

# O mundo é mais do que a empresa

“Compreender que o ESG é um caminho e não exatamente um destino é o primeiro passo”

Por Valor

21/07/2021 00h01 · Atualizado há 9 horas

A presidente da Microsoft no Brasil, Tânia Cosentino, entende a transição para uma economia de baixo carbono como uma das maiores oportunidades de negócio da nossa era e defende como fundamental a geração de lucro através de propósito. Para capturar essas oportunidades e rodar uma empresa alinhada à agenda ESG, o primeiro passo é entender a realidade da qual o negócio faz parte, diz Ernesto Pousada, CEO da VLI. Compreender como o próprio negócio se aproxima do guarda-chuva ESG pode dinamizar um portfólio de boas práticas e preparar a companhia para novos desafios sociais, tecnológicos e ambientais, diz Pedro Rivas, professor de ESG na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). “Se meu negócio é vender sapato, minha estratégia de ESG tem que refletir isso de maneira muito clara e seu sucesso vai depender diretamente do engajamento das áreas core do negócio”, afirma Alexandre Birman, CEO da Arezzo&Co.

Ele diz que os aspectos ambientais, sociais e de governança são balizadores das tomadas de decisões desde 2019, quando o grupo definiu a estratégia de transformação do negócio e estabeleceu a sustentabilidade como norma. “Para uma empresa se alinhar aos princípios dessa agenda, deve tornar suas ações atrativas a investidores focados no tema, reduzir o risco ‘reputacional’ e, principalmente, trazer valores éticos para a sua atuação no mercado”, diz Rivas, da ESPM. “Não é possível dissociar a tomada de decisão, em vários níveis e sobre vários aspectos, da preocupação com a perenidade da empresa, que se traduz na forma como gerimos

riscos e desempenhamos nos aspectos ambiental, social e de governança”, defende Antonio Filosa, presidente da Stellantis na América do Sul.

Para André Clark, CEO da Siemens Energy, é importante que todos os líderes da companhia exercitem e se envolvam diariamente com as pautas ESG. Em sua visão, isso passa por estabelecer os valores da companhia e colocá-los claramente para as lideranças. Ele entende que é preciso estar atento às reações sobretudo no ambiente digital. “Estamos sempre expostos. As pessoas olham se as decisões estão sendo tomadas com a mesma consciência e consistência o tempo inteiro. Na primeira derrapada sua credibilidade cai.”

Entender que o ESG é um caminho e não exatamente um destino é o importante, explica Rivas. Uma organização que está despertando para a conscientização sobre a sustentabilidade também deve descobrir o que não está disposta a fazer pelo lucro ou quais os valores dos quais nunca abrirá mão, afirma. “A companhia foi feita, acima de tudo, para gerar riqueza e empregos. Ela tem de ser lucrativa ao acionista e ao colaborador. Isso é a forma de ter o DNA de um empreendedor. Mas o mundo de hoje é muito mais do que a empresa, e aí entra a capacidade do grupo de influenciar as pessoas e a comunidade. Estamos tomando consciência de que, na nossa cultura, o negócio não é só gerar valor”, reflete Eugênio Pacelli Mattar, presidente do conselho da Localiza.

“Somente com lideranças dispostas a apoiar pessoas e negócios é possível acelerar a transição responsável para a economia digital e construir pontes para uma recuperação inclusiva”, diz Paula Paschoal, diretora sênior do PayPal Brasil. Para Gustavo Werneck, CEO da Gerdau, é preciso “ouvir muito mais, refletir e mostrar empatia. A escuta tem que ser genuína e o CEO o exemplo”.

---

## Conteúdo Publicitário

Links patrocinados por **taboola**

---

LINK PATROCINADO

### Como Lucas conquistou o salário dos sonhos

MILITAR 2021

Leia Mais

LINK PATROCINADO

### Fernanda Souza se divorciou e agora sabemos o porquê

SENIOR GLAM