



A responsabilidade e ética são um bom negócio e entram no capital imaterial da empresa

Responsibility and ethics are business and enter into the company's intangible capital

Alessandro Aveni¹

Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-6266-6818>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0679425851663633>

Universidade de Brasília, UnB, DF, Brasil

E-mail: alessandro@unb.br

Resumo

O trabalho trata o tema da ética e responsabilidade sob o perfil dos negócios. Muitos empreendedores e gestores ainda não percebem que no futuro a certificação ou pelos menos uma atitude de ética e responsabilidade serão necessários para se diferenciar da concorrência, ter uma missão alinhada a sustentabilidade, alavancar os ativos imateriais. Em uma economia que está correndo para Indústria 4.0 e informação como inovação e patrimônio principal para empresas uma imagem ética será fundamental tanto quanto os profissionais que se responsabilizarão nessa área. A pesquisa é bibliográfica com base artigos e pesquisa em internet, o escopo é didático e como resultado resume as principais áreas que impactam no ativo imaterial, o capital imaterial que pode ser alavancado e vai posicionar a organização em um patamar mais atualizado e sustentável.

Palavras-chave: Ética. Responsabilidade socio – empresarial. Capital imaterial

Abstract

The work deals with the theme of business ethics and responsibility. Many entrepreneurs and managers still do not realize that, in the future, certification or at least an attitude of ethics and responsibility will be necessary to differentiate themselves from the competitors, to have a mission aligned with sustainability, and to leverage intangible assets. In an economy that is rushing towards Industry 4.0 and information as innovation and main asset for companies, an ethical image will be fundamental as well as the professionals who will be responsible in this area. The research is bibliographical based on articles and internet research, the scope is didactic and as a result it summarizes the main areas that impact the immaterial asset, the immaterial capital, that can be leveraged and will position the organization in a more cool and sustainable level.

Keywords: Ethics. Socio - corporate responsibility. Immaterial capital

¹ Doutor em Administração na Itália, certificado pela UNB. Mestre em Geografia e Graduação em Administração pela UnB. Docente e pesquisador na Universidade de Brasília – UnB e na Faculdade Processus. Mestre em Estratégia Empresarial na FGV.



Introdução

Este trabalho se justifica pela grande pressão internacional sobre sustentabilidade. É sabido que sempre mais, além de regras e normas de direito local os empreendedores e os profissionais e suas atuações no mercado vão ser afetados pelos controles e indagações sobre suas missões em relação a sustentabilidade (meio ambiente, responsabilidade social, cidadania etc.). Em geral, os empreendedores sabem ou aprendem a administrar, mas faltam em seguir teorias de gestão e de modalidades de ensino atualmente presentes em muitos países. Além disso sobretudo as startup de matriz engenheira, não estão preparados para o futuro nas relações entre empresas e publico a respeito o desenvolvimento sustentável, a não ser trabalhar no terceiro setor.

No mundo atual 'é necessário um relacionamento com o publico e poder dizer que uma start-up está nos parâmetros de desenvolvimento sustentável. Por um lato mais governos e organizações financeiras pretendem certificações e engajamento. De outro lado e este é objetivo do atual trabalho se demonstra que a responsabilidade e a ética são a base de bons negócios por que é interesse dos mesmos empreendedores. Em outras palavras a ética é um bom negócio não porque existem regras no mercado e porque os clientes querem ver um engajamento no desenvolvimento sustentável, mas por que ser ético adiciona valor a oferta de qualquer empresa.

Apesar muitos acreditar ser isso uma ideologia ou um objetivo não alcançável, no atual trabalho se mostram efeitos práticas e que aumentam valor a empresa adotando uma postura ética. A seguir o trabalho se abre com uma discussão sobre o que são responsabilidade, ética e códigos profissionais para ver os elementos de base e as teorias de ética nos negócios. Depois se resumem casos e elementos reais de utilizo da postura ética para alavancar o valor da start-up.

Ao final uma conclusão e as referencias terminam o trabalho. Este segue uma metodologia dialética para mostrar elementos a favor e contra a ética nos negócios e chegar a uma síntese melhor. Os procedimentos metodológicos são o uso de bibliografia e pesquisa no internet. Sendo o trabalho desenvolvido com fins didáticos, a ser usados nos cursos de ética de negócio, trata-se de uma introdução que serve para orientar eventuais outros trabalhos e discussões dos discentes a nível de bacharel de administração publica e de quantos querem se aproximar ao empreendedorismo e a criação de start-ups. Todos os que participam a empresas ou organizações do terceiro setor já deveriam entender o assunto que deve ser incluído na missão da empresa social

Os resultados do trabalho querem fornecer um suporte, resumido em uma tabela, para todos empreendedores e administradores que possa sustentar ações e projetos internos para usar a ética definida da empresa como um ativo imaterial a ser adicionado ao valor da marca. Sugere-se assim que o valor da marca seja dividido virtualmente em valor devido a propaganda de mercado e a imagem de sustentabilidade além do valor do seu capital organizacional. Assim o capital da empresa imaterial pode ser melhor avaliado e gerar mais valor para empresa sendo alavancado come outros ativo materiais.



DISCUSSÃO

Os empreendedores devem ter a capacidade de realizar diagnósticos, habilidade em encontrar padrões, análise de riscos e benefícios, e principalmente tomar decisões agindo imediatamente. Essas são qualidades que todos possuem e são essenciais para um empreendedor. Aprender com os erros é uma maneira de adquirir experiência (AVENI 2014, 2020, 2021).

Os profissionais e os empreendedores devem saber lidar com erros desde o início. Boa parte do trabalho como empreendedor está baseado em pesquisar casos de sucesso, procurar novidades da área e as experimentar. Todos sabem como verificar o risco de uma ação e analisar os benefícios que ela pode trazer, isso é essencial para os negócios.

Grande parte do trabalho de um empreendedor ou profissional consiste em tomar decisões. São habilidades muito importantes para gerenciar um negócio, pois identificar a repetição de pontos positivos ou negativos torna as decisões mais conscientes e gera resultados positivos (ASHLEY, 2005, ALENCASTRO 2010, ARANTES, E. C.; HALICKI, Z.; STADLER, A. 2011, COSTA 2012).

Os profissionais e os empreendedores focam na ação. Agir após tomar uma decisão é essencial para que o planejamento seja realizado na prática. Todos são preparados para tomar decisões e agir o mais rápido possível para melhorar ou resolver problemas. Enfim, os empreendedores e os profissionais muitas vezes tomam decisões sem ter certeza sobre a veracidade das informações obtidas.

No mundo atual existe a necessidade de alavancar ativos imateriais (valores, marcas, recursos humanos) que são essenciais pelo negócio. Tanto que o profissional ao se tornar empreendedor precisará de estratégias que se sustentam se tiver conhecimentos de gestão empresarial, empreendedorismo, ética e de gestão do tempo para efetuar seu trabalho (AVENI 2014)

Abrir uma *startup* não significa simplesmente atender clientes e formular um modelo de negócios com uma mínima proposta vendável. Ao abrir uma empresa é necessário ter conhecimento sobre como organizar processos, operações, finanças e outros conhecimentos administrativos, e ter um código de valores e definir sua missão. Valores e Missão devem ser definidos ao iniciar a startup e redefinidos durante a vida da empresa (AVENI 2018, ASHLEY, 2005, ALENCASTRO 2010, ARANTES, E. C.; HALICKI, Z.; STADLER, A. 2011, COSTA 2012).

Em relação aos valores e a missão da empresa é importante dividir ética prática (a moral) da ética formal. Na ética formal ter regras e leis (normas éticas, morais e formais) não garante que na prática haja moral. Isso gera a percepção, por exemplo, do estado de corrupção. Para verificar se existe corrupção é preciso avaliar quantos processos são abertos em contrariedade com as normas e as regras definidas. Porém, há um empecilho, pois se não há abertura de processos, do ponto de vista formal, não há corrupção. A ética que deve ser alcançada implica ética prática nos negócios, isso é atender a ética formal definida por lei e superá-la tendo ações voluntárias e uma compliance (ou seja um programa de controle).

Ética e Negócios.

De acordo com Srouf (2003) a ética, além de uma atitude pode ser vista como uma disciplina. Ou seja pode ser compreendida e ter capacitado estudando-a como disciplina filosófica. A seguir uma representação da ética.

Figura 1 – Uma representação gráfica da disciplina ética contemporânea



Fonte: SROUR, HENRY, 2003.

A Ética pode ser descrita como o conjunto de princípios e valores morais que conduzem o comportamento humano dentro da sociedade. As éticas individuais e empresariais (cidadanias empresariais) são associadas a valores culturais e a padões éticos. Mas a ética individual ou a moral em parte é definida pelo direito em parte precisa de comportamento e responsabilidade individual. Isso sobretudo quando houver conflitos éticos. Por exemplo na pandemia atual é uma responsabilidade individual a vacinação, e portanto não deve ser obrigatório, ou deve ser considerada obrigatória? E por quais faixas de idade e quais modalidades? Há evidente conflito entre bem individual e liberdade individual e bem publico.

Porem, na área que estamos explorando, o mercado e os negócios o uso dos conceitos éticos na prática leva a um valor patrimonial, pois uma atitude ou uma habilidade pessoal ou empresarial pode dar lucro ou renda. Isso acontece quando as práticas éticas entram na estratégia da empresa e são fixadas na sua missão e valores para que o processo de entrega de valor aos stakeholders inclua conteúdos éticos.

Fica claro que por isso é essencial ter e manter uma conduta ética no trabalho, seguindo padrões e valores da sociedade e da própria organização. Apesar de parecer um diferencial único, não é suficiente apenas buscar o constante aperfeiçoamento (por exemplo, programas de qualidade total) para conquistar credibilidade profissional. Hoje é preciso assumir uma postura ética real e comprovada, pois assim se adquire confiança e respeito de superiores, colegas de trabalho e demais colaboradores.

Por exemplo, nos negócios, seguindo uma ideia de Borges (2021), são ações de responsabilidade e ética da dimensão interna a gestão dos recursos humanos, saúde e segurança no trabalho, a gestão ambiental e dos recursos naturais. São



ações da dimensão externa: projetos para comunidades locais com parceiros comerciais, fornecedores e consumidores, a inclusão digital, a educação ambiental, Empreendedorismo, apoio à projetos de gênero ou para crianças e adolescentes, idosos e em geral partes vulneráveis da população. Na prática profissional, por exemplo para profissionais da medicina, a ética é analisada nos aspectos: relação médico-paciente, o relacionamento dos médicos entre eles e com a sociedade.

A seguir algumas premissas para boas relações éticas em negócios.

a) relação com o cliente:

Manter o sigilo e as informações sobre clientes é um princípio ético indispensável, mesmo que qualquer conversa ou revelação tenha a melhor das intenções. Por isso, é importante tomar cuidado para não divulgar quaisquer informes e dados pessoais de clientes.

Da mesma maneira, é preciso manter secretas as informações financeiras ou provenientes de estudos compartilhados na empresa. A regra vale mesmo que os dados sejam obtidos em discussões, prontuários, relatos e outros.

1. Respeitar o cliente, conquistando gradualmente sua confiança técnica, ética e moral. Desta forma, todo procedimento de venda deve ser esclarecido para que os dados permaneçam seguros;
2. Não divulgar informes que tenham origem nas palavras dos clientes a não ser que haja uma autorização explícita;
3. Ativar centros de informações ou canais de comunicação para atender clientes;
4. Nunca desacreditar ou menosprezar concorrentes ou qualquer outro profissional, valorizar sempre os produtos, serviços e trabalhos;
5. Criar um código de valores e de conduta interno e um comitê de *compliance* em gestão de riscos.

b) éticas de trabalho em equipe:

É necessário o estabelecimento de políticas éticas de relacionamento entre profissionais para diminuir atritos que possam interromper o sincronismo e a harmonia na oferta de produtos e serviços (MOSCOVICI 2008). É preciso controlar manifestações externas ou contatos com os clientes da equipe de trabalho.

c) para o cumprimento da conduta ética na organização (PASSOS 2004):

1. Manter um bom relacionamento com os demais membros da equipe;
2. Nunca diminuir o respeito e a consideração técnica de outro profissional;
3. Não diminuir o exercício profissional de outros;
4. Respeitar as normas internas, titulações, condutas éticas específicas e as legislações estabelecidas na relação de trabalho;
5. Seguir as normas legais da profissão;
6. Manter a humildade como ferramenta de diálogo na equipe facilitando a troca de informações e a comunicação.

d) para contatos com as mídias sociais.

A tecnologia e o ciberespaço tornaram todas as relações mais dinâmicas e, nos dias de hoje, quem não aproveita o poder das mídias sociais e dos aplicativos de comunicação abre espaço para a concorrência. Sites como o *Facebook* e o *Instagram* podem ser excelentes para divulgar conhecimento e informações.



No entanto, isso traz algumas implicações sobre a ética na saúde e a maneira como os profissionais da área podem se relacionar com os pacientes e com os outros integrantes da equipe multidisciplinar. É vedado, por exemplo, efetuar publicidade que prometa resultados.

Por outro lado, é possível publicar informações e usar o aplicativo *WhatsApp* para debater assuntos com outros profissionais, discutir casos ou ter uma segunda opinião, mais ou menos da mesma forma como isso é realizado no mundo físico. Vale lembrar que é proibido fazer *marketing* ou prestar atendimento via telefone sem seguir as normas e regras definidas pela empresa. É essencial ter cautela e garantir que o contato realizado é verdadeiramente com o cliente, pois é possível que outra pessoa finja ser cliente e obtenha informações sigilosas.

Código de ética profissional².

Um conceito menos usual, mas que de grande importância para negócios, na forma individual e para associações e empresas, é o conceito de Deontologia. Este é o ramo da ética que estuda o fundamento do dever e da norma e pode se referir ao conjunto de deveres e princípios que o profissional tem de seguir em suas atividades. Um código formaliza as regras éticas voluntariamente assumidas para profissionais, associações e organizações (SÁ 2010). A partir deste conceito podemos refletir sobre os códigos de ética das diversas profissões existentes.

Os códigos de ética possuem um sistema de regras, externo ao sujeito, cuja finalidade é regular as ações dos profissionais da categoria, apontar suas responsabilidades e deveres, bem como demarcar seus direitos. Apesar de possuir o termo ética, os códigos de ética são normativos e deontológicos, mesmo que muitas vezes resultem em longos debates sobre a profissão. Os códigos são formados com valores e documentos escritos.

Valores: A maneira de como uma entidade declara seus valores e sua ação moral formam o código de conduta. Ele esclarece as regras para todos os que se relacionam temporariamente, os funcionários e os que querem manter relacionamentos que sustentem seu código de ética.

Códigos formalizados: O Código de ética é um documento voluntário que estabelece os direitos e os deveres da organização e de todos os que trabalham nela. Pode ser um código para os da mesma classe profissional ou de trabalho. No caso de organizações da Administração Pública, pode ser uma lei ou um regulamento interno de uma autarquia. Com base neste documento, a organização torna claras suas cobranças sobre a postura daqueles que a representam e sobre como é cobrada pela sociedade.

Compliance

A *compliance* como a *accountability* para os contadores deve se tornar uma postura mais que um código escrito e não usado na prática. A *compliance* permite confirmar que a organização e ética porque persegue seu fim de maneira transparente e utilizando recursos reais e objetivos, como por exemplo foi apontado em algumas pesquisas de empresas de consultoria internacional como a KPMG³.

²<https://codigo-de-etica.info/>

³<https://home.kpmg/br/pt/home/insights/2021/07/compliance-combate-corrupcao.html>



Algumas organizações criam canais de comunicação nos quais os interlocutores têm a opção de se identificar ou se manter anônimos para relatar fatos relacionados ao Código de ética. Para analisar essas situações e para lidar com a *compliance*, ou seja, a cobrança sobre o código em geral, é criado um comitê de ética. Caso quem fez o relato se identifique, deve receber um retorno do comitê de ética, isso faz parte da transparência desejada no processo.

Uma das partes de programas de controle, monitoramento e *compliance* é realizada com o uso de auditoria, *accountability* ou programas de ética com contadores e funcionários aptos para monitorar e controlar o código e toda a ação do sistema organizacional avaliando sua conformidade. Isso serve, principalmente, para que não haja danos na imagem e perda de confiabilidade da organização, principalmente financeiramente.

A ética da Administração Pública é refletida, entre as várias leis, nas leis da transparência, no uso de dados pessoais, nas normas dos processos de licitação, auditoria e *compliance*. Toda a ações da Administração Pública tem controles e regras, pois precisam garantir uma conduta correta no uso de recursos e capitais públicos.

Com base a pesquisa na legislação Europeia se verifica que em relação a *compliance* existe o principio de responsabilidade em que por determinados assunto, por exemplo a proteção de dados, faz sentido que deve existir nas organizações um responsável e definição das modalidades dos processos. Isso implica que, aplicando regras e princípios por exemplo de proteção de dados, segurança alimentar, transparência etc. toda organização publica e privada devem organizar escritórios internos, ou utilizar escritórios externos e certificações.

Esta postura da União Europeia é compartilhada também nos EUA assim podemos dizer que é uma tendência que terá sempre mais impactos sobretudo se tiver relações comerciais e internacionais do Brasil para organizações desses blocos. Isso é importante, como sera colocado nos resultados do artigo, porque toda organização devera se adaptar e criar figuras de funcionários atualmente não previstas nas hierarquias organizacionais e não sempre incluídas nos cursos acadêmicos de organização do trabalho.

Ética corporativa e empresarial.

O grande problema na análise da ética e da moral nos negócios está concentrado na prática, ou seja, na solução de conflitos, nas escolhas e tomadas de decisão em nossas relações sociais e econômicas. Com a definição de personalidade jurídica, diferentes entidades públicas, sociais e econômicas, como as empresas, se tornam sujeitos, cidadãos com direitos, deveres e responsabilidades. Isso acrescenta muito ao universo social e ético. Os elementos básicos que definem como será a ética e a moral da organização são os que compõem a Cultura Organizacional e como esta cultura produz seus relacionamentos internos e externos (PASSOS 2004).

A ética corporativa trata de grandes organizações que se diferenciam das organizações menores como associações, fundações, empresas e cooperativas, por



serem sujeitos internacionais⁴. Há impactos e maior abrangência não apenas nas relações, mas porque são o centro de uma cadeia de valor importante e de primazia para a sociedade. Ao falarmos dessas organizações corporativas e da Administração Pública com seus serviços públicos abordamos realidades globais e muitas vezes virtuais. As corporações são entidades que se relacionam entre si e com os governos.

A ética dessas entidades é privada, contudo suas ações têm impactos públicos, coletivos, difusos, internacionais e em grandes áreas do território nacional (como as mineradoras, em que há casos de desastres por quebra de barragens, vazamentos e outros). Em outras palavras, as grandes corporações, mais que as empresas comuns, podem ter fortes impactos em sociedades vulneráveis nacionalmente e internacionalmente (como em países africanos com baixo PIB). Se em alguma nação não houver uma legislação específica para esse tipo de empresa, a única ação esperada é que mantenham um código de ética voluntário, pois caso contrário não haverá ética.

Se não houver transparência e disponibilidade para o diálogo entre corporações e a sociedade civil, não haverá ética. Haverá, ao contrário, uma distância entre a sociedade dos indivíduos, o mundo das grandes corporações e a política. Isso revela a falta de ética denunciada frequentemente. Tais organizações são responsáveis não apenas pelas relações na sociedade, mas pelas relações com o meio ambiente. A ética corporativa, hoje em dia, é voluntária apesar de sofrer pressões sociais para adotar mais regras.

Há conflitos éticos internos devidos a formação da empresa. No mundo corporativo, o conflito entre os proprietários e os gerentes é denominado Problema do Agente. Ocorre por que os agentes afirmam que trabalham para entregar valores aos *stakeholders*, mas na prática suas ações visam também interesses pessoais.

Por exemplo, quando houver conflito de interesse, o agente não se afastará das decisões operacionais e estratégicas a não ser expressamente vedado. Isso também acontece em decorrência de decisões hierárquicas camufladas, como ocorre quando há funcionários induzidos a praticar ações sem ética para manter postos de trabalho.

A ética no mundo corporativo reflete-se sobretudo na prática, nas ações praticadas. Por causa disso as corporações não são consideradas éticas apenas por colaborar com uma entidade carente, como acontece com projetos e programas de responsabilidade social e ambiental. Essas ações são moralmente louváveis, podemos até as chamar de virtudes, mas são insuficientes para garantir a moral e a ética da organização.

As corporações precisam cuidar para que a ética seja uma postura de todos da organização, do porteiro ao presidente. Isso precisa acontecer em todos os lugares em que a corporação atuar. É ingênuo pensar que uma pessoa possui naturalmente a qualidade moral para um determinado cargo, mas que esteja de acordo com regras morais diferentes das regras de seu país. Portanto, nenhuma das virtudes morais surge em nós naturalmente. Com efeito, nada do que existe naturalmente pode formar um hábito que contrarie sua natureza (ARISTOTELES 1991).

Diferentemente da ética corporativa ou das organizações e suas relações em geral a responsabilidade empresarial fica mais focada nas ações diretas e locais das

⁴<https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/risk/articles/sistema-de-etica-en-las-empresas.html>



empresas. Esta ampliou-se no decorrer do século passado devido aos danos e fraudes das finanças de empresas cotadas nas bolsas, ou de empreendedores que assumiam riscos excessivos, com desastres sociais e ecológicos. Riscos em parte oriundos de falhas na atitude das corporações cuja sede é em países desenvolvidos, mas que proporcionaram desastres em outros países. Apesar de não ter havido soluções satisfatórias judicialmente, certamente não houve ética por parte das corporações internacionais envolvidas.

Apenas no final do século passado foram definidos como obrigatórios os conceitos de cidadania empresarial e responsabilidade empresarial, e foram cobradas políticas públicas ativas para reduzir impactos ou externalidades negativas produzidas pelas corporações, que pesavam como custos para toda a sociedade e eram pagas pela Administração Pública (Da MATTA 2011)

Em 1996, o Presidente dos Estados Unidos da América, Bill Clinton, promoveu uma conferência para discutir, disseminar e incentivar práticas de cidadania empresarial. Foram destacados cinco princípios de cidadania empresarial: ambientes de trabalho que favorecem a vida familiar dos empregados, seguro de saúde, plano de previdência, segurança no trabalho, investimento em empregados e parceria com empregados. Há diversas faces da cidadania empresarial: econômica, legal, ética e filantrópica.

Um marco sucessivo foi a responsabilidade financeira dos bancos, que começaram a responsabilizar o financiamento de projetos com impactos ambientais, colocando a responsabilidade de desastres a cargo de financiadores (Acordos de Basileia). Um marco legal ainda mais importante para as corporações foi sem dúvida a Lei *Sarbanes Oxley*, de 2002⁵.

Cidadania empresarial⁶

Responsabilidade corporativa e empresarial fazem parte, no Brasil, do conceito e da definição de cidadania. O conceito de cidadania empresarial não é limitado por projetos específicos como a responsabilidade nos negócios. O conceito de responsabilidade social é orientado pela estratégia da empresa em sociedade. Trate-se de uma literatura consolidada e um conceito interdisciplinar, multidimensional com uma abordagem sistêmica, focada nas relações entre os *stakeholders* associados direta e indiretamente ao negócio da empresa.

A responsabilidade social e a cidadania empresarial têm semelhanças e divergências nas diferentes abordagens do tema. O conceito de cidadania é ético e tem como pano de fundo o Desenvolvimento Sustentável. A Empresa Cidadã⁷ é aquela que voluntariamente ultrapassa os compromissos listados no Marco Legal para trabalhar na melhoria da qualidade de vida de toda a sociedade (há a meta de aumento do índice IDH) e a preservação do meio ambiente.

⁵<https://www.congress.gov/bill/107th-congress/senate-bill/2673>

⁶https://www.ipea.gov.br/acaosocial/rubriqueff2.html?id_rubrique=52

⁷ <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/orientacao-tributaria/isencoes/programa-empresa-cidada>



Balanco Social

Outro instrumento que demonstra atitude ética e engajamento das empresas no desenvolvimento sustentável, é o balanço social. É um instrumento importante para que a empresa interaja com seus públicos: investidores, público interno, fornecedores, clientes, comunidade, ONGs e a sociedade.

A publicação deve ser anual e conter um relatório de atividades econômicas, ambientais e sociais. Deve apresentar não apenas os sucessos, mas os principais compromissos públicos da empresa, as metas para o futuro, os problemas que poderá enfrentar e com quais parceiros gostaria de trabalhar para vencer os desafios que virão.

Há modelos de balanços sociais no site do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas iBase (<http://www.ibase.org.br>), no do Instituto Ethos (ETHOS 2020), bem como no site do Prêmio Balanço Social (www.premiobalancosocial.org.br).

RESULTADOS

Atitude ética e engajamento em responsabilidade socio - ambiental demonstra um interesse das straps e empresas também para desenvolvimento sustentável e conformismo aos temas internacionais de tendência. Em termos quantitativos e de gestão trata-se de uma governança inovadora e orientada pelo futuro.

A sigla ESG (a abreviação em inglês de Environment, Social, Governance) (EFAS 2009) hoje é usada em projetos para identificar os que pretendem levar resultados tangíveis nessa área como por exemplo a antecipação das metas de neutralidade de emissão de carbono. Entretanto todo projeto ligado a mudanças climática ou de economia “verde” entra nesse acrônimo.

A a atitude para desenvolvimento sustentável ‘e importante para obter **recursos financeiros**. Segundo o relatório da PwC The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020⁸ até 2025, 57% dos ativos de fundos mútuos na Europa estarão em fundos que consideram os critérios ESG, o que representa US\$ 8,9 trilhões, em relação a 15,1% no fim do ano passado. Além disso, 77% dos investidores institucionais disseram que planejam parar de comprar produtos não ESG nos próximos dois anos.No Brasil, fundos ESG captaram R\$ 2,5 bilhões em fundos criados nos últimos 12 meses. Este levantamento foi feito pela Morningstar e pela Capital Reset.No Brasil ha tampem a relação dos ODS com os negócios. Segundo levantamento as companhias que fazem parte do ISE, Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 BOVESPA⁹, 83% delas possuem processos de integração dos ODS às estratégias, metas e resultados.

Muitos recursos são disponíveis nos blocos econômicos que fazem concorrência entre eles em financiar projetos pelos países menos desenvolvidos. Na Europa por exemplo foi aprovado um Plano de investimento para uma Europa sustentável - Como financiar o Pacto Ecológico Resolução do Parlamento Europeu, de 13 de novembro

⁸<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2020/11/the-time-has-come.pdf>

⁹https://www.b3.com.br/pt_br/market-data-e-indices/indices/indices-de-sustentabilidade/indice-de-sustentabilidade-empresarial-ise.htm



de 2020, sobre o Plano de investimento para uma Europa sustentável - Como financiar o Pacto Ecológico.

Em termos de demanda e vendas, toda ação e projetos de ESG e as práticas sustentáveis podem ajudar no crescimento dos negócios varias maneiras. Contribuem para a imagem da empresa. Isso diferencia indiretamente a oferta de produtos e serviços com outros concorrentes. A preferencia do consumidor atual vai ser sempre mais direcionada pelos medias para produtos e serviço sustentáveis, assim uma marca ou uma empresa que se apresenta com este apelo tera mais preferencias ou seja mais vendas.

Em termos da estrutura de custos as práticas sustentáveis ajudam também no crescimento dos negócios na redução de custos de produção. Programas chamados de 3 R (reduzir, reciclar, reutilizar) permitem redução de compra de insumos como reciclagem de matéria prima, redução de custos dos recursos do processo de produção como na reutilização de água. Também o reaproveitamento de matéria e pecas reduz o custo de montagem e de processo e contribuem para a economia nos processos da empresa.

Em termos de gestão diretamente (com programas focados) ou indiretamente a responsabilidade e a ética aumentam a satisfação dos colaboradores fazendo com que ele se motivem e engajem com a empresa. Im parte isso pode levar a um aumento na produtividade, mas sobretudo reduz conflitos e pode levar maior criatividade e inovação ou seja atitudes intra-empendedoras ou proativas que são requeridas hoje nos funcionários. O clima interno e a liderança também podem beneficiar de um engajamento total coma ética e a responsabilidade empresarial.

Com esta base o trabalho pode resumir alguns elementos e ferramentas de ética nos negócios podem aumentar o criar valor adicionado da oferta de produtos e serviços no mercado, aumentar investimentos e satisfazer stakeholders.

As seguir um sumario de elementos que contribuem a valor adicionado do capital imaterial da startups ou da empresa diretamente ligados a ética e projetos ESG e que que tem retorno direto ou indireto para stakeholders:

1. Cidadania empresarial (respeito as normas de direito e leis locais)
2. Planos ou projetos de Ética corporativa e responsabilidade socio ambiental voluntários da empresa (ESG).
3. Investimentos no processo e desenvolvimento de produção dentro o conceito de a economia circular (3R reuso, reciclo, redução de consumo)
4. Investimento na Imagem e relacionamento com o cliente (marketing social)
5. Ética na organização e no trabalho de equipe
6. Networking ou Relação com media e redes sociais
7. Códigos de ética
8. Compliance e programas anticorrupção
9. Balanço social, relatórios e indicadores de sustentabilidade / ODS¹⁰

Desse resumo pode se entender que o capital da empresa, dividido em material e imaterial, tem, no seu lato imaterial e ético no sumario acima, bastante elementos a serem avaliados e usados exatamente como os capitais materiais.

¹⁰<https://odsbrasil.gov.br/>



É verdade que o capital imaterial não pode avaliado para contabilidade se não tiver normas específicas como por exemplo quais valores podem ser capitalizados na. Isso acontece para Pesquisa e Desenvolvimento (Manual de Frascati¹¹). Portanto no caso de valorização da ética em balanço não temos estas normas, assim como não temos como avaliar o capital organizacional e humano.

Isso não quer dizer que a empresa não deve fazer sua avaliação e que esta possa avaliar e considerar em partes o *goodwill* ou do valor final de capitalização da empresa. Devemos considera que para normas da contabilidade também os relatórios ou notas aos balanços contam para investidores e stakeholders.

Em outras palavras se a empresa conseguir por meio do valor das ações ou do valor de mercado (uma oferta de compra de investidores) calcular seu goodwill, tirando os valores materiais e imateriais já considerados no balanço, ao final o valor imaterial da empresa pode ser definido como capital imaterial: imagem, capital organizacional, humano etc.

Assim todos projetos e avaliações a respeito ética, responsabilidade e quanto feito para desenvolvimento sustentável pode ser avaliado como aumento ou diminuição do capital imaterial. Por consequência uma falta de ações éticas e de desenvolvimento sustentável deveriam ser uma redução do capital imaterial pois soa o espelho di riscos por sanções ou ciada da imagem no tempo.

Inversamente o uso desse capital para alavancar a empresa deve ser considerado, por exemplo, nas campanhas de marketing, ou no custo de oportunidade para reduzir risco de pagar multas por danos ambientais etc.

Trata-se obviamente de un calculo complexo sobretudo em relação aos retornos e aos custos desses projetos, pois na verdade não todos os valores pagos (monetários) pelos projetos éticos são investimentos, assim como para pesquisa e desenvolvimento. Esta análise é uma sugestão para um proximo trabalho sobre o tema: avaliar o capital imaterial da responsabilidade empresarial e dos programas de ética e compliance que atualmente e feito somente para empresas cotadas nas bolsas nos indicadores como o ISE da BOVESPA.

Considerações Finais

O trabalho desenvolveu o tema da ética como bom negócio e sua relação com o capital imaterial da startups ou da empresa. Hoje em dia, com o aumento do valor das empresas cujo capital principal é na informação e, portanto, um valor imaterial este tema se justifica pois é de interesse de empreendedores e gestores usar todos ativos para alavancar o valor da sua organização e obter um posicionamento no mercado que se diferencia dos concorrentes.

A análise mostrou como a ética é informação e valor imaterial da organização. Este valor deve ser considerado como investimento para o futuro e a sustentabilidade da organização. Se aumenta o capital imaterial aumenta, se não é aumentado ou não é considerado pode causar uma diminuição do capital imaterial.

A avaliação de o que fazer e como fazer faz parte da gestão da ESG da organização que deve atingir suas metas relacionadas aos stakeholders. Entretanto precisa de definir estratégias e competências além da governança dos processos.

¹¹<https://www.oecd.org/sti/inno/frascati-manual.htm>



A gestão da ética no negócio e o posicionamento da startup ou da empresa será, no futuro, necessariamente ligada a criação de figuras profissionais internas e consultores como a do responsável de riscos e das certificações que anos atrás não eram figuras profissionais inseridas em hierarquias empresariais.

Desde o SGA ou sistema de gestão ambiental foi conhecido deverão ser capacitados no futuro funcionários de empresa com uma qualificação nessa área. Assim haverá necessariamente gerentes de responsabilidade, ética e compliance nas empresas e vagas para quem terá habilidades e será capacitado por estas tarefas. Esta tendência é bastante seguida na União Europeia.

Referências

ARISTÓTELES **Ética a Nicômaco**. Tradução de Leonel Vallandro e Gerd Bornheim Editora Nova Cultural, Ltda., São Paulo. 1991

AVENI A. Empreendedorismo e inovação em saúde : uma análise das oportunidades **Revista Coleta Científica** Ano IV, Vol. IV, n.8, jul.-dez., 2020. ISSN: 2763-6496 DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.4750286>

AVENI, A.. Estratégias atuais e futuras para empresas e profissionais na economia do Covid-19. **Revista Processus de Políticas Públicas e Desenvolvimento Social**, [S.l.], v. 2, n. 3, p. 46-64, abr. 2020a. ISSN 2675-0236. Disponível em: <<http://periodicos.processus.com.br/index.php/ppds/article/view/194>>. Acesso em: 08 out. 2021

AVENI, A. **Empreendedorismo Contemporâneo**. São Paulo: ATLAS, 2014 ISBN: 9788522489961, Home page: http://www.editoraatlas.com.br/atlas/webapp/detalhes_produto.aspx?prd_des_ean13=9788522489961

AVENI, A. **Canavs Social: passo a passo**. Brasília: Jonas Rodrigo Edições, 2018, v.1. p.69. Referências adicionais: Brasil/Português. ISBN: 9788554009014.

ALENCASTRO, M. S. C.. **Ética empresarial na prática: liderança, gestão e responsabilidade corporativa**. Curitiba: Ibpex, 2010.

ARANTES, E. C.; HALICKI, Z.; STADLER, A. (Org). **Empreendedorismo e responsabilidade social**. (Coleção Gestão Empresarial; v. 4) Curitiba: Ibpex, 2011 –.

ASHLEY, P. A. (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BORGES, J. G.. A Importância da responsabilidade social na alavancagem da marca das empresas. **RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar** - ISSN 2675-6218, 2(5), e25386. 2021. <https://doi.org/10.47820/recima21.v2i5.386>

COSTA, H. S. G. da. **Negociando para o sucesso**. Curitiba: Ibpex, 2008.



EFFAS THE EUROPEAN FEDERATION OF FINANCIAL ANALYSTS SOCIETIES
KPIs for ESG A Guideline for the Integration of ESG into Financial Analysis and Corporate Valuation. Version 1.2. 2009.

INSTITUTO ETHOS. Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas. Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, São Paulo, 2000. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/cedoc/formulacao-e-implantacao-de-codigo-de-etica-em-empresas-reflexoes-e-sugestoes/>. Acesso em 30 de novembro de 2021.

MOSCOVICI, F.. Desenvolvimento interpessoal: treinamento em grupo. 17. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008.

PASSOS, E.. Ética nas organizações. São Paulo: Atlas, 2004.
DA MATTA, REVISTA DE HISTÓRIA.COM.BR. Fórum sobre Corrupção. Entrevista com Roberto Da Matta realizada em 05/03/2009 e disponível em <<http://www.revista-dehistoria.com.br/secao/conteudo-complementar/forum-sobre-corrupcao-roberto-da-matta>>. Acesso em: 04 de dez. 2011.

SÁ, A. L. de. Ética profissional. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
SROUR, R. H. Ética empresarial: a gestão da reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.