



A criação do valor partilhado no combate à corrupção

Manuel Carlos Nogueira

A criação de valor partilhado foi inicialmente abordada por Michael Porter e Mark Kramer em 2011. De acordo com esta nova filosofia de gestão, as empresas idealizam novos negócios ou reestruturam os existentes, com a particularidade de criar valor para si e para a sociedade. Trata-se de uma ferramenta inovadora, que deverá ser utilizada, para que os negócios se tornem parte da solução social, em vez de parte do problema. Muitas empresas já aderiram a este conceito, nomeadamente multinacionais.

A criação de valor partilhado, não consiste no facto das empresas distribuírem os lucros existentes pelos diversos *stakeholders*, mas

sim em criar novas oportunidades de negócio e, como se referiu, partilhar esse acréscimo de mais valias com a sociedade. Nesta perspetiva, os gestores devem estar focados em oportunidades que criem valor económico e social, sem descuidar normas éticas e legais.

Os problemas sociais devem estar sempre presentes na estratégia corporativa, sendo que desta forma é reconhecido o envolvimento em esforços coletivos, o que permite melhorar a sustentabilidade da empresa, dado que esta depende de uma sociedade mais inclusiva. O impacto coletivo exige uma visão de longo prazo e um compromisso de

recursos que não pode ser descurado.

A implementação de uma estratégia de criação de valor partilhado enriquece tanto as empresas, como a sociedade e vai mais além do que a simples responsabilidade social corporativa. É uma forma mais avançada de compensar a sociedade pelos recursos que são utilizados e subtraídos a esta.

Apesar de muitas vezes ser difícil obter métricas adequadas para aferir corretamente os benefícios sociais, esta nova filosofia de gestão tem obtido consideráveis avanços e um elevado reconhecimento por todas as partes envolvidas de que, os benefícios mútuos e obtidos são evidentes.

Certamente, os agentes económicos e políticos ainda não perceberam é que a criação de valor partilhado também pode contribuir para o combate à corrupção. O Relatório Global de Competitividade de 2017-2018, do Fórum Económico Mundial, mais uma vez e a exemplo dos anteriores, refere que a corrupção é um dos principais entraves ao surgimento de novos negócios.

Em termos micro, a corrupção distorce a eficiente alocação de recursos, está associada a uma diminuição da produtividade, bem como a taxas mais lentas de penetração nos mercados. Também aumenta o custo do financiamento, degrada o clima ético interno que por sua vez pode provocar um aumento de comportamentos disfuncionais entre os colaboradores. Por fim, e não menos importante, em termos macro, a corrupção provoca consideráveis danos no contexto social e na sua coesão, pois retarda o crescimento económico, afeta o nível de competitividade da

economia e diminui o investimento, nomeadamente o investimento direto estrangeiro, além de provocar um fosso a nível de rendimentos entre os cidadãos honestos e os corruptos.

Uma implementação bem-sucedida de uma estratégia de criação de valor partilhado, consiste em entender as necessidades da sociedade, o que nem sempre se afigura como simples. Rastreamentos precisos e rigorosos dessas necessidades contribuem para o seu sucesso. A capacidade de compreender e catalisar o impacto coletivo é essencial para a implementação desta estratégia.

Essa implementação também incide sobre os parceiros locais, para benefício mútuo. Melhorar as condições sociais, reduzirá a corrupção, pois uma sociedade mais igualitária reprimirá mais fortemente a corrupção.

Um excelente exemplo a apontar são os países nórdicos, em que as empresas competem com base em critérios de custo e de

qualidade, em vez de ser com base em conexões opacas e subornos submissos.

As empresas nórdicas seguiram à risca as teorias do sueco Eric Rhenmam, que no início da década de 60, promoveu a visão de que o objetivo principal das empresas é criar valor para todos os seus *stakeholders*. Assim, não será de todo estranhar que consecutivamente estes países em termos de Índice de Perceção de Corrupção elaborado anualmente pela Transparency Internacional, sejam considerados os menos corruptos do mundo. Em paralelo com este indicador, em termos relação entre o Índice de Gini e o PIB per capita, são considerados dos países que usufruem de rendimentos mais elevados, os menos desiguais. Estamos assim perante uma verdadeira estratégia de sucesso. Um excelente exemplo de “win-win”.

As economias com baixa corrupção tendem a se desenvolver mais rapidamente do que aquelas com níveis mais elevados,

onde a corrupção afeta negativamente o nível de competitividade. Existe uma relação inversa entre ambientes corruptos elevados e concorrência. Esta incompatibilidade conflitante restringe o número de novos operadores no mercado, criando menores ganhos e menor nível de concorrência.

Quando a concorrência é menor, diminui o

empreendedorismo, o que provoca uma diminuição da inovação. A competitividade e a eficiência são também enfraquecidas. No fundo são criadas amplas distorções dos mercados.

Como a corrupção faz parte do contexto social, uma estratégia de criação de valor partilhado, visando reduzir a corrupção, pode ser uma resposta eficaz para combater

este flagelo, evitando desta forma a disseminação de atos de corrupção que também afetam a imagem corporativa.

Vale a pena pensar nisto



OBEGEF
Observatório de Economia
e Gestão de Fraude