



Sustentabilidade corporativa

DANIEL DOMENEGETTI

Especialista em estratégia corporativa

ROBERTO ARAÚJO

Diretor-presidente da Fundação Espaço Eco

Sobreviver corporativamente é entender que qualquer organização empresarial faz parte de um todo, de uma rede de arquiteturas empresariais que deve ser dinamicamente sustentável para poder sobreviver e evoluir. Além disso, para conseguir sucesso, as empresas devem ser desenhadas para gerar mais valor do que consomem, promovendo resultados positivos para que as organizações participantes dessa rede se tornem capazes de prosperar, isoladamente e em grupo, em uma equação em que cada empresa se torna corresponsável pelo sucesso de toda a rede, e umas das outras.

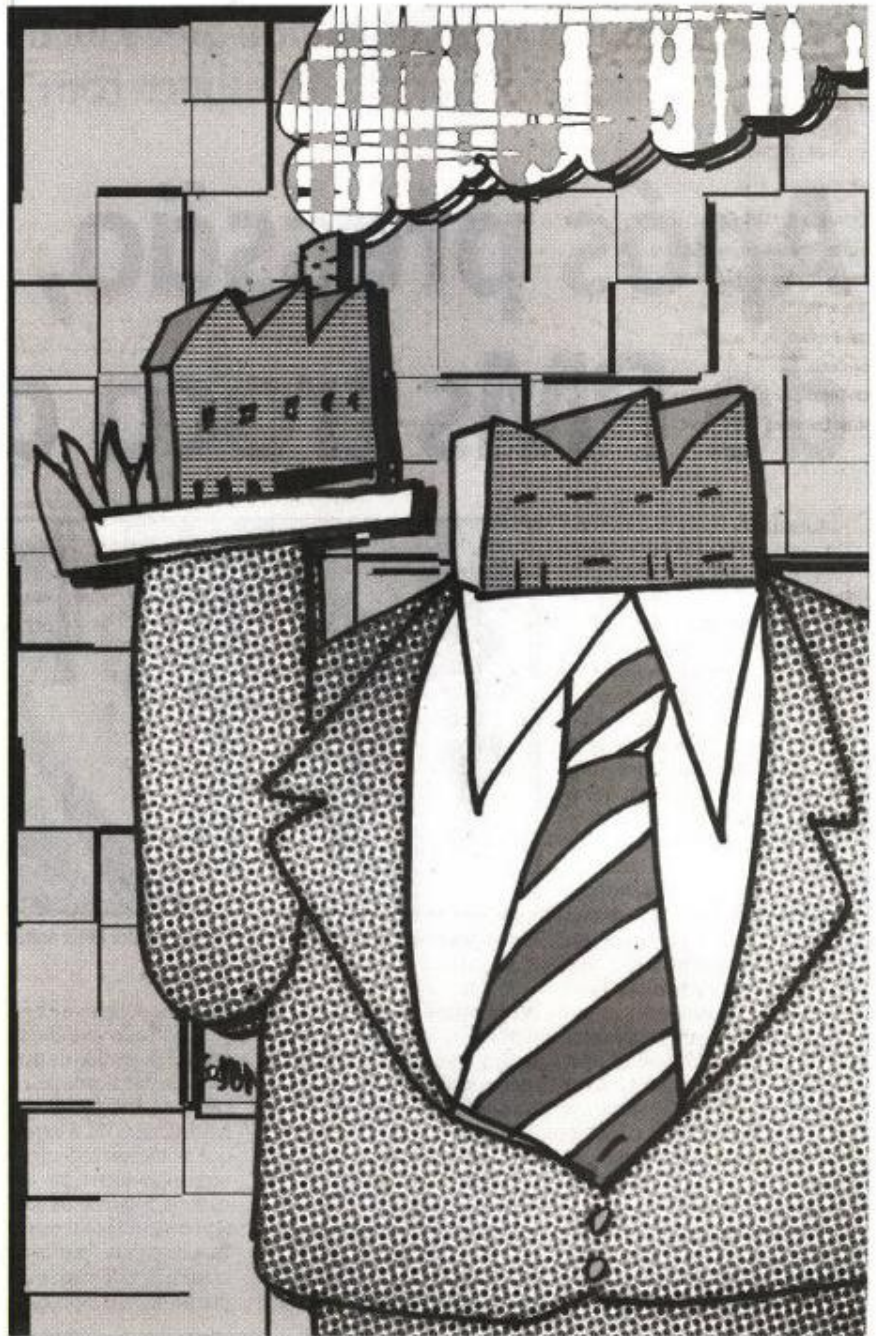
No mundo das grandes empresas, a sustentabilidade corporativa já venceu a etapa de ser compreendida como uma necessidade. De fato, passou a ser um vetor determinante no sucesso dessas organizações e daquelas com as quais elas se relacionam. O modelo vencedor de sustentabilidade corporativa, que avalia a consistência, a perenidade dos resultados e os impactos positivos produzidos pela empresa nas dimensões econômica, financeira, social e ambiental tem sido cada vez mais cobrado e premiado/punido pela sociedade e pelos principais atores que interagem com a companhia. Da mesma forma, a sustentabilidade vem sendo valorizada como atributo diferencial por acionistas e investidores, tornando-se um imperativo de governança para que as corporações consigam sua "licença para operar".

A sustentabilidade corporativa se refere, antes de tudo, a uma postura, uma forma de conduzir as decisões e atividades empresariais. Por isso, deve ser simultaneamente adotada como a lente e a régua pela qual a empresa escolhe operar e ser avaliada: lente, porque toma suas decisões a partir de seu prisma; régua, porque precisa medir seus impactos e resultados a partir de seus parâmetros.

Para ajudar as empresas na busca por esse modelo de gestão baseado na sustentabilidade, já existem profissionais e organizações especializadas. Essas entidades auxiliam empresas a encontrarem o modo ideal de incorporar a sustentabilidade em seu negócio, passando por um processo sistemático na busca pelo alinhamento de seus princípios, valores e interesses e o modo como a empresa se relaciona com seus públicos. Também buscam a análise e medição dos processos e relações empresariais. Dessa forma, a empresa vai além de sua obrigação legal e incorpora a sustentabilidade de forma alinhada ao seu negócio essencial, portanto, componente fundamental de sua estratégia corporativa.

Porém, no frenesi de se tornarem ou mesmo parecerem empresas sustentáveis, diversas corporações assumiram publicamente compromissos "de sustentabilidade" que dificilmente serão cumpridos, simplesmente por não fazerem sentido para seu negócio e para seus clientes, porque não combinam com seus valores ou ainda não são relevantes para o setor de atuação dessas companhias. Mas as consequências disso podem ser drásticas.

A geração de riqueza de uma empresa depen-



Sem aprovação social, a capacidade comercial tende a ser comprometida, porque sua reputação estará comprometida

dente de sua aprovação social é obtida pelo conjunto de instrumentos que a empresa adota para comprovar à sociedade que é integralmente responsável. Sem aprovação social, a capacidade comercial tende a ser comprometida, porque sua reputação estará comprometida. Ter sua postura de empresa sustentável reconhecida pela sociedade passa a ser tão importante quanto a excelência e o sucesso em sua atividade fim, o que configura

sustentabilidade corporativa como um ativo intangível fundamental da empresa. Por isso, uma marca, símbolo da organização, entendida aqui não como um logotipo ou mensagem, mas como o amálgama de seus valores e essência de sua pegada real neste mundo, quando bem conduzida ao longo dos anos, vale mais do que qualquer ganho de curto prazo. E esse é o chamado *payback* da atuação sustentável.