culpabilizar o consumidor... As marcas têm que ter uma responsabilidade individual no rasto de evidências que deixam, seja por serem líderes de mercado e como tal tenham uma maior frequência e quantidade global de consumo, seja pela responsabilidade social consequente. Se não forem estas, quem será? Já viram que há produtos e marcas que não aparecem. Não parece adequado que todos devam ter um contributo inerente proporcional?

**Como? E de que maneira?**

A multiplicidade de soluções serve para a viabilidade de ações a implementar. Se não for direta, indiretamente. Esta é uma das grandes vantagens deste programa altamente diferenciador – não se resume à consultoria técnica, mas à global da intenção de compensar. Sabemos que há soluções ainda em investigação e desenvolvimento que responderiam a um conjunto de necessidades específicas, mas que ainda não são viáveis. A questão é a reação de conformidade contra a opção temporária a implementar. A destruição de um bem comum não pode compadecer-se com a abstenção ou distribuição de responsabilidade e o consumidor não pode ser o problema e a solução unilateralmente.

**Que são os parceiros de execução do programa?**

Atendendo ao setor em específico, o programa contempla um conjunto de parceiros – empresas e produtos que serão visados e recomendados em diferentes etapas do programa e atuarão em conformidade com o seu métier e especialidade em áreas específicas, nacionais ou internacionais. Em nenhum momento existe a obrigatoriedade de colaboração, apenas a perspetivação de um conjunto de soluções – sejam elas empresas, ideias e propostas. Por outro lado, o envolvimento de parceiros ou convidados internacionais em várias áreas está naturalmente equacionado, mas proporcionalmente dirigido num determinado contexto de diagnóstico das empresas e marcas. Assim como a internacionalização da metodologia do Programa de sustentabilidade aqui incrementada, para evolução externa e internacional – naturalmente de multinacionais. Faz sentido, já aconteceu e a Green Media está preparada para enquadrar, com serenidade, esses desafios.

**Quais são os objectivos?**

A mais-valia deste programa é a reunião de soluções profissionais que são concedidas “ao minuto”. O nosso objetivo não é atingir um resultado mínimo que esteja dentro de um parâmetro definido como aceitável, e sim, como é que com o mesmo investimento se pode atingir o maior e o melhor resultado possível. Esta simplificação de metas e segmentação de áreas técnicas deixa muito aquém o que qualquer Programa de Sustentabilidade poderia proporcionar e de acordo com uma leitura revista em conformidade com o atual contexto e atualidade, o que realmente é mais importante e se pode executar agora. Pois, como sabemos, ainda não há soluções para tudo e não estamos em época de abundância financeira, pelo que é realmente importante investir em sustentabilidade com eficácia.

<https://www.forbespt.com/crises-sao-momentos-de-oportunidades/?geo=pt>