

SUSTENTABILIDADE

INFORME SETORIAL

Bob Sternfels exalta peso da sustentabilidade

MCKINSEY

“Estar no mesmo lugar continua a ser o melhor modelo para a solução criativa de problemas, alinhamento e a tomada de decisões em questões difíceis. Ao mesmo tempo, para muitas tarefas o modelo remoto provavelmente funciona melhor.” Líder global da Mckinsey estudou nas universidades de Stanford e Oxford, e começou a trabalhar na empresa em 1994.

A estratégia de sustentabilidade não pode ser uma atividade “lateral” de uma empresa. Em um mundo em que os clientes cada vez mais cobram um posicionamento ambiental de grandes corporações, o meio ambiente precisa estar no centro da estratégia, de acordo com Bob Sternfels, managing partner global da Mckinsey & Co.

“Uma ‘estratégia de sustentabilidade’ separada de uma estratégia central é algo que está cada vez mais deixando de existir; elas agora são uma coisa só”, disse o executivo, em entrevista por e-mail ao Estadão. Ele ainda falou sobre a busca pelo modelo de trabalho ideal no pós-pandemia e a forte tendência de empresas de grande porte buscarem modelos disruptivos de negócio.

Leia a seguir os principais trechos da entrevista:

A atuação das empresas no âmbito social, ambiental e de governança ga-

nhou força nos últimos anos. É possível uma empresa criar do zero uma cultura ESG?

Em nosso trabalho, pensamos nisso de forma mais ampla do que apenas ESG, por meio do que chamamos de impacto holístico. Embora algumas empresas possam ter, historicamente, investido mais do que outras em iniciativas ESG, o fato é que qualquer instituição terá de responder a vários grupos – funcionários, clientes, fornecedores, acionistas... Nas minhas conversas com CEOs, fica claro que eles sentem urgência de entregar resultados para todas as partes.

O movimento em direção ao ESG é honesto, em sua opinião?

É absolutamente genuíno. No aspecto prático, considere os desafios que os CEOs enfrentam hoje. Eles precisam ajudar a orientar suas empresas durante uma pandemia que ainda aflige grande parte do mundo. Precisam atender a uma base de clientes que espera não só uma experiência perfeita, mas também que as empresas façam o que é certo com o meio ambiente e com as comunidades. É por isso que a prática de sustentabilidade é uma das partes de nossa empresa que mais cresce hoje: atendemos a mais de 600 clientes em temas relacionados e executamos 1,7 mil projetos nos últimos três anos.

Um movimento em direção ao ESG também precisa incluir também conceitos como diversidade e inclusão?

Sim, e os números mostram que a diversidade está fortemente relacionada a melhores resultados. Nossas pesquisas encontram uma ligação entre a diversidade – especialmente nas equipes executivas – e a lucratividade. De fato, em um relatório que publicamos no ano passado sobre 700 empresas de capital aberto na América Latina, funcionários cujas organizações adotaram a diversidade relataram se sentir mais propensos a propor novas ideias e a colaborar com mais eficácia. A inclusão

também é essencial. Todos precisam se sentir em um ambiente onde todo o seu “eu” é bem-vindo.

Existe uma maneira melhor de “eleger” uma causa? Ela deve, preferencialmente, estar relacionada ao negócio principal?

Acredito que sustentabilidade e inclusão são fundamentais para o sucesso de uma empresa. Os clientes estão cada vez mais dispostos a pagar mais por produtos sustentáveis, e estamos vendo um enorme fluxo de capital para tecnologias sustentáveis. Nossa pesquisa sugere que as tecnologias de próxima geração podem atrair de US\$ 1,5 trilhão a US\$ 2 trilhões de capital de investimento por ano até 2025. Uma “estratégia de sustentabilidade” separada de uma estratégia central é algo que está cada vez mais deixando de existir; elas agora são uma coisa só.

Outra questão que surgiu durante a pandemia é a discussão do trabalho remoto versus trabalho no escritório. O modelo híbrido veio para ficar?

Conforme voltamos (ao escritório), um modelo híbrido fará sentido para muitas organizações, mas a chave será reunir as pessoas para as tarefas nas quais a colaboração realmente faz a diferença. Estar no mesmo lugar continua a ser o melhor modelo para a solução criativa de problemas, alinhamento e a tomada de decisões em questões difíceis. Ao mesmo tempo, para muitas tarefas, o modelo remoto provavelmente funciona melhor. Encontrar o equilíbrio “híbrido” certo trará uma série de benefícios: menos emissões de carbono com deslocamentos, um estilo de vida melhor e mais equilibrado e uma organização mais rápida.

Em linha com o fórum da Mckinsey no Brasil, vemos um movimento de empresas tradicionais criando novos negócios. É uma tendência clara?

Sim. E não se trata apenas de empresas tradicionais se reinventando, mas de repensar as linhas entre os setores. Bancos tradicionais competem com fintechs; o

setor aeroespacial busca empresas de software e dados. Os disruptores tendem a criar valor desproporcional em seus setores, mas tradicionalmente não têm a escala ou os recursos das empresas estabelecidas. A questão é: empresas estabelecidas podem criar a própria disrupção? Cremos que sim. Ajudamos clientes a construírem 180 novos negócios nos últimos 12 meses, incluindo 30 na América Latina.

Núcleo de Inteligência – Sedet

Edição 286 - Em 22 de novembro de 2021

Os textos do conteúdo exposto neste informativo não são de autoria do Governo do Estado do Ceará.