

OPINIÃO »

João Pedro Azevedo
Presidente do Conselho de Administração
da Soja de Portugal, SGPS



Sustentabilidade e qualidade de vida – o papel das empresas

40

Anuário de Sustentabilidade 2012 MUDAR O RUMO

Num mundo cada vez mais complexo e em que a velocidade dos acontecimentos é cada vez menos controlável, a gestão das organizações tem procurado soluções e respostas que permitam responder aos novos desafios de uma forma eficaz e eficiente. No entanto, o tema torna-se ainda mais complexo se a questão se colocar num contexto não apenas de curto prazo mas também num horizonte de médio e longo alcance. É aqui que o termo sustentabilidade ganha real significado. Como é que vamos conseguir alcançar determinados objetivos e resultados no imediato, sem comprometer a capacidade de atingimento desses mesmos objetivos no longo prazo? A sustentabilidade é um conceito sistémico, inter-relacionando a continuidade de diferentes prismas como o ambiental, social, económico e cultural.

Para verdadeiramente trilhar o caminho da sustentabilidade, as organizações são obrigadas a ter uma visão sobre si próprias e sobre o mundo que as rodeia com uma abrangência muito mais lata. Vão identificar *stakeholders* que até então nem se lhes conhecia o nome e vão ter que traçar planos concretos para gerir as relações com cada um desses *stakeholders*. Vão identificar riscos e oportunidades, que embora numa primeira abordagem não estivessem ao alcance de um olhar menos atento, poderão definir o futuro rumo estratégico da organização. Na realidade, os conceitos correlacionados com a sustentabilidade obrigam a organização a ver mais longe mas igualmente com um raio de visão muito mais largo. Desta forma as organizações têm que integrar a sustentabilidade como pilar da estratégia e esta deve assumir claramente o papel de vantagem competitiva.

Dito isto, é claro que uma atitude empresarial sustentável não é uma mera atitude ética e muito menos altruísta. Na realidade, sobretudo na última década e mais assertivamente após o início da crise financeira que hoje estamos a viver, é claro para os investidores que os modelos de análise de investimento não são sustentáveis se não tiverem em linha de conta o impacto de longo prazo de uma organização na sociedade e no ambiente. Nesta perspetiva, o desafio não é gerir um clássico *trade-off* entre resultados financeiros e impacto ambiental e social. As regras do jogo são outras, muito mais ambiciosas e inspiradoras: desenvolver modelos em que existe uma correlação positiva

entre os elementos base do pilar da sustentabilidade. E para que se consiga ter esta visão, por vezes basta alargar o horizonte de análise. Como diz Joan Fontrodona, se um carro fica sem gasolina, é uma chatice no momento, mas se fica sem óleo é provável que tenhamos que trocar de carro. No contexto de uma organização, os resultados financeiros são a gasolina, mas a visão sustentável é o óleo.

A introdução de critérios de sustentabilidade numa organização não dá menos importância à *performance* económica e financeira, mas o que procura perceber é a forma como o resultado foi obtido e a capacidade da organização continuar a gerir a relação rentabilidade/risco no futuro. Se as organizações não forem capazes de perceber este novo paradigma, estarão a consumir recursos (sociais, ambientais, financeiros) a uma velocidade superior àquela que conseguem repor. Dito por outras palavras, as organizações estarão a viver do capital e não dos juros, e por definição o capital é finito.

O foco na sustentabilidade contribui para a criação de valor no longo prazo e para atingir os objetivos estratégicos, assente numa gestão de risco muito mais eficaz e eficiente. Cada vez mais os *stakeholders*, sejam acionistas, credores, trabalhadores, seguradoras, agências de *rating*, procuram perceber os riscos dos ativos e a forma como estes são geridos. Focar a análise exclusivamente em elementos económicos e financeiros é olhar basicamente para o presente e passado da organização e na realidade não permite perceber quais os grandes riscos e oportunidades que se terão que enfrentar nem a forma como a organização se propõe a enfrentá-los. A sustentabilidade traz para cima da mesa todas essas questões, tira-nos da zona de conforto e obriga à discussão que é preciso ter – que pode não ser aquela que se quer ter.

É para mim muito claro que todas as organizações que pretendam perdurar terão que introduzir no seu ADN os conceitos que integram hoje em dia a sustentabilidade, terão que se esforçar por ser bons vizinhos, terão que olhar pelos seus interesses fora do seu próprio umbigo, terão que procurar formas de ter um impacto positivo nos outros, terão que contribuir para o incremento da qualidade de vida das pessoas. Caso assim não seja, como versa o Matt Berninger numa música, *"we're half-awake in a fake empire"*.