

A sustentabilidade à serviço da gestão

Os desperdícios em empresas geram uma série de consequências negativas, para os negócios, para o meio ambiente e para a sociedade como um todo.

Ao procurar no dicionário o conceito da palavra desperdício, muito provavelmente, você irá se deparar com as seguintes definições: despesa ou gasto exagerado, esbanjamento, uso sem proveito, perda. A ausência de ações planejadas, que se sustentam ao longo do tempo, faz com que muitos supermercados tenham a sua competitividade e saúde financeira afetadas.

Assim, pensar os processos de forma sustentável é utilizar o recurso como um aliado, e não se tornar refém dele, afinal, já diziam que o limite entre a dose certa e o veneno é a quantidade que se gasta!

As ações implementadas podem ter vários formatos. O supermercado pode optar por estabelecer políticas que abordam o uso consciente dos recursos; os processos podem ser revisitados, as compras podem se tornar mais inteligentes, e, principalmente, propor um formato de gestão de equipe que priorize a educação do comportamento orientado para a sustentabilidade.

Políticas de desperdício zero, que vão desde a redução de gastos com limpeza e vigilância, passando por telefonia fixa e móvel e controle de estoque, até água e energia elétrica são bons exemplos que concretizam esta situação. Movimentos como estes podem garantir uma gestão mais saudável do supermercado, que em uma só tacada, trabalha (e resolve) questões relacionadas as fraquezas internas - equipe, bem como incorpora em seu discurso junto ao consumidor, a adoção de medidas sustentáveis.

Fato é que a sustentabilidade, quando implementada de forma inteligente e coerente com o negócio, respeitando o *core business* da empresa, além de impactar na redução dos custos mensais, gera um ambiente de trabalho mais eficiente e motivador.

Quando as práticas são orientadas por uma estratégia consistente, reverberam no negócio de maneira sistêmica, assim, além de diferencial competitivo, desperta no colaborador o desejo de estar mais alinhado com o propósito apresentado e reflete na satisfação do consumidor.

A sustentabilidade, aplicada desta forma, serve mais à gestão do supermercado, que passa utilizar os recursos de maneira estratégica e consciente, viabilizando a continuidade e crescimento do negócio.

Elaborado por:

Iracema Padovani, advogada especialista em direito ambiental, pós-graduada em educação ambiental e gestão estratégica de pessoas, diretora da SejaCor – Consultoria e Educação em Sustentabilidade, consultora estratégica de sustentabilidade e gestão, consultora em legislação ambiental e temas afins há cerca de 10 anos, palestrante e instrutora de cursos.

A SejaCor contribui na incorporação de crenças e práticas sustentáveis aliada a processos criativos com geração de valor ao negócio de empresas, desenvolvendo estratégias de sustentabilidade para inovar na gestão.