

ECONOMIA VERDE

uma alavanca para a competitividade e o desenvolvimento

Sociedade de Geografia de Lisboa | 13 abril 2015

António Alvarenga

Departamento de Estratégias e Análise Económica
Agência Portuguesa do Ambiente

Conteúdos da apresentação

- ECONOMIA VERDE / CRESCIMENTO VERDE: NO CENTRO DE UMA TRANSIÇÃO
- BENEFÍCIOS-CHAVE / COMO É QUE O “VERDE” CRIA VALOR?
- SECTORES-CHAVE
- CCV – COMPROMISSO PARA O CRESCIMENTO VERDE
- CIDADES, REABILITAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

Conceitos

PNUA

ECONOMIA “VERDE” É A QUE RESULTA EM BEM-ESTAR HUMANO MELHORADO E EQUIDADE SOCIAL, ENQUANTO SE REDUZEM RISCOS AMBIENTAIS E ESCASSEZ ECOLÓGICA.

OCDE

CRESCIMENTO “VERDE”: PROMOVER O CRESCIMENTO E O DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO ENQUANTO SE ASSEGURA QUE OS RECURSOS NATURAIS CONTINUAM A DISPONIBILIZAR OS SERVIÇOS AMBIENTAIS DOS QUAIS O NOSSO BEM-ESTAR DEPENDE. PARA ESTE FIM, O INVESTIMENTO E A INOVAÇÃO DEVEM SER INCENTIVADOS, SUPORTANDO O CRESCIMENTO E GERANDO NOVAS OPORTUNIDADES ECONÓMICAS.

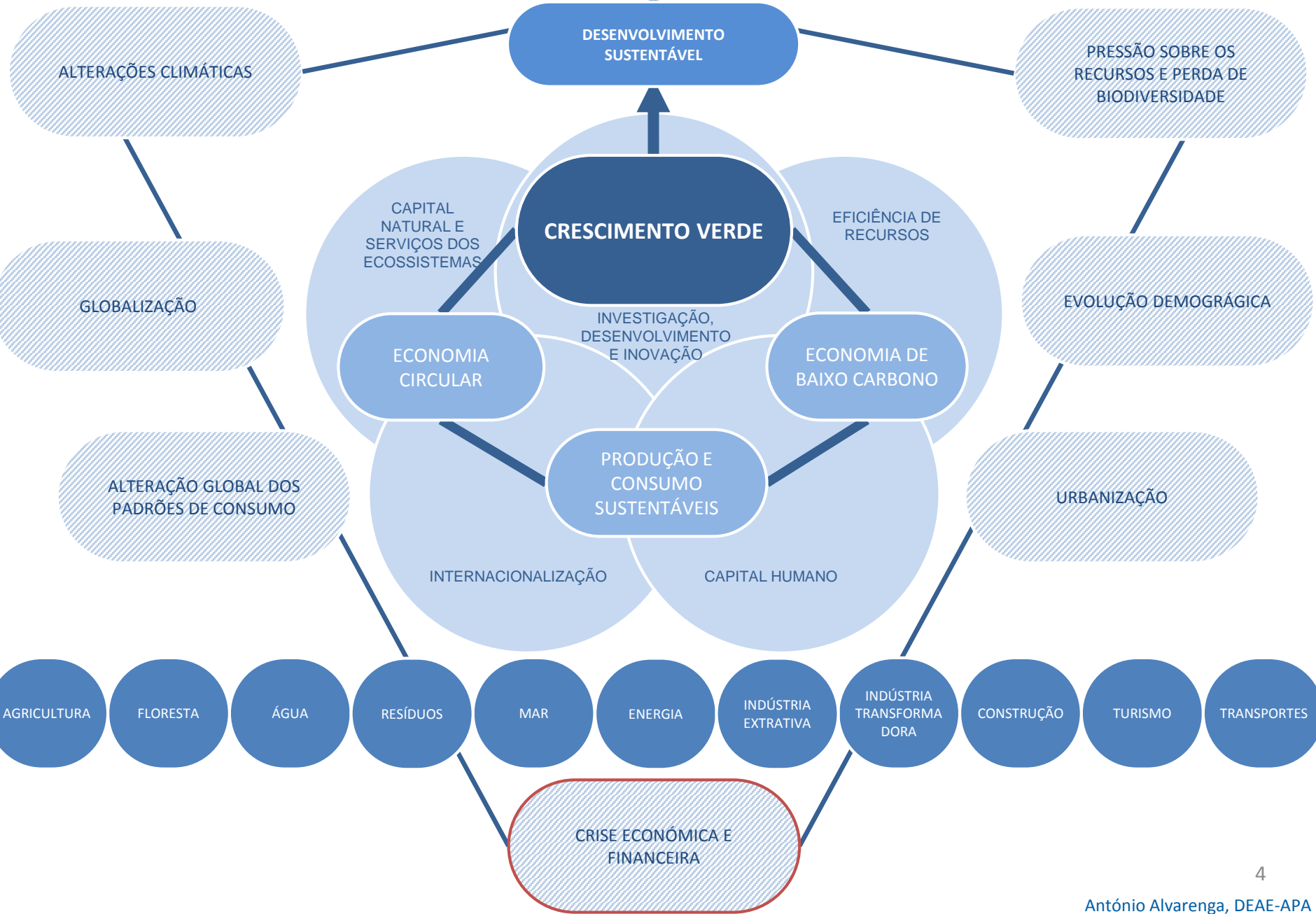
ECONOMIA VERDE

UM SISTEMA ECONÓMICO COMPATÍVEL COM O AMBIENTE NATURAL, SOCIALMENTE JUSTO, RESULTANDO NUMA MELHORIA DO BEM-ESTAR E DA EQUIDADE SOCIAL E REDUZINDO SIMULTANEAMENTE OS RISCOS PARA O AMBIENTE E A ESCASSEZ ECOLÓGICA

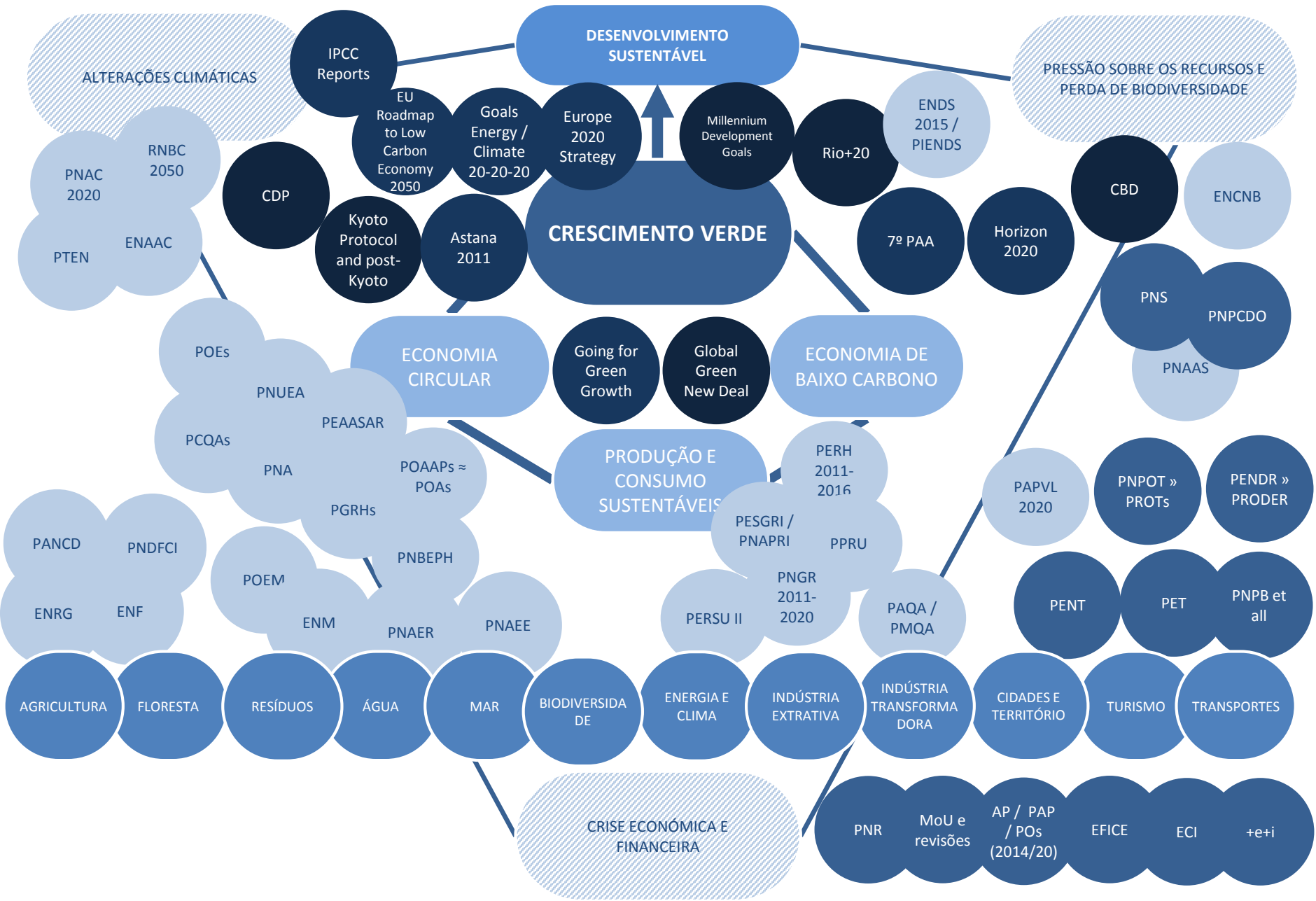
CRESCIMENTO VERDE

UM TIPO DE CRESCIMENTO QUE ACENTUA A COMPONENTE DINÂMICA DO PROCESSO DE TRANSIÇÃO PARA UMA ECONOMIA VERDE APROVEITANDO AS OPORTUNIDADES DE CRIAÇÃO DE VALOR ASSOCIADAS À EXPLORAÇÃO DO BINÓMIO ECONOMIA/AMBIENTE

CRESCIMENTO VERDE NO CENTRO DA TRANSIÇÃO



PLANOS E PROGRAMAS AMBIENTE - ECONOMIA



Potencialidades do crescimento verde

Proporcionar novas fontes de crescimento através de:

- ✓ **Produtividade.** Incentivos para uma maior eficácia na utilização dos recursos e ativos naturais.
- ✓ **Inovação.** Oportunidades para a inovação, impulsionadas por políticas e condições-quadro que permitam novas formas de criação de valor e abordagem dos problemas ambientais.
- ✓ **Novos mercados.** Criação de novos mercados estimulando a procura de tecnologias, bens e serviços verdes, criando novas oportunidades de emprego.
- ✓ **Confiança.** Impulsionar a confiança dos investidores através de maiores previsibilidade e estabilidade no que respeita à forma como os governos abordam as principais questões ambientais.
- ✓ **Estabilidade.** Condições macroeconómicas mais equilibradas, menor volatilidade dos preços dos recursos e apoio à consolidação orçamental.

Reduzir os riscos para o crescimento provenientes de:

- ✓ **Estrangulamentos** que surgem quando a escassez de recursos ou a sua qualidade reduzida torna o investimento mais caro.
- ✓ **Desequilíbrios nos sistemas naturais** que podem originar o risco de efeitos abruptos, altamente prejudiciais e potencialmente irreversíveis.

“Verde” como motor de desenvolvimento



A alteração do comportamento dos consumidores

- ALTERAÇÕES NAS PREFERÊNCIAS E GASTOS DOS CONSUMIDORES
- O MUNDO EM DESENVOLVIMENTO BENEFICIA DE MAIOR PROSPERIDADE
- O CONSUMO CRESCE NOS NOVOS PAÍSES INDUSTRIALIZADOS
- O CONSUMO SUSTENTÁVEL CRESCE NO OCIDENTE
- ALTERAÇÕES NOS HÁBITOS DE COMPRA - MODELOS HÍBRIDOS E VIRTUAIS
- IMPORTÂNCIA CRESCENTE DO CONSUMO COLABORATIVO

*Greening das
cadeias de valor*

*Green
Procurement*

TENDÊNCIA PESADA
ALTERAÇÃO GLOBAL DOS PADRÕES DE CONSUMO

EXPETATIVAS

PRODUTOS E SERVIÇOS AMIGOS DO
AMBIENTE, SAUDÁVEIS E
SUSTENTÁVEIS

CONSCIÊNCIA
AMBIENTAL

PERCEÇÃO

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL DAS
EMPRESAS
CORPORATE SUSTAINABILITY PERFORMANCE

CONSUMIDOR "VERDE"

Como pode/está a responder a economia?

- O desafio para as empresas está no alinhamento com esta nova mentalidade do consumidor e na procura de novas oportunidades de mercado com base em inovações inspiradas em soluções de sustentabilidade.
- O mundo empresarial está a responder a esta alteração nas atitudes de consumo não apenas com a implementação de práticas ambiental e socialmente responsáveis, mas também com o ajustamento da própria estratégia de negócio.
- Entre os líderes empresariais há a convicção crescente de que os desafios ambientais que se colocam, como por exemplo as alterações climáticas, levarão à criação de novos produtos e serviços.
- Os desafios ambientais que se colocam às empresas já começam a ser percecionados como oportunidades de negócio, e não apenas como potenciais custos acrescidos.

Cinco tipologias de benefícios-chave

1. **De mercado** (marca respeitada, vantagem competitiva, acesso a novos mercados, internacionalização exigente)
2. **Financeiros** (maiores margens de lucro, custos reduzidos; eficiência na utilização dos recursos)
3. **De inovação e gestão estratégica** (novos modelos e processos de negócio, novas ofertas de produtos/serviços, eco-inovação, *green rethinking*; alinhamento com tendências globais)
4. **De *compliance*** (redução dos resíduos produzidos, redução de custos de materiais, cumprimento dos regulamentos)
5. **De relação com os *stakeholders*** (atrair e manter talentos, relações com os *stakeholders* e investidores, risco reduzido)

UNEP: Investing towards a Green Economy

The Key Sectors



Sectores-chave CCV



Cidades, reabilitação e sustentabilidade

