

Gestão para a Sustentabilidade

Gato que nasce no forno é biscoito?!

A palavra da moda agora é Sustentabilidade – dizer-se sustentável ficou chique, e assim muitas empresas estão se autodenominando sustentáveis com finalidade “marqueteira” para tapear clientes incautos ou desinformados.

Uma empresa sustentável é aquela que tem conquistado patamares saudáveis de lucratividade em longo prazo sem comprometer o ecossistema. É a característica das organizações perenes, que corretamente contrariam a lei da natureza do “nascer-crescer-morrer”; empresas não foram feitas para morrer – morrem as que não são sustentáveis. Uma ressalva: sustentabilidade é uma terminologia reservada para organizações éticas – portanto, mesmo as organizações e instituições que obtêm altíssimos ganhos, mas sem ética, nunca poderão dizer-se ou serem reconhecidas como sustentáveis.

Da mesma forma que uma pessoa se prepara para ser mais do que esportista, mas para ser campeã, uma empresa também se prepara para ser mais do que uma empresa viva, mas para ser sustentável – isto é, uma empresa campeã em perene lucratividade. E isto existe? Claro que sim! Há enorme quantidade de empresas centenárias com magnífico vigor operacional e financeiro, e muito queridas pelos seus funcionários, fornecedores e clientes – que por sinal, estes três formam o tripé da sustentabilidade que abrange os aspectos econômico, social e ambiental.

Esta preparação inicia-se obviamente pela vontade ferrenha da Direção em querer que sua empresa torne-se sustentável. A partir desta decisão, os quatro grandes passos são os seguintes:



Oceano Zacharias

1º. Definir a estratégia e estabelecer a política que norteará esta caminhada;

2º. Planejar e definir os necessários recursos humanos, tecnológicos e financeiros;

3º. Estabelecer o controle por processo – mapeamento, objetivos e desafios – como sendo o padrão gerencial da organização;

4º. Inserir a cultura (top-down) da prática de se medir, analisar, concluir e melhorar continuamente.

Estes passos são consagrados e reconhecidos internacionalmente. Portanto, para que uma empresa autodenomine-se sustentável deve ir muito além do que apenas dizer-se que é. As evidências iniciam por tornar pública sua Política de Sustentabilidade que abrange, como dissemos, o econômico, o social e o ambiental, passa por demonstrar ações reais e facilmente observáveis de práticas sustentáveis e avançam até para além de uma certificação - ISO 14000, SA 8000, NBR 16000, etc.

Aproveitar-se indevidamente de algumas ondas é fruto do tal “jeitinho brasileiro” que corre nas veias de algumas empresas que esperam obter ganho fácil com seus desavisados clientes – ganho provisório que, por mais ambíguo que pareça, não será sustentável. Afinal, gato que nasce no forno não é biscoito!

Oceano Zacharias é consultor em Gestão Empresarial – qualidade, planejamento, custos e produtividade. Diretor da Quality* – www.Quality.Eng.Br