



RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO

**CAPITALISMO CONSCIENTE E SEUS PRINCÍPIOS:
PERCEPÇÕES DOS GESTORES EM EMPRESAS NO
INTERIOR DO CEARÁ**

RODRIGO FARIAS DA SILVA / ÉRICO VERAS MARQUES

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA - PPAC PROFISSIONAL



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E
CONTABILIDADE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E
CONTROLADORIA
MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA

RODRIGO FARIAS DA SILVA

Produto Técnico resultado da pesquisa
CAPITALISMO CONSCIENTE E SEUS PRINCÍPIOS:
PERCEPÇÕES DOS GESTORES EM EMPRESAS NO INTERIOR DO CEARÁ

FORTALEZA
2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S583c Silva, Rodrigo Farias da.
Capitalismo consciente e seus princípios: percepções dos gestores em empresas no interior do Ceará / Rodrigo Farias da Silva. – 2023.
17 f.

Relatório Técnico Conclusivo – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, Fortaleza, 2023.

Orientação: Prof. Dr. Érico Veras Marques.

ISBN: 978-85-7485-481-6

1. Relatório Técnico. 2. Sustentabilidade. I. Título.

CDD 658.1

RODRIGO FARIAS DA SILVA

**CAPITALISMO CONSCIENTE E SEUS PRINCÍPIOS:
PERCEPÇÕES DOS GESTORES EM EMPRESAS NO INTERIOR DO CEARÁ**

Produto Técnico resultante do Trabalho de conclusão de Mestrado Profissional do Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará, como produção técnica da área de concentração de Gestão Organizacional.

Linha de Pesquisa: Estratégia e sustentabilidade
Orientador: Prof. Dr. Érico Veras Marques

FORTALEZA
2023

Título: Capitalismo consciente e seus princípios: percepções dos gestores em empresas no interior do Ceará [Relatório Técnico Conclusivo]

Autores: Rodrigo Farias da Silva e Érico Veras Marques

Coordenação do Programa de Pós-Graduação: Alessandra Carvalho de Vasconcelos, Coordenadora do PPAC Profissional; Augusto César de Aquino Cabral, Vice-coordenador do PPAC Profissional

Editor: Universidade Federal do Ceará (UFC)

Edição Eletrônica: dezembro de 2023

ISBN: 978-85-7485-481-6

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade (FEAAC)

Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria – PPAC Profissional

Av. da Universidade, 2431, Benfica, CEP 60020-180, Fortaleza-CE

Telefone: (85) 3366-7816

Endereço eletrônico: <https://ppacprof.ufc.br>

Resultado da Pesquisa “**Capitalismo consciente e seus princípios: percepções dos gestores em empresas no interior do Ceará**”

Turma: MPAC / FECOMÉRCIO

Instituição contratante: Sistema Fecomércio Ceará.

Prezado Sr. Presidente,

Apresentamos a seguir um Relatório Técnico referente à pesquisa realizada por **Rodrigo Farias da Silva**, sob a orientação do Prof. Dr. Érico Veras Marques, no período de 2020 a 2023, no âmbito do Mestrado Profissional em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará.

Estamos certos de que este trabalho constitui um relevante instrumento para melhorias das ações empreendidas pelo Sistema Fecomércio Ceará junto a suas instituições parceiras.

Atenciosamente,

Rodrigo Farias da Silva, Me. em Administração e Controladoria (UFC)

Érico Veras Marques, Dr. em Administração (EASP/FGV)

DETALHAMENTO DO RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO

Correspondência com os novos subtipos-produtos técnicos/tecnológicos:

- Relatório técnico conclusivo – Processos de gestão elaborado

Finalidade:

Investigar de que maneira os gestores de empresas do interior do Ceará estão receptivos a integrar valores balizados a partir da filosofia do Capitalismo Consciente.

Impacto – Nível:

- Médio

Impacto – Demanda:

- Espontânea

Impacto – Objetivo da Pesquisa:

- Solução de um problema previamente identificado

Impacto - Área impactada pela produção:

- Econômico

Impacto – Tipo:

- Potencial

Descrição do tipo de Impacto:

Disseminação de práticas que potencializem a gestão organizacional.

Replicabilidade:

- Sim

Abrangência Territorial:

- Nacional

Complexidade

- Média

Inovação:

- Baixo teor inovativo

Setor da sociedade beneficiado pelo impacto:

- Atividades Profissionais, Científicas e Técnicas

Declaração de vínculo do produto com PDI da Instituição:

- Não

Houve fomento?

- Cooperação

Há registro/depósito de propriedade intelectual?

- Não

Há transferência de tecnologia/conhecimento?

- Não

ISBN: 978-85-7485-481-6

1 APRESENTAÇÃO DA PESQUISA

Este Produto Técnico é parte integrante do Trabalho de Conclusão do Mestrado Profissional em Administração e Controladoria, e tem como objetivo geral investigar de que maneira os gestores de empresas do interior do Ceará estão receptivos a integrar valores balizados a partir da filosofia do Capitalismo Consciente. E como objetivos específicos:

1. Investigar os valores dos gestores das organizações a partir dos seus níveis de consciência;
2. Investigar os comportamentos dos gestores das organizações a partir dos seus níveis de consciência;
3. Classificar os gestores das organizações de acordo com os níveis de consciência;
4. Analisar a predisposição dos gestores cearenses em relação aos princípios propostos pelo capitalismo consciente.

O presente estudo, que combinou abordagens quantitativas e qualitativas, buscou avaliar a receptividade de 40 gestores de empresas localizadas no interior do Ceará em adotar práticas do Capitalismo Consciente, utilizando-se do Método dos Sete Níveis Evolutivos de Consciência desenvolvido por Richard Barrett (2017).

A coleta de dados foi dividida em duas etapas. A coleta de dados quantitativos foi seguida da análise dos valores e comportamentos dos participantes a partir do nível de consciência, utilizando a Teoria dos Sete Níveis de Consciência de Richard Barrett. Foram utilizados como instrumentos o *Personal Values Assessment (PVA)* e o questionário *Full Spectrum Leadership Self Assessment (FSLSA)*. Os questionários foram compilados e inseridos na ferramenta *Google Forms*. Estes instrumentos foram desenvolvidos pelo *Barret Value Centre* (2017), onde já foram preenchidos quatro milhões de *assessments* em noventa e quatro países diferentes.

Como etapa posterior à aplicação dos questionários, realizou-se entrevistas com base em um roteiro semiestruturado amparado nos princípios do Capitalismo Consciente. Para a seleção dos gestores que participaram das entrevistas, tomou-se por base os resultados do PVA. Foram selecionados aqueles que apresentarem resultados mais significativos de acordo com os critérios pré-estabelecidos. Os participantes foram escolhidos de forma igualmente distribuída em dois grupos de gestores, denominados G1, com menor afinidade com o Capitalismo Consciente, e G2, com mais afinidade aos princípios do Capitalismo Consciente.

2 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para a análise dos dados do *Personal Value Assessment*, foram criadas colunas correspondentes a cada nível de consciência, que incluem Viabilidade, Relacionamento, Desempenho, Evolução, Alinhamento, Colaboração e Contribuição. Em cada nível, foi registrado quantos valores relacionados a esse nível cada participante indicou na pesquisa. Após analisar individualmente o número de valores associados a cada nível de consciência, esses valores foram somados de acordo com a metodologia proposta na literatura: os níveis 1, 2 e 3 foram relacionados ao nível de fundamentos/interesse próprio, o nível 4 à transformação/evolução, e os níveis 5, 6 e 7 ao impacto/bem comum (Quadro 1).

Como mencionado, os gestores foram divididos em dois grupos G1 e G2. O grupo 1 inclui os gestores cujos níveis de consciência estão predominantemente concentrados nos níveis 1, 2 e 3, sugerindo, em termos hipotéticos, que esses possuem uma aderência menor à filosofia do Capitalismo Consciente. Enquanto isso, o grupo 2 engloba os gestores com níveis de consciência predominantemente nos níveis 5, 6 e 7, o que hipoteticamente indica que esses estão mais alinhados com os princípios do Capitalismo Consciente.

No contexto do PVA, os participantes foram solicitados a selecionar os 10 valores que melhor refletissem suas próprias identidades. Portanto, com base na análise individual do PVA, apresenta-se a seguir a porcentagem global de cada valor escolhido, bem como o correspondente nível de consciência a que cada valor está associado.

O valor “comprometimento” é um elemento em comum para 19 participantes, representando 4,75% dos valores totais, seguido de “aprendizagem contínua” (4,5%) e “amizade” (4%), estando estes nos níveis 5, 4 e 2 respectivamente. Quando se analisa os níveis de forma isolada, verifica-se: Viabilidade (1), representando 9%; Relacionamento (2), representando 11%; Desempenho (3) representando 16%; Evolução (4) representando 25,25%; Alinhamento (5), representando 21,5%; Colaboração (6), representando 11%; e Contribuição (7), representando 6,25%.

Quadro 1 – Análise dos dados do instrumento *Personal Value Assessment*

EMPRESA	RESULTADOS DO PERSONAL VALUE ASSESSMENT			
	SOMATÓRIO DOS NÍVEIS DE CONSCIÊNCIA			CLASSIFICAÇÃO DOS GRUPOS
	FUNDAMENTOS / INTERESSE PRÓPRIO	TRANSFORMAÇÃO / EVOLUÇÃO	IMPACTO / BEM COMUM	
1	3	4	3	G1
2	4	4	2	G1
3	3	1	6	G2
4	3	3	4	G1
5	5	0	5	G1
6	2	6	2	G1
7	2	4	4	G1

8	2	5	3	G1
9	5	1	4	G1
10	6	0	4	G1
11	6	1	3	G1
12	2	4	4	G2
13	5	2	3	G1
14	3	1	6	G2
15	4	2	4	G2
16	5	2	3	G1
17	2	5	3	G1
18	4	3	3	G1
19	5	0	5	G1
20	5	2	3	G1
21	5	2	3	G1
22	5	0	5	G1
23	4	2	4	G1
24	3	2	5	G2
25	3	3	4	G1
26	4	3	3	G1
27	1	4	5	G2
28	3	2	5	G2
29	5	2	3	G1
30	2	1	7	G2
31	4	2	4	G1
32	5	3	2	G1
33	4	2	4	G1
34	5	1	4	G1
35	4	0	6	G1
36	3	1	6	G2
37	1	5	4	G2
38	6	3	1	G1
39	3	2	5	G2
40	6	3	1	G1

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Para examinar os dados do *Full Spectrum Leadership*, cada pergunta do *assessment*, compreendido em um total de 35 perguntas, está associada a um nível de consciência. Os participantes foram solicitados a avaliar seus comportamentos em relação à rotina de trabalho em sua organização usando uma escala Likert que variava de 1 a 5. Dessa forma, para analisar os dados, procedeu-se à soma das respostas associadas a cada nível de consciência, conforme descrito no Quadro 2. Isso foi feito para identificar em qual nível de consciência o participante apresentava o maior número de respostas, indicando uma tendência em direção aos seguintes padrões: Níveis 1, 2 e 3 de consciência (Fundamentos/interesse próprio); Nível 4 (Transformação/Evolução); ou Níveis 5, 6 e 7 (Impacto/bem comum).

Quadro 2 – Análise dos dados do instrumento *Full Spectrum Leadership*

EMPRESA	RESULTADOS DO FULL SPECTRUM LEADERSHIP			
	SOMATÓRIO DOS NÍVEIS DE CONSCIÊNCIA			CLASSIFICAÇÃO DOS GRUPOS
	FUNDAMENTOS / INTERESSE PRÓPRIO	TRANSFORMAÇÃO / EVOLUÇÃO	IMPACTO / BEM COMUM	
1	57	22	50	G1
2	52	24	44	G1
3	58	23	59	G2
4	69	23	61	G1
5	69	24	67	G1
6	67	23	64	G1
7	68	25	61	G1
8	67	19	54	G1
9	66	25	55	G1
10	56	17	47	G1

11	62	19	58	G1
12	61	22	65	G2
13	65	22	61	G1
14	57	19	41	G1
15	56	21	45	G1
16	70	25	69	G1
17	64	21	64	G2
18	54	17	58	G2
19	48	14	47	G1
20	60	17	58	G1
21	56	17	50	G1
22	55	16	52	G1
23	62	23	63	G2
24	68	22	57	G1
25	68	23	66	G1
26	58	20	57	G1
27	50	23	51	G2
28	66	23	68	G2
29	72	22	67	G1
30	64	20	50	G1
31	66	20	68	G2
32	73	23	69	G1
33	65	20	61	G1
34	69	22	62	G1
35	71	25	75	G2
36	64	21	61	G1
37	62	22	61	G1
38	73	23	68	G1
39	60	21	69	G2
40	72	24	67	G1

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Quanto à avaliação global para determinar a classificação final dos grupos G1 e G2, foram utilizados os critérios definidos no método deste estudo. Em conformidade com os critérios estabelecidos, alguns dos participantes que inicialmente haviam sido categorizados em um grupo com base na análise individual dos *assessments* acabaram sendo classificados em outro grupo na análise global e final. Com base nas análises, são sumarizados os resultados que expressam as porcentagens associadas aos níveis de consciência, conforme as tabelas a seguir.

Tabela 1 – Distribuição de frequência dos participantes nos grupos G1 e G2 – Análise isolada (*Personal Value Assessment*)

Participantes	Grupo	Frequência (Fi)	%
40	G1	29	72,50
	G2	11	27,50

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Tabela 2 – Distribuição de frequência dos participantes nos grupos G1 e G2 – Análise isolada (*Full Spectrum Leadership Self Assessment*)

Participantes	Grupo	Frequência (Fi)	%
40	G1	30	75,00
	G2	10	25,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Tabela 3 – Distribuição de frequência dos participantes nos grupos G1 e G2 – Análise conjunta (Personal Value Assessment e *Full Spectrum Leadership Self Assessment*)

Participantes	Grupo	Frequência (Fi)	%
40	G1	29	72,50
	G2	11	27,50

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Ao examinar os resultados e dando maior peso ao *PVA* em caso de discrepâncias entre os dois *assessments*, observa-se que 72,50% dos participantes atendem aos critérios definidos para o G1, o que sugere características que indicam uma possível menor adesão aos princípios do Capitalismo Consciente. Enquanto 27,50% dos participantes se enquadram nos critérios do G2, indicando uma possível maior adesão aos princípios do Capitalismo Consciente.

A diferença de percentual dos dois *assessments* é pouco relevante. Ambos os resultados indicam que os participantes estão afastados de níveis de consciência centrados no bem comum (níveis 5, 6 e 7). Tendo em vista que o *FSLSA* usa afirmações evidenciando comportamentos e o *PVA* evidenciando valores, infere-se que os gestores estão com os valores alinhados aos seus comportamentos, reforçando, assim, a definição de valores que orientam este estudo, onde os valores humanos transcendem situações e ações específicas e têm o poder de influenciar, dirigir e orientar o comportamento e ações de um indivíduo.

Assim, com base nas análises quantitativas, constata-se que os gestores demonstram um predomínio de níveis de consciência nos patamares 1, 2 e 3. Isso sugere que eles têm uma adesão menor a práticas balizadas na filosofia do Capitalismo Consciente. A mudança na consciência implica uma transição do foco no "eu" para o "nós", onde os líderes colocam os interesses de suas organizações e de suas equipes acima de seus interesses pessoais.

Os primeiros três níveis de consciência estão relacionados à dependência e à sobrevivência, nos quais os indivíduos dependem de fatores externos para sua estabilidade, e um excesso desse foco pode ter consequências negativas. Nos níveis 4 e 5, os indivíduos entram em uma fase de consciência de aprendizado, enquanto nos níveis 6 e 7, eles alcançam uma consciência de propósito, na qual o coletivo se torna mais importante do que o indivíduo, e os esforços são direcionados para a evolução e a criação de um futuro. Portanto, de acordo com Richard Barrett e em consonância com a Teoria dos Sete Níveis Evolutivos de Consciência, uma organização que adota a filosofia do Capitalismo Consciente deve apresentar níveis de consciência de espectro completo, concentrando seus valores nos níveis 4, 5, 6 e 7, evitando valores potencialmente limitantes.

Os resultados qualitativos da pesquisa estão apresentados com base nas categorias previamente definidas durante a fase de leitura dos dados da amostra. É importante enfatizar

mais uma vez que a seleção dos participantes para as entrevistas foi baseada exclusivamente nos resultados do *assessment PVA*.

Assim, para escolher os dez entrevistados, optou-se por destacar aqueles participantes que apresentaram resultados mais extremos. No caso do G02, os critérios de seleção foram: ter uma pontuação total acima de 50% nos três últimos níveis (5, 6, 7) ou ser classificado como Full Spectrum, ou seja, ter valores em todos os níveis de consciência.

Já para a seleção dos entrevistados do G1, foram aplicados os seguintes critérios: ter uma soma de pelo menos 50% nos três primeiros níveis (1, 2, 3) ou possuir pelo menos dois níveis de consciência sem nenhum valor. No Quadro 3, estão registrados os resultados no *PVA* dos dez participantes selecionados.

Quadro 3 – Participantes das entrevistas e seus resultados do *PVA*

EMPRESA / ORDEM	RESULTADOS DO PERSONAL VALUE ASSESSMENT			
	SOMATÓRIO DOS NÍVEIS DE CONSCIÊNCIA			CLASSIFICAÇÃO DOS GRUPOS
	FUNDAMENTOS / INTERESSE PRÓPRIO	TRANSFORMAÇÃO / EVOLUÇÃO	IMPACTO / BEM COMUM	PERSONAL VALUE ASSESSMENT
3 / E1	3	1	6	G2
10 / E2	6	0	4	G1
11 / E3	6	1	3	G1
13 / E4	5	2	3	G1
14 / E5	3	1	6	G2
28 / E6	3	2	5	G2
30 / E7	2	1	7	G2
38 / E8	6	3	1	G1
39 / E9	3	2	5	G2
40 / E10	6	3	1	G1

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

No Capitalismo Consciente, o propósito organizacional caracteriza-se por ser: heroico, evolutivo, alinhador, amoroso, inspirador, natural e galvanizador. No entanto, com base na análise das respostas dos dois grupos de dirigentes, observou-se que nenhuma das organizações dos entrevistados tinha um propósito mais definido e claramente articulado. Além disso, a grande maioria dos entrevistados estava desinformada sobre esse conceito:

[...] Aqui na empresa a gente sempre foi fazendo, correndo atrás... tentando sobreviver ao mercado que estamos inseridos. Essa é uma coisa que eu nunca pensei a respeito, se quiser falar, dar algum exemplo do que seja (Entrevistado E3 – G1, 2023).

Apesar da grande maioria dos gestores não ter um propósito claro, todos afirmaram concordar com a pergunta número dois do roteiro de entrevista: “Acredita que é importante para as organizações definirem um propósito e tê-lo como centro nas tomadas de decisões?”.

[...] É importantíssimo saber o que está correndo. Você está vindo para cá, qual é o seu principal objetivo? Para a vida a gente também deve pensar isso, o nosso propósito de vida, qual o nosso propósito maior, tem a ver com valores, valores de vida, como eu disse, os valores vão durante a vida e a gente vai mudando também nossos questionamentos (Entrevistado E9 – G2, 2023).

Um aspecto relevante é que os gestores do G2, que possuem uma possível maior aderência à filosofia do Capitalismo Consciente, também não tinham um propósito claramente definido. No entanto, é interessante notar que alguns trouxeram percepções e ideias que se aproximam das definições propostas pela filosofia do Capitalismo Consciente. Portanto, é possível inferir que o primeiro princípio, o "Propósito Maior", ainda não é plenamente vivenciado de acordo com as premissas do Capitalismo Consciente por todas as organizações da amostragem. No entanto, três gestores do G2 demonstraram uma maior proximidade com o conceito e a prática desse princípio, sugerindo uma possível aderência mais sólida aos princípios do Capitalismo Consciente em suas respectivas organizações.

No contexto do Capitalismo Consciente, a organização é vista como uma rede interconectada de relacionamentos que envolve diversos interesses. Essa abordagem de gestão difere da visão tradicional, que se concentra exclusivamente na maximização do lucro. A filosofia do Capitalismo Consciente busca utilizar a inovação e o empreendedorismo como meios para a criação de valor mútuo, ou seja, valor que beneficia não apenas a empresa, mas também seus *stakeholders*, incluindo clientes, colaboradores, fornecedores, comunidade e o meio ambiente. Essa abordagem valoriza a integração, a colaboração e o impacto positivo sobre a sociedade, em contraposição à ênfase exclusiva na maximização dos lucros.

Acerca da questão quatro do roteiro de entrevista: “em momentos de planejamento estratégico, são levados em consideração todos os *stakeholders*?”, quatro gestores do G2 e três gestores do G1 trouxeram maior abrangência e preocupação em relação a esse aspecto.

[...] Sim, recentemente na empresa a gente fez um encontro, que as principais cabeças participaram, e nisso a gente coletou as principais informações, e nisso a gente coletou quais eram os nossos gargalos, tanto ao fornecimento de insumos quanto aos serviços prestados, e a gente enumerou todos eles e procurou as falhas, os pontos positivos e os negativos que cada um falou, e a gente procurou melhorar nesses aspectos [...] disso a gente já criou uma solução para que seja feita uma lista onde todos os colaboradores consigam acessar em tempo real, e aí a gente foi buscando soluções (Entrevistado E6 – G2, 2023).

Quando foram questionados acerca das parcerias com seus *stakeholders*, tanto os gestores do G1 e G2 citaram apenas parcerias com fornecedores e colaboradores, ignorando por completo os *stakeholders* clientes, comunidade e meio ambiente.

[...] Principalmente os fornecedores, mas tem também alguns que não são fornecedores, como outro, por exemplo, a Faculdade Luciano Feijão é um dos nossos parceiros, ganhamos até um prêmio lá do parceiro, melhor parceiro do ano, uma vez a gente ganhou esse prêmio aí, foi. Então, assim, a parceria que a gente faz é de dois tipos, a parte de ajuda mútua de indicações, por exemplo. (Entrevistado E7 – G2, 2023).

Práticas relacionadas ao *stakeholder* meio ambiente que são adotadas por empresas com uma abordagem mais humanizada incluem: doações para organizações focadas em questões ambientais; cumprimento de padrões ambientais rigorosos, também exigindo que seus fornecedores façam o mesmo; investimento em medidas que tenham um impacto ambiental neutro ou positivo, além das obrigações legais; e adoção de energia renovável.

Com base nas entrevistas, observou-se que não houve informações fornecidas sobre as ações voltadas para os clientes, comunidade e meio ambiente. Portanto, ao verificar isto, é possível perceber que os *stakeholders* clientes, comunidade e meio ambiente ainda estão distantes de ter uma alta representatividade na preocupação dos dirigentes.

Um líder consciente é caracterizado por oito atributos: força, energia, entusiasmo, visão de longo prazo, adaptabilidade, empatia, preocupação, inteligência emocional, inteligência sistêmica e inteligência espiritual. Na realidade atual, a liderança deve se fundamentar em propósito, inspiração e compaixão. A habilidade essencial de um líder consciente reside na sua capacidade de servir às pessoas, concentrando-se no desenvolvimento e atuando como mentores para suas equipes.

Uma semelhança no discurso de ambos os grupos diz respeito à liderança baseada no exemplo, ou seja, à congruência entre ações e palavras. As empresas conscientes são lideradas por indivíduos impulsionados pelo propósito do negócio e possuem a capacidade de desenvolver, inspirar, guiar e motivar suas equipes. Eles lideram pelo exemplo. Nos dois grupos, a liderança pelo exemplo desempenha um papel significativo.

Essa característica compartilhada, mencionada por gestores de ambos os grupos, em termos do Método Barrett, se assemelha ao nível de consciência de alinhamento (nível 5), uma vez que um líder inspirador é aquele que promove a coesão na equipe. Isso está estreitamente relacionado ao conceito de liderar pelo exemplo, pois a coesão da equipe só pode ser alcançada quando há congruência entre ações e palavras.

Somente um dos líderes entrevistados demonstrou uma compreensão que está intrinsecamente ligada ao conceito de liderança consciente, que enfatiza a necessidade de o líder se desapegar de si mesmo e capacitar e servir à sua equipe. Relacionando isso ao método Barrett, o valor de desenvolvimento de pessoas, serviço e colaboração está associado ao nível 6 de consciência e se relaciona ao papel de líder como mentor. Com base nas entrevistas, apenas um líder do G2 demonstrou uma afinidade com os princípios do Capitalismo Consciente, enquanto os demais exibiram traços que não podem ser associados a ele.

A cultura consciente adota sete princípios essenciais: confiança, responsabilidade, cuidado, transparência, integridade, aprendizado e empoderamento. Essa cultura promove a

conexão baseada em amor e cuidado, o que gera confiança entre os membros da organização e todos os *stakeholders*. Os sete princípios podem ser relacionados da seguinte maneira, de acordo com a estrutura do Método Barrett: confiança (nível 5), responsabilidade (correspondente à honestidade no nível 5), cuidado, transparência (nível 5), integridade (nível 5), aprendizado (nível 4) e igualdade, que, de acordo com a concepção do Capitalismo Consciente, pode ser associado à abertura (nível 5). Isso ressalta a conexão da definição do Capitalismo Consciente com os níveis 4 a 7 do método Barrett.

A cultura de uma organização é composta por elementos visíveis, como ambiente físico, arquitetura e manuais de orientação, bem como por pressupostos inconscientes, que influenciam a forma como as pessoas pensam e sentem. A cultura é um aspecto mais profundo e subjetivo, tornando difícil obter uma compreensão completa sem uma investigação aprofundada. No entanto, em relação ao grupo de gestores do G2, houve uma semelhança em seus discursos quando abordaram aspectos relacionados à confiança, transparência, aprendizado e integridade ao descreverem a cultura de suas organizações.

[...] Nossa cultura realmente não é só no papel, mas a transparência, o respeito ao ser humano, a questão de qualidade no serviço, de atendimento, a transparência. Inovação também faz parte da nossa cultura, a gente está sempre querendo sair na frente em algumas coisas (Entrevistado E7 – G2, 2023).

Quando questionados sobre a cultura organizacional, os gestores do G1 direcionaram sua atenção principalmente para o cuidado com os clientes e colaboradores. Suas respostas revelaram predominantemente um viés centrado nos interesses da empresa, com um foco mais voltado para seus próprios benefícios.

A análise do pilar da cultura é uma questão abrangente e complexa, exigindo uma investigação mais profunda. No entanto, é possível observar que os líderes do G2 incorporam elementos culturais relacionados à confiança, transparência, aprendizado e integridade, o que está em consonância com os princípios do Capitalismo Consciente. Por outro lado, os gestores do G1 apresentam uma abordagem distinta e menos alinhada com o conceito de Capitalismo Consciente, pois enfatiza, de forma geral, a competição em vez da colaboração. No que diz respeito aos valores, a maioria dos gestores não tinha de forma clara os valores de suas empresas e dois do G1 nunca haviam pensado sobre o conceito.

3 CONCLUSÃO

O objetivo geral desta pesquisa foi investigar de que maneira os gestores de empresas do interior do Ceará estariam receptivos a integrar valores balizados a partir da filosofia do Capitalismo Consciente. Esse objetivo foi atingido, uma vez que a questão de pesquisa foi

respondida por meio da descrição da percepção dos gestores frente aos quatro princípios do Capitalismo Consciente. A realização do objetivo geral se deu por meio do alcance dos seguintes objetivos específicos.

Inicialmente fora realizada a aplicação junto aos participantes de dois questionários, o *Personal Values Assessment* e o *Full Spectrum Leadership Self Assessment*, com intuito de se alcançar o objetivo geral. Os resultados fizeram com que o primeiro e o segundo objetivos específicos fossem atingidos. Nota-se que, quando avaliado somente o PVA, 72,50% dos participantes atendem aos critérios definidos para o G1 e 27,5% atendem aos requisitos do G2. Enquanto, ao analisar as respostas do FSLSA de forma isolada, observa-se que 75% dos participantes estão classificados no G1 e 25% no G2.

É importante notar que a discrepância percentual entre os dois assessments é relativamente pequena; ambos os resultados indicam que os participantes estão distantes dos níveis de consciência focados no bem comum (níveis 5, 6 e 7). Dado que o *Full Spectrum Leadership Self Assessment* considera afirmações que refletem comportamentos e o PVA se concentra nos valores, pode-se inferir que os gestores envolvidos na pesquisa têm seus valores alinhados aos seus comportamentos na prática.

Quanto aos terceiro objetivo específico, 72,50% dos participantes preencheram os critérios que qualificam para o G1, implicando características que podem indicar uma adesão potencialmente menor aos princípios do Capitalismo Consciente. Enquanto isso, 27,50% se encaixaram nos critérios do G2, sugerindo uma possível maior adesão a estes princípios. Com base unicamente nessa avaliação, é possível fazer uma inferência inicial de que a maioria dos participantes possui um nível de consciência mais voltado para os fundamentos, centrando-se em si mesmos, o que pode indicar uma menor adesão à filosofia do Capitalismo Consciente.

O quarto e último objetivo específico foi demonstrado por meio das entrevistas de dez participantes escolhidos de forma igualmente distribuída nos grupos 1 e 2. Em relação ao nível de consciência e à aproximação relacionada ao princípio “propósito maior”, nenhum dos gestores tinha um propósito claro. Além disso, a maioria dos entrevistados tinha conhecimento limitado ou desatualizado sobre esse conceito. Apesar de três gestores do G2 demonstraram uma maior proximidade com o conceito e a prática desse princípio, sugerindo uma possível aderência mais sólida ao princípio propósito maior em suas organizações, a partir das evidências apresentadas, é possível inferir que o primeiro princípio ainda não é vivenciado de acordo com as premissas do Capitalismo Consciente pelas organizações da amostragem.

Com relação ao princípio “integração dos *stakeholders*”, com base nas entrevistas conduzidas, ficou evidente que nenhum dos entrevistados forneceu informações sobre as

iniciativas direcionadas aos clientes, comunidade e meio ambiente. As únicas ações voltadas aos *stakeholders* foram em relação aos fornecedores e colaboradores e não houve diferença significativa entre os gestores do G1 e do G2.

Acerca do princípio “liderança consciente”, dado que a pesquisa se concentrou exclusivamente nos dirigentes, o objetivo principal foi coletar a percepção deles sobre o papel do líder. Ambos os gestores dos grupos compartilharam uma característica associada a um líder consciente: liderança pelo exemplo, que se baseia na confiança. Apenas um dos líderes entrevistados apresentou uma compreensão que está intimamente relacionada ao conceito de liderança consciente, que destaca a importância de o líder se desvincular de interesses pessoais e se dedicar a capacitar e servir à sua equipe, enquanto os demais exibiram algumas características que não podem ser diretamente associadas ao princípio.

Quanto ao princípio “cultura consciente”, para se obter uma análise mais concreta, seria necessário realizar uma investigação mais profunda. Entretanto, é notável que os líderes do G2 incorporam aspectos culturais relacionados à confiança, transparência, aprendizado e integridade, o que está em sintonia com os princípios do Capitalismo Consciente. Em contrapartida, os gestores do G1 adotam uma abordagem menos alinhada com o Capitalismo Consciente, pois enfatizam, de forma geral, a competição em vez da colaboração. Quanto aos valores organizacionais, a maioria dos gestores não tinha uma compreensão clara dos valores de suas empresas, e dois dos entrevistados do G1 nunca haviam considerado esse conceito.

Os gestores que demonstraram níveis de consciência mais elevados, avaliados tanto por meio dos valores no instrumento *PVA* quanto por seus comportamentos, medidos pelo *FSLSA*, destacaram-se de maneira distinta. Quanto à associação da percepção dos gestores aos princípios do Capitalismo Consciente, tanto os gestores do grupo 1 e grupo 2 se encontram distantes da filosofia do conceito. Apesar de, hipoteticamente, os gestores do grupo 2 terem uma maior adesão aos princípios do Capitalismo Consciente, quando se analisou seus discursos viu-se que em sua maioria encontravam-se distantes do conceito. Assim, indica uma considerável diferença, em relação aos gestores do G2, entre suas respostas nos questionários frente às entrevistas. Entretanto, pode-se destacar dois gestores (E1 e E6) que apresentaram percepções propensas dentro dos quatro princípios do Capitalismo Consciente.

REFERÊNCIAS

BARRETT, R. **A organização dirigida por valores: liberando o potencial humano para a performance e a lucratividade.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

BARRETT VALUES CENTRE – BVC. **The Barrett Model.** 2017. Disponível em: <<https://www.valuescentre.com/>>. Acesso em: 20 mar 2023.