



O Capitalismo Consciente como movimento para humanizar a cultura organizacional

Ana Flávia Ibiapina de Patrício Ribeiro Leitão
Tiago Jessé Souza de Lima

<https://doi.org/10.5020/2965-6001.2022.14210>

RESUMO

O Capitalismo Consciente (CC) é um movimento global que incentiva o gerenciamento de negócios de forma responsável social e ambientalmente. Trata-se de uma corrente que ganha força devido ao crescimento de problemas causados pelo capitalismo tradicional. Por meio da aplicação de questionários e entrevistas, buscou-se verificar o quanto dirigentes de empresas cearenses estão receptivos a adotar práticas do CC. A maioria dos líderes apresenta valores menos elevados de consciência e uma maior distância de práticas conectadas ao Capitalismo Consciente. No entanto, a pandemia do coronavírus acelerou a abertura para humanização nas corporações, representando um cenário de fortalecimento para uma maior aproximação de práticas organizacionais mais conectadas aos princípios propostos pelo CC.

Tags: Capitalismo Consciente. Empresas humanizadas. Valores. Consciência organizacional.

Principais pontos

- O CC incentiva a adoção de valores mais humanos e éticos, para além da pura busca do lucro, visto que este é uma consequência quando uma empresa atua a partir da visão de gerar impacto, com mais responsabilidade social, ambiental e humana;

- Os dirigentes de empresas cearenses, em sua maioria, utilizam de forma menos representativa práticas do CC no dia a dia das empresas nas quais são líderes;
- A pandemia do coronavírus, segundo os líderes, proporcionou a implantação de práticas humanizadas nas empresas, aumentando as práticas de ações mais conscientes dentro das organizações.

Capitalismo Consciente como alternativa ao modelo tradicional

Diante do sistema capitalista construído até aqui, os negócios apresentam um foco essencialmente voltado para o lucro, ou seja, para o resultado financeiro, e posicionam-se descompromissados com as dimensões social, ambiental e humana. Caso continue a existir um grande abismo entre o mundo empresarial e a valorização de práticas mais humanas, a sustentabilidade das organizações entra em risco [1].

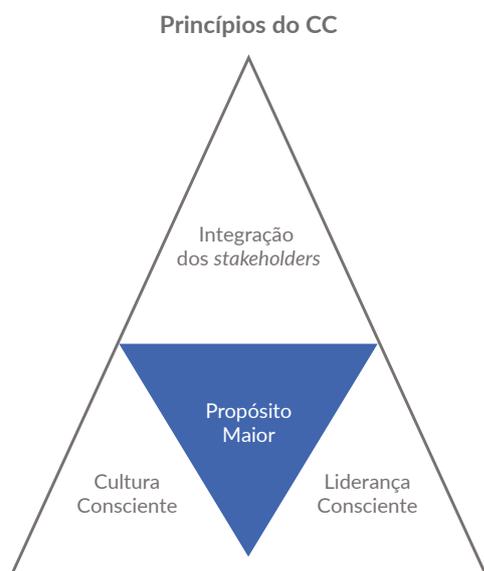
Como alternativas a esse capitalismo, a partir da segunda metade do século XX, começam a surgir propostas sustentáveis de gerenciamento de negócios, aliando ganhos econômicos a repercussões positivas nas sociedades. Um desses modelos é o Capitalismo Consciente (CC), movimento cuja ideia é despertar as organizações para uma atuação com intuito de gerar bem-estar financeiro, intelectual, físico,

ambiental, cultural, social, emocional, espiritual, não somente para o investidor, mas para todas as partes interessadas e a sociedade como um todo [1].

O CC propõe ser uma nova maneira de pensar os negócios valorizando a ética, a preocupação com o meio ambiente, a promoção do desenvolvimento de maneira sustentável e o respeito ao ser humano. Vale ressaltar que as empresas que adotam práticas humanizadas conseguem atingir melhores resultados financeiros quando comparadas àquelas não apresentam essa visão e que estão na lista das maiores empresas [2], ou seja, empresas que atuam com práticas conectadas a proposta do CC significa, a longo prazo, um maior retorno dos investimentos.

Princípios importantes

Enquanto movimento holístico, o CC é fundamentado em quatro princípios integrados que se reforçam: propósito maior, integração dos stakeholders, liderança consciente e cultura consciente.



Fonte: Mackey & Sisodia (2013).

- **Propósito maior:** o “porquê de existir” da empresa para além da lucratividade, agregando valor não somente para os acionistas, como no clássico modelo do capitalismo, mas também para clientes, colaboradores, comunidade, sociedade e demais envolvidos no negócio.

- **Integração com os stakeholders:** a organização precisa contribuir para todo o ecossistema envolvido com o negócio e gerar valor para cada uma das partes. Deve haver uma relação ganha-ganha com todos. Os seis principais *stakeholders* são clientes, funcionários, fornecedores, investidores, sociedade e meio ambiente.
- **Liderança consciente:** a missão dos líderes é servir ao propósito da organização e apoiar as pessoas, criando valor para todos os *stakeholders*. Os líderes devem contribuir para uma cultura organizacional que promova cuidado e confiança.
- **Cultura Consciente:** é balizada em sete princípios: confiança, autenticidade, cuidado, transparência, integridade, aprendizado e empoderamento. Esse tipo de cultura promove o amor e o cuidado que une e cria confiança para os membros da empresa e para os demais stakeholders.

Os sete níveis de consciência

Diante deste cenário, buscou-se compreender o quanto os gestores de empresas cearenses estão receptivos a integrar práticas humanizadas na rotina organizacional, a partir dos quatro pilares propostos pelo CC. Como o estudo foi feito durante a pandemia do novo coronavírus, objetivou-se ainda identificar os aprendizados, desafios e mudanças organizacionais percebidas pelos líderes neste contexto.

Foram consultados, por meio de dois questionários (*Personal Values Assessment (PVA)* e *Full Spectrum Leadership Self Assessment*), 31 dirigentes de empresas Cearenses, de diversos ramos. Destes, os oito que apresentaram resultados mais significativos, em termos de maior e menor aderência aos princípios do CC, foram convidados a participar de entrevistas de aprofundamento. Para identificar os valores relacionados aos princípios de CC foi feito um cruzamento com a Teoria dos Sete Níveis Evolutivos de Consciência proposto por Barrett [3]:

Modelo dos sete níveis de consciência



Fonte: Barrett (2019 - 2021).

Esse modelo pode ser utilizado para compreender o nível de consciência dos indivíduos, de grupos humanos e das organizações. Quanto mais alto o nível de consciência, mais existe a vontade de promover impacto positivo, colaborar e contribuir com o todo maior, o indivíduo / organização. Os primeiros níveis de consciência estão mais conectados a atender necessidades de si mesmo, como sobrevivência, segurança emocional e autoestima.

No contexto das empresas, os níveis 4 (evolução), 5, 6 e 7 (impacto) podem ser conectados e relacionados às práticas do CC. Por exemplo, valores relacionados a esses níveis são adaptabilidade, honestidade, serviço à comunidade e preocupação com gerações futuras. Já nos níveis 1, 2 e 3 (fundamento) estão valores como atingir objetivos, burocracia, competitividade, abuso de poder, excelência, qualidade.

Desta maneira, foi possível aplicar questionários e entrevistas que indagassem aos participantes sobre suas percepções a respeito de valores individuais e comportamentos, estes relacionados ao cotidiano organizacional, para assim compreender em que níveis de consciência esses profissionais estavam enquadrados.

Baixo nível de consciência

A partir dos dados levantados nos questionários, foi possível dividir os líderes em dois conjuntos: o grupo 1 se refere aos gestores que apresentaram níveis de consciência com maior preponderância nos níveis 1, 2 e 3, significando, hipoteticamente, que são líderes com menor aderência à filosofia do CC; e o grupo 2 abrange os que apresentaram níveis de consciência com maior preponderância nos níveis 4, 5, 6 e 7, o que, por outro lado, aponta para lideranças mais ligadas ao CC:

Nível de consciência dos participantes, a partir da análise conjunta

Total participantes	Frequência	G1	G2
31	18	58,06%	
	13		41,93%

Fonte: dados da pesquisa (2021).

Os dados indicam que os dirigentes ainda apresentam níveis de consciência com maior preponderância nos níveis 1, 2 e 3, ou seja, estão com menor aderência a práticas humanizadas e conscientes em suas organizações.

Os primeiros 3 níveis são relacionados à consciência de interesse próprio, sobrevivência, em que o indivíduo

depende de algo para se estabelecer. Nos níveis 4 e 5, o indivíduo passa para uma fase de consciência, de aprendizado; e, nos níveis 6 e 7, o indivíduo tem a consciência do propósito, em que o todo é mais importante, os esforços são voltados para evolução e criação de um futuro [4]. Dessa forma, uma organização que segue a filosofia do Capitalismo Consciente apresenta níveis de consciência de espectro total com concentração de valores nos níveis 4, 5, 6 e 7, sem valores potencialmente limitantes.

Quanto aos pilares do CC (propósito maior, integração com os stakeholders, liderança consciente e cultura consciente), percebeu-se que a adoção dos mesmos foi apontada, nas entrevistas, com mais clareza e convicção pelos dirigentes do grupo 2, corroborando com os dados obtidos nos questionários.

Reflexos da pandemia

No contexto da pandemia do coronavírus, os principais desafios citados por ambos os grupos de dirigentes se referiram aos cuidados com o quadro de colaboradores, especificamente, às necessidades de realocação de pessoas e demissão de funcionários. Foi demonstrada, de maneira geral, uma preocupação com a situação dos possíveis desligados. Os líderes também expuseram o esforço para reduzir ao mínimo o número de demissões em virtude da situação excepcional.

Isso evidencia uma aproximação com o pilar de Integração com os stakeholders do Capitalismo Consciente, em que os dois principais stakeholders do negócio são clientes e colaboradores. A pandemia aproximou as práticas dos dirigentes aos valores de colaboração e aprendizado contínuo. Os profissionais apontaram os principais aprendizados e desafios desse período.

Principais aprendizados e desafios

Aprendizados	Desafios
Aproximação com clientes	Tomadas de decisões relacionadas ao quadro de colaboradores: realocações e demissões.
Ampliação da escuta dos stakeholders	Definições de estratégias para certificar a segurança dos colaboradores.
Cuidado com as pessoas e valorização do ser humano	
Resiliência e inteligência emocional	

Outro aspecto que deve ser destacado é a percepção de que a pandemia acelerou mudanças organizacionais a partir da ampliação do uso das tecnologias, o que trouxe a possibilidade de reuniões mais produtivas, trabalho *home office* (teletrabalho), flexibilização do trabalho e busca por novas formas de avaliar a produtividade dos colaboradores.

Capitalismo Consciente: uma necessidade das empresas

Longe de ser a solução para todos os problemas econômicos e sociais, o Capitalismo Consciente indica caminhos para que as organizações adotem posturas mais humanas e responsáveis para com a sociedade, nos aspectos sociais, éticos e ambientais. Nesse sentido, no atual cenário de esgotamento do modelo tradicional do capitalismo e em um contexto que fortalece novos valores na sociedade, aplicar o CC significa promover maior adaptação, de modo que todos os stakeholders (clientes, colaboradores, fornecedores, comunidade e meio ambiente) sejam afetados positivamente. Contudo, para que isto aconteça, o trabalho prioritário inicia individualmente, na evolução interior de cada dirigente, visto que somente a partir da elevação do nível de consciência deles é que a prática humanizada e consciente acontece no cotidiano das organizações.

Referências

- [1] Mackey, J. & Sisodia, R. (2013). *Capitalismo consciente: como libertar o espírito heroico dos negócios*. São Paulo: HSM.
- [2] Sisodia, R., Wolfe, D. & Sheth, J. (2015). *Empresas humanizadas - pessoas - propósito performance*. Instituto Capitalismo Consciente.
- [3] Barrett, R. (2017). *A organização dirigida por valores: liberando o potencial humano para a performance e a lucratividade*. Rio de Janeiro: Alta Books
- [4] Eckschmidt, T., Gaiarim, G., Merlina, G. & Zulueta, C. (2016). *Fundamentos do capitalismo consciente: liderando o espírito empreendedor para o bem*. Curitiba: Voo.

Sobre os autores

Ana Flávia Ibiapina de Patrício Ribeiro Leitão
Mestre em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza (UNIFOR), graduada em Psicologia (UNIFOR),

Pós-Graduada em Gestão Estratégica de Pessoas (FGV). Formada no método Cultural Transformation Tools Foundations Training (BARRET VALUE CENTRE). Consultora em Desenvolvimento e Mentora de Carreira. Geriu e conduziu consultorias na área de desenvolvimento de pessoas, assim como treinamentos e palestras para grandes grupos como Gerdau, C. Rolim Engenharia, FIEC, RHI Magnesita, dentre outras.

Tiago Jessé Souza de Lima

Possui doutorado em Psicologia Social pela Universidade Federal da Paraíba, com estágio de doutorado no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa (Portugal). É Professor Adjunto do Departamento de Psicologia Social e do Trabalho (PST) e do Programa de Pós-graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações (PSTO) na Universidade de Brasília (UnB). É vice coordenador do Grupo de Trabalho "A diversidade teórica-metodológica da Psicologia Social" da ANPEPP. É Editor-associado da revista *Psicologia: Teoria e Pesquisa* (Qualis A1). É membro da Association for Psychological Science (APS) e da Associação para o Desenvolvimento da Psicologia Social (ADEPS). Seus interesses de pesquisa e ensino se concentram nas áreas de Psicologia Social (relações intergrupais, exclusão social e consequências psicossociais na vida dos indivíduos; mudanças sociais; normas, valores e atitudes), Avaliação Psicológica (construção e adaptação de medidas de avaliação de variáveis psicossociais) e Replicação em Psicologia Social.

Para citar esse trabalho:

Leitão, A. F. I. P. R., & Lima, T. J. S. (2022). O Capitalismo Consciente como movimento para humanizar a cultura organizacional. *Revista Gestão Executiva*, 1(3), 13-17.