

Valores éticos e responsabilidade social como fatores de sucesso empresarial e transformação social

Neste início de novo milênio, as empresas estão consolidadas como importantes agentes de desenvolvimento econômico e de avanço tecnológico, passando a ter cada vez mais influência na vida da comunidade local e global. O impacto que uma empresa exerce sobre a sociedade pode ser percebido não apenas quando ela abre uma nova planta industrial, modificando o espaço urbano e o meio-ambiente, gerando mais empregos ou pagando impostos que se revertem em benefícios sociais. A publicidade de seus produtos ou serviços influenciam pessoas, porque são condutores de valores e de padrões de consumo. Alguns dados comprovam que, muitas vezes, o poder de influência das empresas é superior até mesmo ao dos próprios estados. E um grande poder deveria ser sempre acompanhado de muita responsabilidade!

Tamanha influência não pode ser simplesmente direcionada para a obtenção de lucro para os acionistas das empresas, desconsiderando interesses de todos os demais públicos com os quais interagem (clientes, fornecedores, governo, funcionários, sindicatos, comunidades onde estão inseridas e meio-ambiente). Cresce entre os vários segmentos sociais a percepção de que as empresas têm um papel mais amplo a cumprir, sendo co-responsáveis no desenvolvimento da sociedade. Já é consenso a tese de que as empresas que quiserem crescer, serem lucrativas e terem sucesso a longo prazo precisam incorporar em suas práticas cotidianas a qualidade ética nas relações com seus diversos públicos. Essa postura caracteriza a responsabilidade social empresarial, que é um conceito em construção (e requer uma mudança cultural) onde empresas e seus parceiros buscam um processo conjunto de gestão e desenvolvimento, sem prejuízos de uns e bons resultados para outros. Nesta perspectiva, a responsabilidade social das empresas ultrapassa a geração de empregos, o pagamento de impostos, a implementação de ações filantrópicas isoladas - muitas vezes paliativas, mas ainda assim importantes em uma sociedade profundamente marcada pela desigualdade e que privilegia o capital em detrimento da dignidade humana. Para o Brasil de hoje, a grande contribuição das empresas é colaborar para a construção de uma sociedade mais justa, ambientalmente sustentável e onde a ética impere em todas as ações e decisões.

Em um mercado em que qualidade de produtos, preços equilibrados e ações de marketing passaram a ser *commodities*, a responsabilidade social está se tornando cada vez mais fator de sucesso empresarial. Atrelar a marca da empresa a uma imagem ética

www.nossasaopaulo.org.br e www.cidadessustentaveis.org.br

RE
DE
E
NOSSA
SAOPAU
LO



PROGRAMA
CIDADES
SUSTENTÁVEIS

é o maior patrimônio que uma empresa pode ter. É a certeza da longevidade de seus negócios e sinônimo de lucro para si e para a sociedade. Ou seja, além de ser bom para a empresa, é a atitude certa, pois está sustentada em princípios e valores. Ao adicionar às suas competências básicas um comportamento ético e socialmente responsável, as empresas adquirem o respeito das pessoas e comunidades que são impactadas por suas atividades e são gratificadas com o reconhecimento e o engajamento dos seus colaboradores, e a preferência dos consumidores. Para todos que estão envolvidos na gestão das operações fica a gratificação de estar agindo coerentemente com suas convicções éticas, dando bons exemplo à comunidade, não por seus discursos, mas por suas atitudes e ações.

Oded Grajew

