

ZINE CONSCIENTE



IMD analisa práticas para negócios mais sustentáveis.



#35

O início da década de 2020 tem sido marcado por uma onda de ativismo, inovação e políticas governamentais em prol de uma transformação social positiva. Um número crescente de CEOs, consumidores e políticos parece tomar consciência de que grandes problemas sociais e ambientais – principalmente as mudanças climáticas – vêm se intensificando além dos limites suportáveis.

Pressionadas, grandes empresas finalmente reconhecem que a adoção de uma agenda de medidas disruptivas para enfrentar esses desafios socioambientais também pode trazer vantagens estratégicas para o negócio, gerando maior visibilidade junto ao público e atraindo investidores.

Nesta nova década, “agir bem não será apenas mais uma forma de uma empresa ter sucesso, mas sim a única forma para que isso ocorra”, afirma Jean-Francois Manzoni, presidente do IMD.

Nesse sentido, o Manifesto do 50º Aniversário do Fórum Econômico Mundial de Davos trouxe “um conjunto de princípios éticos para guiar companhias na era da Quarta Revolução Industrial”.

Além disso, pela primeira vez em seus 15 anos de existência, o Relatório de Riscos Globais foi inteiramente composto por questões relacionadas à degradação ambiental e às mudanças climáticas.

Com a pauta da sustentabilidade mais presente do que nunca no cenário mundial, o IMD apresenta algumas de suas principais tendências para 2020:

1.

Líderes responsáveis perseguem os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Professora Susan Goldsworthy

Temos 10 anos para atingir os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) de 2030 estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU). Hoje estamos conscientes de que nosso atual estilo de vida é insustentável, logo devemos nos questionar: “o que fazer quanto a isso agora?”. Uma coisa é certa: gestores e empresas que não assumirem uma postura assertiva na defesa do meio ambiente se tornarão irrelevantes em um futuro próximo.

Uma liderança visionária exige que o indivíduo seja capaz de enxergar além do óbvio, evitando o imediatismo e agindo de modo responsável nas pequenas ações diárias. A IG&H Consultoria Estratégica, por exemplo, recentemente criou um plano de sustentabilidade dedicado a zerar a emissão de CO2. Para isso, além de investir em painéis solares e automóveis elétricos, a empresa também está plantando uma pequena floresta em Portugal e construindo um escritório biofílico. E você, como pode agir para conciliar os interesses das pessoas, da natureza e da sua organização?

2.

Da estratégia de sustentabilidade à transformação sustentável

Professora Bettina Büchel

A integração da sustentabilidade à estratégia corporativa é um fator essencial para lidar com os impactos das novas tendências globais – consumidores mais conscientes quanto aos produtos e serviços adquiridos e o papel desempenhado pelas empresas nesse cenário.

O grupo marroquino OCP, por exemplo, detém acesso exclusivo a 70% das reservas de fosfato do mundo. Nos últimos anos, a companhia vem se dedicando à segurança alimentar global, substituindo a exportação de pedras de fosfato pela de fertilizantes rurais. A mudança manteve o status e alcance global da empresa, enquanto permitiu que ela desenvolvesse o potencial do agronegócio de zonas críticas como o continente africano. Paralelamente, a OCP ainda produz fertilizantes com nutrientes específicos para minimizar os danos da fertilização excessiva de solos ao redor do mundo.

3. **Um novo sistema financeiro sustentável**

Professora Vanina Farber

Nos últimos anos, stakeholders de todos os setores da economia vêm exigindo uma mudança fundamental de atitude nos mercados de capitais: é hora de substituir o modus operandi individualista, extrativo e imediatista por uma visão inclusiva, sustentável e de longo prazo.

Os investidores finalmente estão deixando para trás a velha lógica de custo-

benefício, buscando formas de empregar o capital como instrumento de necessárias mudanças. Suas decisões de investimento, por conseguinte, são cada vez mais guiadas por critérios ambientais, sociais e de governança (ASG); algumas projeções recentes, inclusive, revelam que, até 2030, 1 em cada 3 dos maiores fundos de investimentos será focado em ASG.

4. **Adesão chinesa às metas de desenvolvimento sustentável**

Professor Mark Greeven

Com a maior produção industrial do mundo, a participação da China em iniciativas de desenvolvimento sustentável é essencial para o seu êxito. A colaboração chinesa também é indispensável nas ações da Coalizão Internacional sobre Economia Verde e Inclusiva (GEC – Green Economy Coalition) – resta saber se outros grandes países também se engajarão e acatarão as condições impostas pelo gigante asiático.

5. **A próxima geração influenciará as empresas familiares a atuar com responsabilidade social**

Professor Peter Vogel

As empresas familiares representam a maior parte dos negócios globais, constituindo 2/3 do PIB e da geração de empregos ao redor do mundo. Nesse sentido, ainda que a responsabilidade social corporativa (RSC) e a filantropia

sejam iniciativas importantes, a melhor estratégia para criar sociedades mais prósperas e menos desiguais é a transformação do modelo de negócios em um esquema com mais propósito e verdadeiro impacto social.

Nos últimos anos, as empresas familiares têm visto a nova geração de CEOs assumir suas funções de liderança cada vez mais cedo, fato que promove um grande movimento de renovação organizacional de dentro para fora.

6. **A Responsabilidade Digital Corporativa (RDC) promoverá a integração entre sustentabilidade e digitalização**

Professor Michael Wade

O ano de 2020 será marcado pelo crescimento da Responsabilidade Digital Corporativa (RDC), ou seja, a utilização de recursos digitais em prol de práticas de negócios mais éticas e sustentáveis.

A Responsabilidade Digital Social (RDS) envolve a manutenção da privacidade de funcionários e clientes, assim como uma agenda de diversidade e inclusão digital. Já a chamada Responsabilidade Digital Econômica (RDE) aborda a ocupação de postos de trabalho por máquinas e inteligência artificial (IA), além de prever os novos cargos e funções emergentes.

A Responsabilidade Digital Ambiental (RDA), por sua vez, trata da interação entre tecnologias digitais e o ambiente físico, estabelecendo medidas de

reciclagem, combate ao desperdício e melhor aproveitamento de espaços.

7. **Mudança de hábitos na indústria do luxo**

Professora Stéphane Girod

A indústria do luxo, com sua vasta cadeia de suprimentos e grande demanda energética, é responsável por cerca de 10% da emissão global de gases relacionados ao efeito estufa. A maior parte dos consumidores não tolera mais esse impacto ambiental negativo – como revelaram as manifestações nas redes sociais contra a queimada de um estoque de roupas não vendido da grife britânica Burberry.

A insatisfação pública motivou algumas importantes adaptações da indústria do luxo nos últimos anos:

- Produção sob demanda para evitar desperdícios;
- Aumento da quantidade de lojas dedicadas à venda de roupas e produtos em geral de segunda mão;
- Storytelling focado no propósito da marca;
- Minimização dos danos ambientais nos processos de fabricação, venda e entrega dos produtos.

8. **Marketing como agente de transformação**

Professor Frederick Dalsace

Muitas pessoas enxergam o marketing

como um mal da sociedade moderna, um vilão que incita o consumo de produtos e serviços de baixa qualidade, que não queremos nem precisamos, com o dinheiro que sequer possuímos.

Vários especialistas, porém, vêm sugerindo que o marketing pode sim tornar-se uma força do bem. Para tanto, porém, as relações comerciais devem ser mais conscientes e pautadas em atitudes e comportamentos que estimulem a chamada economia circular.

Em termos econômicos, faz-se necessário usar a criatividade não só para anunciar produtos, mas também para reduzir a pobreza e os demais problemas sociais – essa iniciativa, por sua vez, deve ser cada vez mais valorizada e exigida pelos consumidores■

Reprodução.

Clique [AQUI](#) para ver o artigo original.