

A ÉTICA COMO FERRAMENTA PARA A COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS BRASILEIRAS

Oded Grajew

À primeira vista, ética e competitividade podem parecer idéias conflitantes. Isso ocorre porque a ética nos lembra valores e normas de conduta que visam o bem coletivo, e a competitividade leva nosso pensamento para a luta de todos contra todos, o vale-tudo onde o homem é lobo do próprio homem.

Entretanto, opor ética e competitividade desta maneira é um equívoco. Na verdade, adotar padrões éticos de comportamento tornou-se um instrumento fundamental para as empresas que querem ser competitivas agora e no futuro. Os princípios éticos traduzem-se em práticas de responsabilidade social empresarial que são cada vez mais exigidas pela sociedade.

Por outro lado, é bom não esquecer que uma das principais causas da crise no mercado financeiro internacional foram as fraudes de bilhões de dólares em balanços e operações de mega-corporações americanas (Enron, WorldCom, Tyco, Xerox, Merck, entre outras). No palco simbólico da economia global, essa seqüência de escândalos pode ter marcado o início de uma nova época, na qual a postura ética da empresa vai, mais do que nunca, fazer a diferença.

No Brasil, o empreendedor há muitos anos tem que conviver com um ambiente econômico de restrições e dificuldades. Mas isso não é motivo ou desculpa para que ele não dê uma orientação ética para os negócios que lidera.

Pelo contrário, as empresas brasileiras têm que se relacionar com consumidores que estão de olho em suas atitudes. Ao adotar compromissos claros com princípios éticos de atuação, a empresa obtém melhoria no ambiente interno. Afinal, uma postura desse tipo leva à ampliação da transparência nas operações, à valorização do esforço coletivo e à abertura de espaços de diálogo e negociação. Além de ajudar a constituir um clima organizacional positivo, o compromisso ético da direção serve de sinalização para todos os funcionários, desestimulando comportamentos irregulares ou ilegais em suas atividades profissionais.

Empresas reconhecidas como éticas e socialmente responsáveis angariam maior confiança de seus clientes e agregam à sua imagem uma aprovação crescente, à medida em que suas ações resultam em benefícios sociais efetivos. Além disso, ao estabelecer um padrão ético de atuação empresarial, as organizações influenciam seus clientes, fornecedores e concorrentes, criando novos paradigmas de relacionamento.

Com o tempo, o investimento na ética vai mostrar seus efeitos nos próprios negócios da empresa. A responsabilidade social confere um diferencial de qualidade, que lhe facilita o acesso a mercados valiosos, atrai capitais e investidores de ponta, e possibilita o recrutamento, a retenção e o desenvolvimento de profissionais com talentos diferenciados. Tudo isso pode ser resumido num fator fundamental: a sustentabilidade dos negócios a médio e longo prazos.

A economia brasileira tem dado sinais de que pode, depois de muitos anos, iniciar um ciclo de recuperação e desenvolvimento. Nesse quadro, vão estar à frente as empresas que primarem pela excelência na gestão de seus negócios, de tal maneira que os ganhos de produção e competitividade se dêem de forma socialmente responsável, lembrando que a gestão dos negócios pautada pela responsabilidade social extrapola os limites da filantropia. Não é um fim em si mesmo, mas um instrumento de transformação da sociedade, cada vez mais necessário diante dos desafios sociais e ambientais colocados. Campanhas e promoções de caráter filantrópico, como recolhimentos de donativos, costumam ser episódicas, de eficácia limitada, e colocam seus beneficiários em posição de meros receptores de recursos e doações. O mercado vai cobrar e recompensar esta postura empresarial.

Por isso, quem quiser garantir seu espaço nos novos tempos de competitividade global deve começar fazendo bem a lição-de-casa, incorporando a ética e a responsabilidade social como ferramentas de seu dia-a-dia, que agregam a seus produtos e serviços o valor da confiabilidade e somam às suas metas o objetivo de contribuir para uma sociedade melhor.

Oded Grajew é presidente do Conselho Deliberativo do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e do Conselho Deliberativo do Uniethos, presidente do Comitê Brasileiro do Pacto Global; idealizador do Fórum Social Mundial; idealizador e ex-presidente da Fundação Abrinq (período 1990-1998); membro do Conselho de Desenvolvimento Social e Econômico; ex-assessor do Presidente da República (2003)