

Que marcas sua empresa deseja deixar no mundo?

Quando pensamos na marca de uma organização, lembramos da sua logomarca, do valor financeiro que ela possui, e agora, em tempos de sustentabilidade, o que vem à mente são seu modo de produção e os processos que emprega.

Não parece, mas é muito difícil responder se uma empresa está deixando boas marcas no seu percurso ou se seus impactos estão sendo nocivos para a sociedade e para o mundo.

Buscar respostas na missão e na visão da empresa dificilmente resolverá a questão, e muito menos elas estarão nos resultados dos balanços e relatórios sociais e financeiros: muitas dessas descrições resumem-se a um amontoado de palavras e números “frios”, que nem sempre traduzem as verdadeiras práticas da organização.

Que marcas sua empresa deseja deixar no mundo? Eis aí uma boa reflexão para os tempos em que palavras como “transparência” e “ética” estão sendo usadas como nunca, mas ainda não são entendidas e praticadas por algumas organizações sem esquecer que as mesmas são formadas por pessoas e que são estas que promovem as ações, criando e implementando os modelos de gestão que irão conduzir a todos em nossas práticas diárias, sejam profissionais ou sociais.

Matéria recente publicada na *Nature* diz que um grupo internacional de cientistas aponta que identificar e quantificar para a humanidade os limites da Terra ajudaria a evidenciar, também, os limites das transgressões humanas que tanto mal têm feito ao planeta e ao próprio homem.

Entendemos que um processo de informação, educação e conscientização nessa direção poderia ser o ponto de partida para as mudanças de que tanto necessitamos, para nós e para o mundo.

Lia Medeiros
Diretora do Núcleo de Sustentabilidade TN