

O que a ética empresarial pode aprender com o empreendedorismo

Stephen R. C. Hicks

Departamento de Filosofia e Centro para a Ética e Empreendedorismo

Rockford University, Illinois, USA

Publicado pela primeira vez em Inglês em *The Journal of Private Enterprise* 24(2), 2009, 49-57.

Tradução por Matheus Pacini. Revisão por Vinicius Cintra, 2014.

Resumo

O empreendedorismo é cada vez mais estudado como um fenômeno econômico fundamental e fundacional, porém, cada vez menos como um fenômeno ético. Grande parte da literatura atual sobre a ética empresarial pressupõe que seus objetivos principais sejam: 1) acabar com práticas comerciais *predatórias* e (2) encorajar a *filantropia* e a *caridade* por parte das empresas. Indubitavelmente, o comportamento predatório é imoral e a caridade encontra lugar na ética, todavia, nenhuma delas deveria ser o *foco principal* da ética. Em vez disso, a ética empresarial deveria destacar os valores e as virtudes dos empreendedores – por exemplo, aqueles indivíduos produtivos e responsáveis que *geram* valor e *negociam* com outros indivíduos buscando uma relação de ganho mútuo.

Código de Classificação JEL: A12, A13, L26

Palavras-chave: Empreendedorismo, Ética, Ética da Virtude

I. Três tipos de personagens: Carly, Tonya e Jane

O empreendedorismo é cada vez mais estudado como um fenômeno econômico fundamental e fundacional. Schumpeter (1950) e Kirzner (1978) foram os pioneiros, e seus sucessores têm produzido uma literatura relativamente extensa. No entanto, o empreendedorismo tem recebido menos atenção como um fenômeno moral e, por sua vez, menos atenção na literatura sobre ética empresarial.

Considere o status moral do empreendedor em contraste com outros dois tipos de personagens:

1. *Carly*: como aluna, Carly estudou muito e recebeu boas notas. Depois de formada, conseguiu um emprego, mas, ao mesmo tempo, economizou e trabalhou no seu plano de negócios. Quando estava pronta, deu o passo decisivo e começou sua própria empresa, a qual administrou com sucesso, vendendo-a, anos mais tarde, por US\$ 10 milhões. Hoje, ela vive tranquilamente, viajando, cuidando da construção de sua casa, zelando por sua família, e administrando seu portfólio de investimentos.

2. *Tonya*: Tonya também estudou muito na faculdade e, depois de formada, começou a trabalhar em uma instituição financeira. Ela descobriu uma falha no sistema de rastreamento de fundos, o que lhe permitiu desviar anonimamente US\$

10 milhões para uma conta bancária no exterior, da qual foi rapidamente redirecionado para diversos bancos caribenhos e suíços, acabando em uma conta conhecida somente por Tonya. Um ano depois, Tonya pediu demissão da instituição financeira e agora está vivendo no luxo discreto, em algum lugar da Europa.

3. *Jane*. Enquanto estava na faculdade, Jane estudou artes liberais e se graduou com ótimas notas. Infelizmente, no verão posterior a sua graduação, seus pais morreram de forma inesperada, deixando US\$ 10 milhões como herança. Desse valor, Jane doou imediatamente 9,9 milhões para instituições de caridade devotadas aos desabrigados, às vítimas de enchentes, e também ao reflorestamento da Amazônia. Jane investiu os US\$ 100 mil restantes em um certificado de depósito bancário com rendimento anual de 8%, utilizando os lucros para viver sem demasiado esforço.

Vamos agora tratar da questão ética: qual dos três é o *mais mora*? Quem deveríamos considerar como modelo? Deveríamos ensinar nossos filhos e estudantes a admirarem e se empenharem para ser como Carly, Tonya ou Jane? Os três requerem determinação: não é fácil construir um negócio de sucesso. Não é fácil descobrir uma falha, aproveitar-se dela e sair impune. Não é fácil doar todo o seu dinheiro.

Tonya é representante de uma ética predatória: ela prejudica a outrem e utiliza o lucro para se beneficiar. Ela é representante das práticas de soma-zero, de lucros à custa dos outros, amplamente condenada na literatura sobre ética empresarial.

Jane é representante de uma ética altruísta: ela é abnegada, e coloca o que tem à disposição dos outros na sociedade, mantendo somente o mínimo para si. Ela é representante das práticas de “justiça social”, amplamente elogiadas na literatura sobre ética empresarial.

Carly é a empreendedora modelo e é a representante da ética da autorealização, egoísta. Ela gera valor, comercializa com os outros e vive a vida de seus sonhos. Mesmo assim, ela não é tratada na literatura sobre ética empresarial. Ela é a mulher invisível.

Contudo, os traços do caráter e as atividades de geração de valor dos empreendedores, pelo menos, de forma implícita, caracterizam uma forma de ética. Para tornar essa forma de ética explícita, começaremos com uma descrição padrão do empreendedor.

II. O Processo Empresarial

O processo empresarial começa com uma *ideia estruturada e criativa* de um novo produto ou serviço. O empreendedor é *ambicioso e corajoso*, ele toma a *iniciativa* na transformação de uma ideia em um novo empreendimento. Por meio da *perseverança* e da *tentativa e erro*, o empreendedor *produz* algo de valor. Ele tem um papel de *liderança* ao mostrar aos consumidores o valor do novo produto, e aos novos funcionários, como produzi-lo. O empreendedor *comercializa* com aqueles consumidores e funcionários buscando uma relação de ganho mútuo. Ele assim alcança o *sucesso* e então *aproveita* os frutos de sua conquista.

Vamos explicar cada um dos elementos em *itálico* dessa descrição:

Os empreendedores geram ideias de negócios e decidem quais delas valem a pena. No processo de descoberta de *ideias estruturadas e criativas*, os empreendedores falam de visão, “pensar fora da caixa”, imaginação, mente ativa, e “momentos de súbita inspiração”. Tendo gerado ideias, eles falam sobre exercitar o julgamento crítico: quais ideias são realmente boas? O produto ou serviço pode ser desenvolvido tecnicamente? Venderá bem? O que mostra a pesquisa de mercado? Os empreendedores exibem um comprometimento ao desenvolvimento cognitivo – entretenimento intelectual, pesquisa, experimentação e análise.

Ambição é o impulso para alcançar seus objetivos, para ser bem sucedido, para melhorar a si mesmo, para prosperar, para ser o melhor de todos. Empreendedores fazem mais do que sonhar e alimentar desejos infundados – “não seria bom se eu fosse rico e independente?” – que muitas pessoas experienciam. Pessoas ambiciosas sentem profundamente a *necessidade* de alcançar seus objetivos.

O empreendedorismo requer *iniciativa*. Uma coisa é ter um bom plano de negócios; outra é transformar tal plano em realidade. Empreendedores são pioneiros que se comprometem a tornar suas boas ideias em realidade.

Um novo empreendimento envolve desbravar o desconhecido, superar obstáculos – incluindo a possibilidade de reprovação e zombaria – e encarar a possibilidade do fracasso. Consequentemente, a atividade empresarial requer *coragem* – assumir riscos calculados, estar atento a possíveis reveses, não deixando, todavia, que o medo do fracasso ou reprovação domine o seu processo decisório.

O sucesso empresarial nunca é fácil e instantâneo; o sucesso é o resultado do enfrentamento das dificuldades com vistas ao longo prazo. Em outras palavras, a *perseverança* é essencial. Os empreendedores devem perseverar através dos obstáculos técnicos inerentes ao processo de desenvolvimento do produto, diante dos pessimistas que declaram que não pode ser feito ou que são, por outro lado, obstrucionistas, em face de suas próprias dúvidas. Os empreendedores devem manter a disciplina no curto prazo e a motivação de longo prazo vivas no seu pensamento.

O processo de desenvolvimento é quase sempre um processo de *tentativa e erro*, o qual requer que o empreendedor faça ajustes com base na experiência. Empreendedores de sucesso ajustam-se ao *feedback* do mundo real, o que significa ser capaz de admitir erros e incorporar fatos novos, ao invés de ignorar teimosamente qualquer coisa que é uma ameaça às suas ideias.

Produtividade: espera-se sempre que o processo de desenvolvimento culmine em um produto que funciona. Nesse caso, o empreendedor adicionou valor ao mundo por meio da criação de um novo produto ou serviço, que funciona de forma consistente, que é produzido em quantidade e que é aperfeiçoado continuamente.

Aqueles que transacionam com o empreendedor, sejam consumidores, empregados ou investidores de risco, engajam-se em uma transação de ganho mútuo, trocando valor por valor. Do ponto de vista social, o comércio é um processo de negociação pacífica com os outros membros da sociedade de acordo com o mérito produtivo. Ele requer a proteção dos interesses das duas partes, o exercício da capacidade de negociação, a diplomacia e, quando necessário, a determinação que se alcance um resultado mutualmente benéfico. Os empreendedores também adicionam valor por trazer *liderança* à troca. Os empreendedores estão criando algo novo, então, são os primeiros a trilhar esse novo caminho. Os pioneiros servem como um exemplo a ser seguido, e especialmente no caso de um novo produto ou serviço, devem mostrar aos novos consumidores o valor de um novo produto ou serviço e devem ensinar aos novos empregados como produzi-los. Consequentemente, os empreendedores devem mostrar liderança ao expor aos outros sua criação, encorajando-os por meio do processo de aprendizado e acompanhando-os no processo de divulgação. Parte da troca, nesse caso, é a apresentação de uma nova oportunidade ao consumidor e ao empregado, permitindo que se beneficiem dela. Por assim proceder, o empreendedor será recompensado.

Finalmente, o empreendedor experimenta o *sucesso* e o *prazer* do sucesso. O sucesso empresarial resulta em recompensas materiais e psicológicas – materiais, na forma de bens físicos que podem ser adquiridos e do sentimento de independência e segurança financeira que os acompanha. Psicológicos, no sentimento do autorrespeito e de dever cumprido oriundo da criação de um produto ou serviço.

III. Empreendedorismo e a Ética da Virtude

Até agora, esbocei o processo empresarial em termos das características e ações que levam ao sucesso empresarial. O que isso tem a ver com a moralidade?

Uma das principais abordagens à ética ocorre por meio da virtude. Virtudes são traços de caráter que guiam a ação visando bons resultados. A literatura sobre ética é composta por diversas explicações concorrentes sobre quais deveriam ser esses bons resultados e, conseqüentemente, explicações concorrentes sobre quais virtudes deveríamos defender. Alguns eticistas da virtude alegam que um atributo tem prioridade na avaliação ética em relação a regras ou princípios, ações e conseqüências. Deixando de lado a questão de se a virtude tem prioridade, minha preocupação aqui é conectar atributos de sucesso empresarial a virtudes.

Se nós considerarmos os atributos de índole empresarial supracitados em termos de *virtudes* – por exemplo, em termos de atributos de caráter e comprometimentos que permitem e constituem uma boa ação – então, nós estabelecemos as seguintes conexões:

A geração e avaliação dos dados e das ideias criativas conectam-se à virtude da *racionalidade*. Racionalidade é o comprometimento ao exercício pleno da razão. O pensamento criativo e ativo inicial de um empreendedor é função da razão, como o é o exercício de julgamento analítico na determinação de quais ideias de negócios são realmente viáveis economicamente.

A ambição e o impulso dos empreendedores para o sucesso conectam-se à virtude do *orgulho*. O orgulho tem aspectos inovadores e retrógrados (por exemplo, orgulhar-se de algo que você conquistou); é o aspecto inovador que é importante aqui. Orgulhar-se de si próprio significa desejar o melhor para sua própria vida, o que implica em fazer o seu melhor. Por exemplo, orgulhar-se da sua aparência significa querer estar em forma, ou seja, um compromisso com a saúde, higiene e estilo. A busca incessante dos empreendedores pelo sucesso é a conseqüência de se orgulharem da parte profissional de sua vida.

O empreendedor que mostra iniciativa por ser o pioneiro e que se compromete a tornar um plano de negócios em realidade, conecta-se à virtude da *integridade*. A integridade é a política de agir com base no que uma pessoa acredita ser verdadeiro e bom. É traduzir o pensamento em ação. Isto é, os pensamentos de um indivíduo são integrados às suas ações; ou as crenças de um indivíduo sobre o que seria bom são integradas às suas ações, de forma a trazer esse bem à existência partindo de um plano inicial.

O compromisso de um empreendedor à ação, apesar do medo inerente por saber dos riscos envolvidos, conecta-se à virtude da *coragem*. A coragem é a virtude de comprometer-se a uma ação que um indivíduo julga estar certa, enquanto estando ciente, tanto intelectual como emocionalmente, das possibilidades de fracasso.

A perseverança do empreendedor frente às dificuldades, reprovações, e outras dúvidas temporárias conecta-o à virtude da *independência*. A independência é a virtude de confiar no seu próprio julgamento e agir com base no seu melhor julgamento, apesar das frustrações iniciais ou das opiniões contrárias dos outros.

A missão do empreendedor ao longo do processo de tentativa e erro do desenvolvimento do produto conecta-se à virtude da *objetividade*. A objetividade é o procedimento de guiar o seu pensamento por meio do conhecimento dos fatos, ou estar aberto a novos fatos; ou, colocando negativamente, não sermos cegos intelectualmente, evitando o *feedback*, às vezes, desagradável da realidade. Um elemento constituinte da objetividade é a virtude da *honestidade*, a política de não fingir para si próprio ou para os outros que fatos não são fatos.

A produtividade do empreendedor conecta-se à virtude da *produtividade*. A produtividade é um comprometimento com a criação de valor, ser autoresponsável por transformar em realidade aquilo que um indivíduo necessita e deseja.

O ato da troca de valor por valor com clientes e funcionários por parte do empreendedor conecta-se à virtude da *justiça*. A justiça é um compromisso com a avaliação e interação com indivíduos de acordo com seu mérito, e um compromisso correlacionado de autoavaliação de acordo com seu próprio mérito. A justiça aplicada às relações comerciais significa que a troca ocorre voluntariamente, ou seja, com base no julgamento independente de cada parte, e que os termos do negócio são estabelecidos pelo julgamento independente de cada parte no que tange aos méritos da troca.

E, finalmente, o sucesso alcançado pelo empreendedor, incluindo as recompensas financeiras e psicológicas decorrentes da criação de um negócio próspero, conecta-se aos valores morais da *prosperidade, felicidade e realização*. A prosperidade ou a felicidade é o estágio mais elevado do sucesso. Como a vida profissional de uma pessoa é parte da sua vida como um todo, as ações do empreendedor que levam à prosperidade nos negócios são um componente de uma vida próspera como um todo. As ações do empreendedor tanto constituem como levam a uma vida desejada por ele.

Resumindo todos os pontos citados em uma tabela, obtemos o seguinte:

Tabela 1 - Traços de caráter empresarial e virtudes morais relacionadas

<i>Traço Empresarial:</i>	<i>Virtude Moral:</i>
Conhecimento e criatividade	Racionalidade
Ambição	Orgulho
Coragem	Coragem
Iniciativa	Integridade
Perseverança	Independência
Tentativa e erro	Objetividade (incluindo honestidade)
Produtividade	Produtividade
Trocar valor por valor	Justiça
<i>Consequência empresarial:</i>	<i>Virtude Moral:</i>
Experimentar e desfrutar do sucesso	Autoestima, orgulho e prosperidade

IV. Um código de ética empresarial

As virtudes e os valores listados na coluna da direita da tabela juntos constituem *um código empresarial de ética empresarial*. Esse conjunto de virtudes é uma abstração de uma descrição da atividade empresarial. Os pensamentos e ações dos empreendedores são itens de um conjunto geral de atributos de sucesso. Esses atributos de sucesso dos empreendedores são detalhes de um conjunto geral de virtudes.

Nesse contexto histórico, a lista de virtudes é muito *aristotélica* (Aristóteles, 1984; veja especialmente a discussão sobre coragem no Livro III de Aristóteles, orgulho como a “coroa” das virtudes, honestidade, e generosidade com respeito ao dinheiro no Livro IV, justiça no Livro V, e *phronesis* ou sabedoria prática no Livro VI da Ética a Nicômano) e muito *objetivista* (Rand, 1964).

Uma implicação importante do supracitado é que uma ética empresarial contrasta fortemente com os códigos de ética prevalentes na literatura tradicional e

atual sobre ética empresarial. Uma conclusão de grande parte da literatura é que o sucesso de acordo a critérios empresariais e o sucesso de acordo a critérios éticos são coisas diferentes. Uma consequência dessa visão é que o negócio é amoral e a ética é algo que tem de ser importado ou transplantado ao negócio – ou em perspectivas mais extremas, que os negócios são inerentemente imorais e o objetivo da ética é controlar ou restringir os negócios.

Pelo contrário, o código de virtude empresarial supracitado conecta os negócios à ética de maneira positiva. Estabelece uma fundação para uma ética favorável aos negócios baseada no pressuposto de que a prática de negócios bem sucedida *tem dentro de si* os recursos para desenvolver uma ética. Empresários são indivíduos orientados para o sucesso prático. Os compromissos e atributos que lhes permitem alcançar o bem, isto é, o sucesso na vida, são virtudes. E virtudes são o assunto principal da moralidade e da ética. O empreendedorismo é um veículo particular para a atividade moral.

Ou colocando de outra forma: quando você ensina as habilidades do sucesso prático nos negócios, a lista do lado esquerdo da tabela é o que nós ensinamos. Quando ensinamos uma virtude moral, a lista da direita é o que nós ensinamos. E elas acabam sendo a mesma coisa – a moral é prática.

Outra implicação do supracitado envolve promover a causa de uma sociedade livre. O eticista deve ser um aliado do economista e do cientista político ao defender aquele argumento. Os economistas elaboram os mecanismos comerciais de uma sociedade livre, e os cientistas políticos elaboram os requisitos constitucionais e de governo limitado. Ainda assim, enquanto os economistas e os cientistas políticos de uma sociedade livre têm feito um trabalho excelente, menos tem sido alcançado na articulação e defesa da ética de uma sociedade livre, incluindo sua ética empresarial.

James Buchanan fez a seguinte observação:

“Nós, verdadeiros liberais, estamos falhando em salvar a alma do liberalismo clássico. Livros e ideias são necessários, mas não suficientes para assegurar a viabilidade de nossa filosofia. Não, o problema está na demonstração do ideal. Minha tese mais ampla é que o liberalismo clássico não pode assegurar aceitabilidade pública suficiente quando seus principais representantes estão limitados ao pragmatismo do ‘isso funciona?’ [...] Uma visão, um ideal, é necessário. As pessoas precisam de algo que possa ser desejado e pelo qual se possa lutar. Se o ideal liberal não está lá, existirá um vácuo e outras ideias o suplantarão. Os liberais clássicos fracassaram em compreender essa dinâmica” (Buchanan, 2002).

O sucesso empresarial não vem todo da ética, mas é um bom ponto de partida para a ética empresarial. Os códigos éticos são importantes *do ponto de vista social*: nós desenvolvemos sistemas políticos e econômicos para a produção e proteção do que pensamos ser bom, e o que achamos bom depende de nosso código moral. E os códigos morais são cruciais *do ponto de vista pessoal*: um código moral é um guia espiritual – é o que cada um considera melhor, mais elevado, mais nobre. Que diz quem você é e o que desperta o seu melhor. Nós precisamos de um código moral que idealize as “Carlys” – não um que nos incite a ser “Janes” ou que é limitado a atacar as “Tonyas”.

A tese fundamental de um código de ética empresarial é que a ética empresarial deveria focar primeiramente na criatividade, na produtividade e no comércio. Empresários criativos e produtivos são indivíduos moralmente realizados. Ou seja, que a ética empresarial deveria levar a sério o empreendedorismo e fundamentá-lo como um fenômeno moral.

Referências Bibliográficas

ARISTOTLE. *Nicomachean Ethics*. In *The Complete Works of Aristotle*, edited by Jonathan Barnes. 2 vols. Princeton: Princeton University Press.

BUCHANAN, James. "Saving the Soul of Classical Liberalism." *The Wall Street Journal*, 1º Janeiro de 2002.

KIRZNER, Israel. *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press, 1973.

RAND, Ayn. "The Objectivist Ethics." In *The Virtue of Selfishness*. New York: New American Library, 1964

SCHUMPETER, Joseph. 1950. *Capitalism, Socialism and Democracy*. 3rd ed. New York: Harper & Brothers.