

Para ser sustentável, tem que ser lucrativo

Célia Rosenblum

Os entusiastas da gestão sustentável costumam falar sobre um tripé que equilibra as operações: resultados financeiros, impacto ambiental e social. Jeffrey Immelt, CEO da General Electric, a multinacional americana cujas operações vão da área de energia à mídia, tem uma visão diferente. Para ele, ser socialmente responsável inclui uma base de quatro pés: corporação, confiança, pessoas e comprometimento com problemas sociais.

Nada existe, porém, se a corporação andar fora da linha. "Tem que fazer dinheiro, tem que ganhar", disse Immelt, ontem, em palestra na conferência anual da Business for Social Responsibility (BSR), que debate responsabilidade social corporativa e termina hoje em Nova York. "O passo número um é a lucratividade". Assim, ficam contempladas as pessoas, os clientes e os investidores. Também é vital que a orientação para ser socialmente responsável seja um alinhamento estratégico. Não adianta ser superficial ou redundante. A boa responsabilidade social, na visão de Immelt, está no coração da companhia. "Não é um tema para ser discutido nos quinze minutos do fim do dia."

Ao lado da atenção ao desempenho do negócio, a companhia precisa dar especial atenção aos aspectos que garantem que seja confiável. E a crise atual, ressalta, mostra a importância dessa abordagem. Na GE, cada empregado assina todo ano um documento em que atesta compreender regras e responsabilidades em relação a seu cumprimento.

As pessoas, especificamente o público interno, são chave para o sucesso da gestão voltada à responsabilidade social. A GE tem uma equipe na China que se dedica a vistoriar e garantir as condições das operações das três fabricas da marca. O quarto pilar é a orientação para a resolução de problemas sociais. A GE opta pela educação: estimula o aprendizado de matemática e ciências junto a estudantes dos níveis primário e secundário.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 7, 8 e 9 nov. 2008, Empresas & Tecnologia, p. B1 e B5.