



Capitalismo Consciente: Um Propósito Maior

O capitalismo sempre esteve associado ao lucro e a resultados que beneficiam os investidores. Também conhecido como capitalismo sustentável, de stakeholder e inclusivo, o capitalismo consciente se trata de um movimento de empresas que vislumbram muito além do lucro, tem na sua essência gerar riqueza e, assim, contribuir com o desenvolvimento da sociedade e o bem-estar social nos aspectos financeiro, econômico, intelectual, educacional, físico, ecológico, cultural, emocional, ético, espiritual, consumo e produção responsáveis e sustentabilidade. Relembrando, são quatro os pilares que norteiam uma empresa que pratica o capitalismo consciente: propósito, orientação para stakeholders, liderança e cultura conscientes.

O movimento de Raj Sisodia é apoiado por mais de 200 empresas brasileiras, dentre elas a Gerdau, Ifood, Malwee, Raccon, Natura, Tetra Pack, Unilever, Unidas, Cacau Show, Cielo, Boticario, Movida, Sicredi, Ypê, Klabin, Pão de Queijo, Reserva, Vibra, Petz, Alelo. No mundo, são 4.500 empresas signatárias, incluindo Starbucks, Amazon, BMW, Whole Foods e Costco. Para o *head* de sustentabilidade do iFood, André Borges, a adesão da empresa ao movimento foi uma consequência da forma como a organização enxerga a iniciativa privada na sociedade. Borges destaca que o iFood busca impactar os *stakeholders* “criando oportunidades por meio da educação, tendo uma operação cada vez mais sustentável, com menos poluição plástica e reduzindo a pegada de carbono com modais mais limpos. Como nosso negócio é voltado à alimentação, temos também ações de combate à fome e ao desperdício de alimentos no ecossistema”.

A concorrência também é uma das partes interessadas desse movimento, como exemplo, é possível citar o caso em que Elon Musk decidiu compartilhar patentes de carros elétricos. Se somente a Tesla estivesse produzindo carros elétricos, a mudança no mercado aconteceria muito lentamente. Tal decisão poderia ter um impacto negativo, mas a Tesla não perdeu valor e participação de mercado por causa dessa iniciativa. Estudos concluíram que organizações com propósito claro têm melhor desempenho financeiro, maior fidelidade dos clientes, criam uma imagem mais positiva e são mais resilientes. Essas empresas superaram o S&P 500 em 14 vezes, e as consagradas *Good to Great*, de Jim Collins, em seis vezes.

Finalizando, o capitalismo consciente não é a perfeição da empresa. Somos humanos, os erros são inerentes, sempre na tentativa de acertar e não na maldade de errar.

RÉGIS HAUBERT

Vice-presidente de inovação e tecnologia da CICS.