

OPINIÃO

Sustentabilidade nas organizações

JÚNIA F. CARVALHO

Professora de sustentabilidade e ética nos negócios, gestora de projetos do Oito e idealizadora do Workshop Comportamento Sustentável

Já faz algum tempo que a sustentabilidade vem ganhando status dentro das organizações, sendo encarada não somente como um discurso para melhorar a imagem corporativa, mas principalmente como prática de sobrevivência no mercado. Mas, afinal, qual tipo de negócio ou projeto deve praticar a sustentabilidade e quem deve incentivar o comportamento sustentável?

Existem empresas, sobretudo as de médio e grande porte, que já assumem esse papel nos seus negócios, projetos, na gestão das pessoas, tendo em vista a busca por certificações que contribuem para ampliar sua abrangência no mercado internacional. Há outras que, engajadas pelas estratégias, reorganizam suas estruturas com foco no valor agregado que a prática da sustentabilidade proporciona, se caracterizando como empresas-modelo e provocando mudanças positivas no comportamento de seus *stakeholders*.

As empresas de micro e pequeno portes, porém, normalmente esbarram em questões essenciais para implantar a sustentabilidade. Em Minas Gerais, elas representam 37% do PIB mineiro, sendo responsáveis por 59% da força de trabalho e representando 48% dos salários pagos no Estado – o que equivale a cerca de R\$ 2,6 bilhões na economia, conforme dados do Sebrae-Minas.

Investidores procuram empresas responsáveis e sustentáveis

Essas empresas são importantes para o desenvolvimento econômico do Estado e, embora a crise tenha impactado organizações de todos os portes, a responsabilidade com o desenvolvimento sustentável permanece alta. O grande desafio é a construção de um novo pensamento, de um novo olhar e de uma forma de agir com soluções que garantam a perenidade do negócio.

Aspectos intangíveis como os valores, a ética e a reputação, intrínsecos à marca, passam a se destacar nesse cenário como diferenciais para a sociedade que, cada vez mais, busca escolher produtos e serviços que possuem esses atributos. Além disso, segundo a Bovespa, investidores procuram empresas responsáveis e sustentáveis para investir seus recursos, pois consideram que a prática gera valor no longo prazo para os acionistas, já que essas empresas são mais preparadas para correr riscos do ponto de vista social, ambiental e econômico.

Dessa forma, ser sustentável pressupõe construir uma relação mais profunda, que ultrapassa os aspectos técnicos. Ser sustentável é ter como objetivo o equilíbrio das ações ambientais, sociais e econômicas, levando em consideração aspectos individuais como sentimentos, visões de mundo e experiências como cultura, educação, interações sociais e comportamentos daqueles que estão à frente dos negócios, os líderes.

No dia 27 de junho, teremos em Belo Horizonte um evento que discutirá justamente a importância das organizações estimularem o comportamento sustentável em todas as instâncias: o Workshop Comportamento Sustentável. O objetivo é propor trocas de experiências e potenciais soluções para que empresários, líderes de projetos e gestores de pessoas atuem como facilitadores de um processo de conscientização coletiva, no qual a sustentabilidade permeie as ações com foco no desenvolvimento.

É preciso estimular os líderes a desenvolverem atitudes sustentáveis de impacto dentro e fora das organizações, por meio de exemplos, projetos e estratégias de negócios. Se queremos mudar o rumo de nossa história, a mudança de comportamento deve ser o primeiro passo.