

Empresas que partilham “ADN” da organização conseguem melhores desempenhos de sustentabilidade, indica estudo

9 de Novembro, 2021

As empresas com práticas de “*stakeholder management*” profundamente enraizadas são, pelo menos 20%, mais rentáveis e geram maior impacto ambiental e social. A conclusão é de um novo estudo da Accenture e do World Economic Forum que revela as características que os executivos “C-Suite” devem possuir para construir organizações sustentáveis, que ofereçam valor duradouro e impacto equitativo aos seus colaboradores, clientes e às comunidades em que se inserem, pode ler-se num comunicado.

O relatório – “*Shaping the Sustainable Organization*” -, demonstra que as intenções são amplamente superiores à capacidade das organizações para garantir o cumprimento dos objetivos ambientais, sociais e de *governance* (ESG). Para alcançar as metas de sustentabilidade, a Accenture e o World Economic Forum descodificaram o “ADN da sustentabilidade”, um conjunto de 21 práticas, sistemas e processos de gestão que constituem as bases da construção de uma política centrada nos *stakeholders*.

“Os desafios ambientais e sociais do planeta já estão a impactar o mundo dos negócios”, refere Peter Lacy, chief responsible officer e responsável global pela área de Sustainability Services da Accenture, acrescentando, contudo, que “o nosso estudo com o World Economic Forum revelou que as empresas que partilham o ADN da sua organização e liderança com os seus *stakeholders*, garantem desempenhos de sustentabilidade e criação de valor significativamente melhores. Estas organizações pioneiras, tiram partido de novas tecnologias e conjuntos de dados ESG para criar cadeias de abastecimento mais sustentáveis e resilientes; sistematicamente aproveitam o poder inovador da diversidade, e impulsionam o crescimento ao colocar as necessidades dos seus *stakeholders* no core de produtos, serviços e novas oportunidades de mercado. Aqueles que ignorarem que este é o momento de se posicionarem para o futuro, correm o risco de ficar para trás.”

Para avaliar o “ADN de sustentabilidade” em organizações de todo o mundo, a Accenture e o World Economic Forum criaram o Sustainable Organization Index (SOI), que classifica cerca de quatro mil empresas com base em evidências da utilização no mercado de práticas de apoio aos ESG em 146 áreas. As organizações no “quartil superior do SOI demonstram um desempenho significativamente mais forte quando comparadas com aquelas com pontuações mais baixas ou menos consistentes”. Em particular, “as empresas com um “ADN de sustentabilidade” mais forte, alcançam em média, um aumento de 21%, tanto na margem EBITDA como no impacto ambiental e social”, refere o estudo, partilhado pelas entidades.

De acordo com o relatório, a incorporação do ADN de sustentabilidade impulsiona, de três formas distintas, mudanças comportamentais ao longo de toda a organização – promovendo conexões humanas; potenciando a inteligência coletiva e impulsionando a responsabilidade a todos os níveis. No geral, as empresas tendem a ter pontuações mais altas nas categorias que capacitam e que aprofundam “conexões humanas” (pontuação SOI média = 57), e que refletem a sua capacidade de envolver os *stakeholders*, mas são mais fracas em áreas que constroem “inteligência coletiva” (47), sugerindo alguma dificuldade das equipas de liderança na construção de uma política centrada nos *stakeholders*.

Em termos gerais, a pontuação média das empresas no SOI foi de apenas 52/100, sugerindo que a maioria tem potencial significativo para fortalecer seu “ADN de sustentabilidade”. O relatório defende três etapas que as organizações devem seguir para criar um ciclo de mudança que gere valor para todos os *stakeholders*: Diagnosticar: realizar uma avaliação de alto nível, através de ferramentas de diagnóstico, que revele as áreas de negócio onde o “ADN da sustentabilidade” é mais forte, mas também onde é necessário mais esforço; Definir: identificar, recolhendo informação de diversas fontes, as principais intervenções necessárias para atingir as metas de sustentabilidade da organização; Desenvolver: construir um roteiro baseado na visão da organização para a mudança, com um conjunto claro de KPIs para medir o sucesso no fortalecimento contínuo do “ADN da sustentabilidade”.

Para o professor Schwab, fundador e presidente executivo do World Economic Forum, “o impacto abrangente da COVID-19 fez-nos entender que as organizações precisam de responder às necessidades de todos os *stakeholders*”. Por isso, “ao investir em práticas organizacionais que se mantêm, as empresas contribuem para o bem-estar social e para o bem comum, ao mesmo tempo que ficam em melhor posição para atingir as suas metas financeiras”, acrescenta.