

Custos e ganhos da responsabilidade social

A responsabilidade social empresarial é a gestão da empresa baseada em princípios e valores, expressos formalmente em seu código de ética e que devem nortear todas as suas relações, planos, programas e decisões. A empresa precisa mapear todos os públicos impactados por suas atividades (funcionários, clientes, fornecedores, governo, comunidade, acionistas, meio ambiente, concorrentes e credores) e traduzir seus valores em normas que balizam as relações.

Praticamente todos os dias os dirigentes tomam decisões que afetam a organização. Numa empresa que busca implementar uma gestão socialmente responsável as decisões devem ser permanentemente confrontadas com seu código de ética. Decisões e formas de relacionamento implicam em escolhas. Podemos sempre fazer qualquer coisa de várias formas diferentes. O ser humano nasceu com o dom da liberdade e com a felicidade e muitas vezes a angústia de poder ou de ter que fazer escolhas. Muitas vezes, premidos pelo tempo ou amortecidos pela rotina, pelo automatismo, pela pressão coletiva e pelo medo do risco, nem percebemos que existem alternativas para cada ação e cada forma de relação.

As pessoas reagem na maioria das vezes pela forma como são tratadas. Na medida que a empresa depende cada vez mais do apoio de diversos públicos, a responsabilidade social é retribuída com o engajamento dos funcionários, a preferência dos consumidores e dos investidores e o reconhecimento da comunidade. Inúmeras pesquisas comprovam que as empresas éticas são em média mais bem sucedidas e mais duradouras. Mas uma empresa que pretende adotar uma gestão socialmente responsável atraída, com justa razão, pela perspectiva do sucesso deve estar preparada a arcar com os custos que muitas vezes devem ser assumidos por posturas éticas. As perdas de curto prazo devem ser encaradas como investimentos que trarão retorno a médio e longo prazo.

A empresa que cumpre a legislação trabalhista e que investe na saúde, educação e segurança dos seus funcionários tem um custo de pessoal maior que seus concorrentes que não desenvolvem a mesma política. Por outro lado pode auferir uma produtividade muito maior, reter e contratar pessoas talentosas e engajadas e não correr o risco de um grande passivo trabalhista. Ao procurar poupar, resguardar e apoiar seus funcionários em época de crise, a empresa arca com custos que certamente serão compensados pela

lealdade e reconhecimento dos colaboradores, consumidores e comunidade. Ao procurar oferecer produtos e serviços de qualidade, ao implementar programas de preservação ambiental, ao assumir a responsabilidade pelos resíduos e lixo gerados por suas atividades, a empresa muitas vezes incorre em custos maiores que seus concorrentes não tão responsáveis e perde mercado a curto prazo, mas certamente ganhará credibilidade no futuro. Ao manter seus investimentos sociais mesmo em época de crise a organização sacrifica seus resultados financeiros imediatos, mas fortalece sua imagem e marca. Ao não compactuar com a corrupção, ao obedecer a legislação fiscal a empresa pode perder negócios ou facilidades a curto prazo, mas certamente se livra de um passivo fiscal e legal que poderia destruí-la a médio e longo prazo. Uma empresa que pretende de verdade ser socialmente responsável sabe que é preciso recusar negócios, perder oportunidades e revogar decisões que contrariam os seus valores porque acredita que a ética é uma postura que acaba recompensando a organização, seus dirigentes e funcionários.

Pelo imenso poder do setor empresarial, a responsabilidade social das empresas possui um grande poder de transformação social, desde que assumida de forma séria, realista, coerente e consistente. Ao flexibilizar seus valores na primeira dificuldade, ao não estar preparada para tomar decisões que implicam em perdas, a empresa corre enormes riscos de perder sua credibilidade e distorcer o entendimento por parte da sociedade sobre a cultura da responsabilidade social. Apenas decisões pautadas em critérios éticos e não vantagens ou desvantagens de curto prazo por parte de empresas, sindicatos, organizações sociais, organismos internacionais, partidos políticos e governantes poderão construir um mundo melhor.

Oded Grajew