09/05/2016 - Sustentabilidade: um anseio social e uma questão de sobrevivência para empresas

*Por Maria Luzia de Almeida**

A temática da sustentabilidade ainda é muito nova e passa por um processo de constante transformação, no qual estamos todos aprendendo e ensinando ao mesmo tempo. Porém, tem cada vez mais alcançado amplitude e se transformado em algo espontâneo, capaz de adaptar-se à realidade na qual está inserida.

No mundo empresarial, ainda existem dúvidas do que realmente vem a ser sustentabilidade e, sobretudo, sua diferenciação e relação com a responsabilidade social. É preciso ter claro que estamos falando de dois conceitos distintos, porém complementares, diretamente relacionados e que não podem ser separados. Ambos visam garantir que as necessidades da geração atual sejam atendidas, sem comprometer as próximas que virão.

Também é preciso elucidar o fato de que, ao contrário do que muitas empresas ainda acreditam, praticar a sustentabilidade não significa realizar ações com viés puramente ambiental. Sim, a preservação do meio ambiente é de fundamental importância e essencial ao tema. É importante reflorestar, cuidar da água, até mesmo apadrinhar locais públicos como parques e praças. Isso tudo pode fazer parte de um arcabouço de ações de sustentabilidade, mas não podem ser as únicas medidas tomadas pela empresa. É preciso estar atento para as reais necessidades de seus stakeholders e do meio em que estão inseridos e não esquecer, em hipótese nenhuma, que a sustentabilidade pode estar relacionada aos aspectos econômicos e, principalmente, deve estar ligada à parte social.

Uma empresa sustentável procura inserir em todos os aspectos de sua gestão práticas que garantam o equilíbrio econômico, o bem-estar social e a preservação ambiental, seja desenvolvendo programas voltados aos empregados ou à cadeia de valor, ou mesmo implementando ações de reciclagem ou reuso de água. A sustentabilidade deve estar alinhada aos interesses financeiros sem perder de vista as demandas da sociedade e do planeta. Nada disso é feito da noite para o dia. Leva tempo, demanda, estudo e dedicação constantes. Mas vale à pena, pois os resultados trazem benefícios a todas as partes envolvidas.

Em nossa realidade atual, eu diria que é impossível fugir da sustentabilidade. É uma questão de sobrevivência das empresas, pleiteada não só pela sociedade, mas também pelo mercado. As novas gerações já possuem essa mentalidade intrínseca e não é algo que tenham aprendido, como aconteceu com a nossa geração. Nos jovens, esse chip vem “de fábrica”. A pergunta é: como fazer negócio, vender seus produtos e sua imagem para um público que já sabe tudo sobre pegada de carbono, reciclagem e voluntariado?

Com base em minha experiência pessoal na Termomecanica, o impacto positivo é visível. Temos equipes engajadas, que vestem a camisa e se comprometem com os resultados, e nossas práticas de gestão de pessoas são referência no mercado como um todo. A raiz da nossa sustentabilidade está na forte preocupação com o ser humano, com a saúde dos empregados e familiares em todos os aspectos: físicos, financeiros, emocionais e sociais.

Fazer a diferença e posicionar-se como uma empresa sustentável ganha ainda mais relevância em tempos de crise. É certo que décadas e décadas de atividades com o foco extremamente voltado ao capital nos trouxeram até aqui. Todavia, é a hora de virar o jogo e ressurgir com

mais força, mais cor e com uma mentalidade renovada por novos objetivos.
Claro que o lucro é e sempre será o propósito maior das organizações, afinal, dele depende sua sobrevivência. Porém, colocá-lo acima de tudo e visar a sua obtenção a qualquer custo, sacrificando o ser humano e o planeta, não pode mais ser uma prática aceita como usual. Desta forma, acredito que esse momento crítico globalmente seja um sinal para todos repensarem e remodelarem os seus processos. É hora de tirar a sustentabilidade do discurso e trazer para a prática. De outro modo, não haverá futuro para as corporações.

* Maria Luzia de Almeida é Gerente de Comunicação Corporativa e Responsabilidade Social da Termomecanica

EPR Comunicação