

Ética no Empreendedorismo

Mário Carrilho Negas¹, Maria de Fátima Lobão²

¹ Departamento de Ciências Sociais e de Gestão, Universidade Aberta, Portugal

Investigador do Centro de Administração e Políticas Públicas - CAPP-ISCSP/ULisboa, Portugal

Vice-Presidente da Empreend - Associação Portuguesa para o Empreendedorismo, Portugal

Mario.Negas@uab.pt

² Tutora da Universidade Aberta, Portugal

Vice-Presidente da Empreend - Associação Portuguesa para o Empreendedorismo, Portugal

mfatimalobao@gmail.com

No âmbito do *Empreendedorismo Responsável* apresenta-se uma reflexão enquadrada pelas questões que a seguir se enunciam:

Que valores as iniciativas (políticas, cursos, etc.) de promoção do empreendedorismo manifestam?

Quais os indicadores éticos que desejavelmente devem estar presentes de forma transparente nas iniciativas das pessoas empreendedoras?

Hoffman e Casnocha (2012) respondem à questão “*Quem são as pessoas empreendedoras?*”, segundo os autores todas as pessoas podem ser empreendedores, isto é, todo o ser humano é um potencial empreendedor! Estes argumentam que nascemos empreendedores (importa lembrar que o primeiro é co-fundador e presidente da LinkedIn, o segundo um empreendedor) porque *o desejo de criar está codificado no ADN humano, sendo a criação a essência-base do empreendedorismo*. No entanto, outros autores como Ferreira *et al.* (2010) defendem que *ninguém nasce empreendedor(a), nem com genes empreendedores*. Segundo os autores o empreendedor é “definido/caracterizado” em termos de comportamentos e atitudes, e não de traços de personalidade ou outras características inatas. Saraiva (2011) argumenta que diversos estudos evidenciam que aquilo que mais motiva os empreendedores são os aspectos associados à realização pessoal, maior autonomia, prazer ao abraçar novos desafios, e a concretização dos mesmos. Ser empreendedor é um *conceito de vida*¹ e não unicamente um conceito identificado com a área do negócio, trata-se de um *conceito global*, que está presente em todo o mundo, é também um *conceito perpétuo e não geracional*. De entre as características mais atribuídas aos empreendedores referem-se, por exemplo, o facto de acreditar verdadeiramente no seu propósito/sonho, ser ousado, saber lidar com riscos

¹Hoffman, R. e Casnocha, B. (2012). START-UP - Um novo futuro. Lisboa: Clube do Autor, S.A.

calculados; apurado sentido de responsabilidade individual e social; capacidade de iniciativa; saber lidar com imprevistos; espírito simultaneamente sonhador/concretizador assente numa base de realismo, ser líder; boa resistência anímica/capacidade de adaptar/ajustar perante situações de fracasso. Das características mencionadas, e sem desvalorizar a importância das restantes, evidencia-se a importância do apurado sentido de responsabilidade individual e social que o(a) empreendedor(a) deve apresentar. Considera-se que esta característica contribui significativamente para o despoletar de comportamentos socialmente responsáveis por parte dos empreendedores. A sociedade exige cada vez mais das empresas *comportamentos éticos e socialmente responsáveis*², surge uma nova cultura empresarial que contempla a dimensão ética nas atuações empresariais, que não se limita apenas ao cumprimento da lei, mas também ao dever cívico de contribuir para uma maior criação de valor na sociedade (acrescentar valor na tripla dimensão – económica, social e ambiental) e garantir a sustentabilidade.

No âmbito da questão relacionada com os *indicadores éticos* que devem estar presentes nas iniciativas das pessoas empreendedoras considera-se, por exemplo, os indicadores associados: ao envolvimento da empresa com a comunidade; à igualdade de oportunidade de emprego; à obediência à lei e a outras normas (directa ou indirectamente ligadas à atividade); à segurança no local de trabalho; às preocupações ambientais; à qualidade e segurança dos produtos (bens e/ou serviços) fornecidos; à garantia que os colaboradores têm comportamentos socialmente responsáveis; à garantia da continuidade da empresa no tempo. A observância destes leva ao comprometimento da atividade empreendedora em decisões de vária ordem, tais como de investimento, de inovar, de I&D, de crescimento sustentável, de renovação, entre outras. Outra potencial forma de se obter indicadores éticos é proceder à identificação do que é esperado pela sociedade/comunidade e medir o nível atingido/realizado.

Para Lennick e Kiel (2009) os empreendedores que pretendam ter sucesso, terem que alinhar os negócios a princípios como a *integridade*, a *responsabilidade*, a *compaixão* e o *perdão*. No contexto da *globalização económica* é essencial ter em atenção *os valores comuns*, baseados em princípios universais. Acreditamos que *sem valores comuns, fazer negócios seria impossível* (ou muito difícil) nos tempos que correm. A importância do empreendedorismo no contributo para a construção de uma sociedade mais justa e equitativa, tendo como fim último a criação de um mundo melhor, é hoje em dia reconhecida por inúmeras entidades que se dedicam ao respetivo estudo/promoção.

É complexa a abordagem no âmbito dos valores que as iniciativas (políticas, cursos, etc.) de promoção do empreendedorismo manifestam por existir um grande e diversificado leque de entidades que desenvolvem a promoção do empreendedorismo. Focando apenas as iniciativas relacionadas com os cursos/aprendizagem centrada no empreendedorismo, considera-se que a formação sobre empreendedorismo deverá conter não só uma formação de base nos conceitos e técnicas de gestão, mas também em competências não técnicas, como o ensino de valores (justiça, coragem, moderação e prudência), que

²Ferreira, M., Santos, J. e Serra, F. (2010). *Ser Empreendedor pensar, criar e moldar a nova empresa (2ªEd.)*. Lisboa: Edições Sílabo.

possam orientar o desenvolvimento do raciocínio moral dos potenciais empreendedores, levando a que assumam uma conduta de tolerância e respeito pelos outros (Marques,1998), por forma a contribuir para uma sociedade mais justa e igualitária.

BIBLIOGRAFIA

Cunha, P. (1996). *Ética e Educação*. Lisboa: Universidade Católica Editora.

Ferreira, M., Santos, J. & Serra, F. (2010). *Ser Empreendedor pensar, criar e moldar a nova empresa (2ªEd.)*. Lisboa: Edições Sílabo.

Hoffman,R. & Casnocha, B. (2012). *START-UP - Um novo futuro*. Lisboa: Clube do Autor, S.A.

Lennick, D. & Kiel, F. (2009). *Inteligência Moral*. Lisboa: Editorial Presença.

Koch, R. & Campbell, A. (1999). *Os Mandamentos da Gestão para o Novo Milénio*. Lisboa: Edições CETOP.

Marques, R. (1998). *Ensinar Valores: Teorias e Modelos*. Porto: Porto Editora.

Moreira, J. (1999). *A Contas com a Ética Empresarial*. Estoril: Príncípa Editora.

Neves, J. (2008). *Introdução à Ética Empresarial*. Cascais: Príncípa Editora.

Nunes, C. (2004). *A Ética Empresarial e os Fundos Socialmente Responsáveis*. Porto: Vida Económica.

Saraiva, P. (2011). *Empreendedorismo: do conceito à aplicação, da ideia ao negócio, da tecnologia ao valor*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.