

III CONGRESSO NACIONAL FBN
DE EMPRESAS FAMILIARES

**ÉTICA NAS EMPRESAS –
REVENDO CONCEITOS**

Apresentação:
Lélio Lauretti
(lauretti@osite.com.br)

Roteiro da Apresentação

I) ÉTICA -- CONCEITOS

II) ÉTICA E CONDUTA

III) IMPORTÂNCIA DE UM CÓDIGO DE CONDUTA

IV) EXEMPLOS DE PRINCÍPIOS ÉTICOS

V) UM MUNDO EM TRANSIÇÃO

VI) CONSIDERAÇÕES FINAIS

I) ÉTICA -- O QUE É ...

1. Cuidado com a vulgarização do conceito de Ética, tal como acontece com “verdade”, “liberdade”, “ideal”...
2. A Ética é o estágio mais avançado de desenvolvimento da consciência humana:
 - a) INSTINTOS (Natureza) (sub-nível??)
 - b) LEIS, NORMAS, REGULAMENTOS (Moral)
 - c) ÉTICA (Princípios, virtudes, valores)
3. “Atire a primeira pedra”

I) ÉTICA NÃO É ...

1. Não é individual e solitária: o “outro Eu” (pessoas não são estatísticas!)

2. Não é apenas ERUDIÇÃO, mas SABEDORIA:
 - conhecimentos que nos ajudam a viver melhor (o valor do tempo, o que é realmente importante, nada em excesso...)
 - só pode ser usada para o BEM
 - diferença entre “desejo” e “necessidade”:
 - “A simplicidade é o degrau mais alto da sabedoria” (K. Gibran)
 - mais sabedoria, menos fantasia ...

I) ÉTICA NÃO É ...

3. NÃO É SUCESSO (fama e dinheiro) mas FELICIDADE (alegria de viver apesar de ... As pessoas felizes não invejam, não mentem, não agridem, não roubam, amam e são amadas)
4. Apenas COMPREENDER, mas FAZER MELHOR (princípio ético da Inovação)
5. Apenas FILANTROPIA, mas SOLIDARIEDADE (O que se doa? Eleva o amor-próprio e o sentimento de dignidade de quem recebe? B.Gates)

I) ÉTICA -- CONCEITOS (concl.)

EM RESUMO, a ÉTICA

Começa com o respeito às leis, normas, regulamentos, sem o qual a vida em sociedade seria impossível. Ela é a guardiã da Lei.

É a opção que fazemos pelo BEM, com boa vontade, liberdade, consciência e responsabilidade.

É o BEM que queremos fazer sem ser obrigados a fazer.

(II) ÉTICA E CONDUTA

1. ÉTICA são princípios, virtudes, valores, universais, duradouros e afirmativos. “Ama o teu próximo como a ti mesmo” em vez de “Não faças aos outros o que não queres que eles te façam”.
2. CONDUTA são regras ou normas de “fazer” e de “não fazer”, que variam no tempo e no espaço, porque acompanham mudanças de caráter social, científico ou econômico (leis, costumes, regulamentos etc.)
3. A Ética inspira a conduta moral e, portanto, os códigos.

III) IMPORTÂNCIA DE UM CÓDIGO DE CONDUTA

1. Um Código de Conduta é um fator de confiança quando se aplica igualmente a líderes e liderados, sem exceções de cargos ou de país.
2. Administra conflitos de interesses, definindo-os e orientando como agir quando ocorrem.
3. Contribui para a formação da “cultura” desejada pela Empresa, em face do papel e da importância que esta tem na sociedade moderna (VI.3).

III) IMPORTÂNCIA DE UM CÓDIGO DE CONDUTA (cont.)

4. Semeia o clima de confiança em todas as relações internas e externas, o que torna a convivência muito mais fácil, agradável e produtiva.
5. Um código de conduta não é uma imposição de regras disciplinares, mas uma conversão de nossos princípios éticos em padrões de comportamento.

(IV) EXEMPLOS DE PRINCÍPIOS ÉTICOS

Leis, normas e regulamentos existem para serem cumpridos.
Sem isso, a vida em sociedade se torna impossível.

A regra geral para quaisquer conflitos de interesses (e eles aparecem em todos os grupos humanos) é que prevalece sempre o interesse coletivo sobre o interesse individual.

As relações internas e externas da Empresa devem ser sempre transparentes e respeitar os direitos de todas as partes envolvidas, inclusive dos concorrentes.

Todos os ativos da Empresa devem ser preservados e utilizados somente no interesse dela.

A Empresa norteia suas atividades pelo conceito de sustentabilidade, no qual o desenvolvimento econômico, a responsabilidade social e a proteção do meio ambiente coexistem em harmonia.

(IV) EXEMPLOS DE PRINCÍPIOS ÉTICOS

O maior de todos os ativos é a Reputação, que deve ser firmemente defendida porque é o alicerce da sustentabilidade da Empresa e porque tem um peso considerável na vida de cada colaborador. Também as informações confidenciais devem ser tratadas com o maior cuidado, porque são parte do patrimônio intelectual da Empresa .

Nenhuma forma de discriminação será tolerada no ambiente de trabalho.

A Empresa reconhece que sua prosperidade depende, em primeiro lugar, do grau de satisfação de seus clientes, razão pela qual as relações com eles devem ser mantidas num clima de total transparência e respeito. Depende, ademais, do nível de motivação de todos os seus colaboradores e, por isso, se empenha em proporcionar-lhes um ambiente de trabalho seguro, sadio, confortável e marcado pela confiança recíproca.

V) UM MUNDO EM TRANSIÇÃO

A) Séc. XX – o século do “mercado”?

- progresso tecnológico
- globalização
- enorme concentração de renda (H.B.S)
- pessoas (ou organizações) orientadas apenas por seus próprios interesses
- as melhores inteligências inteiramente dedicadas a “criar valor”
- mercado financeiro maior do que a economia real, o que multiplica a volatilidade e os riscos para a economia

V) UM MUNDO EM TRANSIÇÃO

- mais de 50% da população mundial nos níveis de pobreza (US\$ 1.500,00 por ano), de miséria (2,00 por dia) ou de miséria absoluta (US\$ 1,00 ou menos por dia)

V) UM MUNDO EM TRANSIÇÃO

B) Efeitos da comunicação instantânea e universal:

- o crescimento consistente do “exército de injustiçados” e seus efeitos desestabilizadores
- despertar de consciências: os “excluídos” deixam de ser vistos como estatísticas ...
- pessoas (ou organizações) somam preocupações de ordem social aos seus próprios interesses
- o conceito de “criação de valor” passa a ser questionado (A. Saudita: criação ou transferência?)

V) UM MUNDO EM TRANSIÇÃO

C) Séc. XXI - Século da Ética ?

- A sociedade se conscientiza de seu poder de pressão sobre as organizações, incl. governos: deixamos de ser apenas “consumidores” para ser também “cidadãos” (a “maldição de Platão”)
- Em função disso, os governos passam a exercer seu verdadeiro papel de zelar pelo interesse coletivo
- Pessoas (ou organizações) subordinam seus interesses aos interesses maiores da sociedade (a proposta de “empresa social” de M. Yunus)
- Entram em declínio as figuras de “gênios”, “heróis” e “ídolos”; volta a imperar a racionalidade na avaliação do trabalho (importância para a soc.)

V) UM MUNDO EM TRANSIÇÃO

- o conceito de “competição” cede lugar ao de “competência”
- o “poder-autoridade” se converte em “poder-responsabilidade” para todas as formas de liderança
- forte declínio nos níveis de corrupção, em todas as esferas
- um novo Renascimento nas artes (Ética e Estética são irmãs-gêmeas!)

(VI) CONSIDERAÇÕES FINAIS

1. A Ética é a opção pelo BEM e pode e deve ser praticada por todos: tudo na sociedade (até a desordem!) se constrói a partir do trabalho de cada um.
2. A Ética é a única alternativa de que dispomos para melhorar a sociedade, porque todas as outras opções têm tido resultados contrários: regimes de força, guerras, violência, fanatismo religioso, extremismo político...

(VI) CONSIDERAÇÕES FINAIS (cont.)

3. A Ética nas empresas é de fundamental importância porque são elas, no mundo moderno, juntamente com a Escola, as entidades de maior poder de influência na sociedade, acima de governos, partidos, igrejas e das próprias famílias. Isto porque geram riquezas, criam, mantêm e qualificam empregos, promovem os avanços da ciência, combatem o desperdício, valorizam a eficiência, removem fronteiras... Não esquecer, porém, que essa influência pode ser usada para o BEM e para o MAL e que nossa grande responsabilidade perante as gerações futuras é garantir que seja sempre para o BEM. Esta é a essência da SUSTENTABILIDADE!