

Confluência de práticas entre capitalismo consciente e empresas humanizadas

João Pinheiro de Barros Neto

Doutor em Ciências Sociais

Instituição: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP)

E-mail: professorbarros@hotmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5680-6658>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7827126715303644>

Roberto Moreira do Nascimento Rodrigues

Bacharel em Administração

Instituição: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP)

E-mail: roberto.rodriguesmn@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0009-0009-0389-9473>

Lattes: <https://lattes.cnpq.br/1879918606068654>

RESUMO

A crescente demanda por modelos organizacionais que conciliem desempenho econômico, bem-estar humano e responsabilidade socioambiental evidencia a necessidade de compreender práticas emergentes, como o capitalismo consciente e as empresas humanizadas. Nesse contexto, o presente estudo justifica-se pela relevância de investigar como essas abordagens se inter-relacionam e quais impactos podem gerar no ambiente corporativo. Objetiva-se analisar a confluência entre práticas de empresas humanizadas e do capitalismo consciente, identificando percepções, benefícios e desafios associados à sua implementação, bem como compreender como tais iniciativas influenciam o bem-estar e a motivação dos colaboradores. Para tanto, realizou-se uma pesquisa exploratória, conduzida por meio de um survey aplicado a 40 respondentes, utilizando formulário online composto por questões objetivas e dissertativas. Os dados foram analisados por estatística descritiva, gráficos, tabelas e nuvens de palavras, respeitando-se os princípios éticos para pesquisas com seres humanos. Os resultados indicam que, embora exista conhecimento parcial sobre os conceitos investigados, reconhecem-se benefícios como maior engajamento dos colaboradores, melhoria do ambiente de trabalho e fortalecimento da reputação corporativa. Entretanto, também emergem desafios relevantes, como resistência cultural, custos de implementação e falta de conhecimento técnico. Conclui-se que a integração dessas práticas potencializa o desenvolvimento sustentável, promove culturas organizacionais mais éticas e contribui para modelos de negócios orientados ao propósito, embora barreiras estruturais e culturais ainda precisem ser superadas em futuras iniciativas e estudos.

Palavras-chave: Capitalismo Consciente. Empresas Humanizadas. Sustentabilidade Corporativa. Ética Empresarial. Engajamento Organizacional.

1 INTRODUÇÃO

O capitalismo, tradicionalmente associado à busca incessante por lucro, tem passado por uma transformação significativa nas últimas décadas. A crescente conscientização sobre os impactos socioambientais das atividades empresariais impulsiona a busca por modelos de negócios mais justos e sustentáveis. Nesse contexto, o conceito de empresas humanizadas, que coloca o bem-estar dos colaboradores e a responsabilidade social em primeiro plano, ganha destaque. O capitalismo consciente, por

sua vez, propõe uma nova forma de fazer negócios, buscando gerar valor para todos os stakeholders, incluindo a sociedade e o meio ambiente.

Esta pesquisa tem como objetivo analisar a interseção entre empresas humanizadas e o capitalismo consciente, buscando compreender como essa relação impacta a performance das empresas, a satisfação dos colaboradores e o desenvolvimento sustentável. A premissa é que, à medida que as empresas reconhecem os benefícios de adotar práticas que favorecem não apenas o lucro, mas também o bem-estar das pessoas e o meio ambiente, elas tendem a adotar essas abordagens de forma mais entusiástica. Este estudo explora como essas práticas interagem e se complementam, oferecendo uma visão abrangente das mudanças nas práticas empresariais contemporâneas.

A importância desta pesquisa reside na sua capacidade de fornecer uma compreensão mais profunda das práticas empresariais contemporâneas e de como a integração dos conceitos de empresas humanizadas e capitalismo consciente pode transformar o ambiente de negócios.

Ao analisar como essas abordagens se interseccionam e se influenciam mutuamente, a pesquisa busca oferecer insights valiosos para gestores, acadêmicos e formuladores de políticas. A compreensão das interseções entre essas práticas pode contribuir para a formulação de estratégias empresariais mais éticas e sustentáveis, beneficiando não apenas as empresas, mas também a sociedade e o meio ambiente.

Nesse contexto, o objetivo deste estudo foi analisar a interseção entre empresas humanizadas e capitalismo consciente para compreender como essas práticas empresariais se complementam e influenciam mutuamente, bem como investigar a percepção dos colaboradores em relação a como essas práticas essas práticas influenciam o bem-estar e a motivação dos funcionários.

Desse modo, a pesquisa contribui para aprofundar o entendimento sobre essas práticas e suas implicações, destacando a relevância e os benefícios de adotar um modelo de negócios que integre a sustentabilidade ambiental e dos negócios com o bem-estar das pessoas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O conceito de responsabilidade social corporativa (RSC) começou a ganhar forma no início do século XX, com movimentos que buscavam regular e humanizar as práticas empresariais. Eventos críticos, como o incêndio em Nova York (Kaplan, 1985) e o Fordismo (Gramsci, 2023), destacaram a necessidade de práticas de trabalho mais seguras e justas. Esses eventos foram cruciais para o desenvolvimento de uma consciência empresarial mais voltada para a responsabilidade social e ambiental.

Empresas humanizadas promovem práticas que respeitam os direitos dos trabalhadores, garantem um ambiente de trabalho saudável e investem no desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores. O capitalismo consciente, por outro lado, visa alinhar os objetivos financeiros das empresas com a criação de valor para a sociedade e o meio ambiente, defendendo que é possível alcançar sucesso financeiro ao

mesmo tempo em que se promove uma missão social e ambiental.

A relação entre empresas humanizadas e capitalismo consciente é intrinsecamente conectada. Ambas as abordagens compartilham o objetivo de promover práticas comerciais éticas e sustentáveis, que consideram os impactos a longo prazo das atividades empresariais. Empresas humanizadas frequentemente adotam princípios do capitalismo consciente, como a criação de valor para todos os *stakeholders* e a responsabilidade ambiental. Esse alinhamento pode resultar em um modelo de negócios que melhora a satisfação dos colaboradores, a reputação corporativa e contribui para o desenvolvimento sustentável e a saúde das comunidades locais.

O capitalismo, como sistema econômico, teve suas origens no mercantilismo, predominante na Europa entre os séculos XVI e XVIII. Durante esse período, as nações europeias buscavam acumular riquezas através do comércio exterior, exploração colonial e controle de recursos naturais. O mercantilismo enfatizava a importância de uma balança comercial favorável e a intervenção estatal na economia para proteger os interesses nacionais, estabelecendo as bases para o capitalismo industrial (Dobb, 1981).

Com a Revolução Industrial no final do século XVIII e início do século XIX, o capitalismo passou por uma transformação significativa. A introdução de novas tecnologias, como a máquina a vapor e a mecanização da produção, levou a um aumento exponencial da produtividade e à criação de grandes indústrias (Bresser-Pereira, 2011). Esse período foi marcado pelo crescimento das cidades, a migração em massa para os centros urbanos e a formação de uma nova classe trabalhadora. O capitalismo industrial também trouxe desafios, como as precárias condições de trabalho, a exploração laboral e as desigualdades sociais, que eventualmente levaram ao surgimento de movimentos trabalhistas e à implementação de reformas sociais (Beaud, 1986).

O capitalismo global no início do século XXI é marcado por eventos e crises que afetam a economia mundial e o cotidiano dos cidadãos. A crise no mercado imobiliário norte-americano de 2008, desencadeada pelo colapso das hipotecas *subprime*, levou a uma recessão global, evidenciando a interconexão dos mercados financeiros. No Oriente Médio, a Revolução Islâmica no Irã em 1979 transformou a dinâmica geopolítica e econômica da região, afetando os preços do petróleo e, consequentemente, a economia global. Na Europa, o aumento dos gastos com subsídios aos agricultores, especialmente no contexto da Política Agrícola Comum (PAC), tem gerado debates sobre a sustentabilidade fiscal e a competitividade no mercado global. Esses fenômenos demonstram como eventos regionais podem ter repercussões globais, afetando o bolso de cidadãos ao redor do mundo. A "Era de Ouro" da globalização, que se seguiu à Segunda Guerra Mundial, trouxe um período de crescimento econômico e integração dos mercados internacionais. No entanto, as duas guerras mundiais do século XX interromperam esse processo, levando a um colapso temporário da globalização. Desde então, o mundo tem buscado um caminho de volta à integração internacional dos mercados, enfrentando desafios e oportunidades em um cenário econômico cada vez mais

interligado (Frieden, 2008).

Na era pós-industrial, a partir da segunda metade do século XX, o capitalismo evoluiu novamente, desta vez em direção a uma economia baseada em serviços e tecnologia da informação. A globalização e a liberalização dos mercados financeiros permitiram uma maior integração econômica entre os países, enquanto a inovação tecnológica transformou a maneira como as empresas operam e interagem com os consumidores (Chaves, 2014).

O capitalismo contemporâneo é caracterizado pela ênfase na criação de valor para os *stakeholders*, a responsabilidade social corporativa e a sustentabilidade ambiental. Ao longo dos últimos cinco séculos, o capitalismo demonstrou uma notável capacidade de adaptação e transformação, moldando a história do Ocidente e influenciando profundamente as estruturas econômicas e sociais globais (Chang, 2013).

Seguindo essa evolução, o capitalismo consciente é uma abordagem de negócios que surgiu no início do século XXI, fundamentada na ideia de que as empresas podem prosperar ao mesmo tempo em que promovem o bem-estar social e ambiental. Suas origens estão ligadas ao movimento de responsabilidade social corporativa (RSC) e à crescente demanda por práticas empresariais mais éticas e sustentáveis (Beghini, 2019).

Os fundamentos do capitalismo consciente incluem a criação de valor para todos os *stakeholders*, a liderança consciente, a cultura organizacional voltada para o propósito e a integração da responsabilidade social e ambiental nas operações empresariais (Bremer, 2016). Esse modelo defende que as empresas devem ir além da busca pelo lucro imediato, considerando os impactos a longo prazo de suas atividades e contribuindo para o desenvolvimento sustentável das comunidades em que operam. Ao alinhar os objetivos financeiros com uma missão social e ambiental, o capitalismo consciente busca criar um impacto positivo duradouro, demonstrando que é possível alcançar sucesso econômico enquanto se promove um mundo mais justo e sustentável (Mackey; Sisodia, 2018).

A ética empresarial é fundamental para o desenvolvimento de uma cultura organizacional sólida e sustentável. Para que essa ética se consolide, é essencial que a liderança e a estratégia da empresa estejam alinhadas com a valorização humana no ambiente de trabalho. A competência em ser ético deve ser cultivada em todos os níveis da organização, promovendo a compreensão de que a ética é essencial à vida e ao sucesso empresarial. Integrar a ética nas práticas diárias e nas decisões estratégicas não apenas fortalece a confiança e a reputação da empresa, mas também cria um ambiente de trabalho mais justo e motivador. Para que a ética empresarial se torne uma filosofia de vida, é necessário que todos os colaboradores internalizem esses valores, reconhecendo que práticas éticas são fundamentais para o bem-estar coletivo e para a sustentabilidade a longo prazo (Matos, 2016).

A Gestão Ambiental e a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) são essenciais para as estratégias de negócios no cenário atual, onde a sustentabilidade e a ética são cada vez mais valorizadas. As

organizações precisam garantir a execução eficiente de seus processos ao longo da cadeia evolutiva para alcançar sucesso, expandir mercados, conquistar novos clientes e obter resultados favoráveis ao crescimento. Mudanças significativas no contexto empresarial indicam a necessidade de uma gestão que seja socialmente responsável e ecologicamente correta. Isso exige a adoção de novos modelos de gestão que integrem práticas sustentáveis e éticas, permitindo que os gestores compreendam e adotem uma postura ética perante os clientes e a comunidade em geral. Ao incorporar a gestão ambiental e a RSC em suas estratégias, as empresas não apenas melhoram sua reputação e competitividade, mas também contribuem para o desenvolvimento sustentável e o bem-estar social, criando um impacto positivo duradouro (Tachizawa, 2019).

A sustentabilidade corporativa e os critérios ESG (*Environmental, Social, and Governance*) emergem como temas centrais da atualidade e do futuro, refletindo a necessidade de redirecionar a evolução empresarial para um desenvolvimento sustentável. A sustentabilidade corporativa envolve a integração de práticas que garantem a longevidade dos negócios, ao mesmo tempo em que promovem o bem-estar social e a preservação ambiental. Os critérios ESG, por sua vez, avaliam o impacto ético e a sustentabilidade das empresas, considerando aspectos ambientais, sociais e de governança. Diante dos impactos históricos causados pela forma como a humanidade desenvolveu seus resultados e formatou sua sociedade, é imperativo que as organizações modernas abandonem a metodologia de lucrar por lucrar. Em vez disso, devem buscar lucrar com propósito positivo, onde o resultado econômico é somado a questões ambientais, sociais e de governança. Essa abordagem não só fortalece as instituições para enfrentar futuras crises, mas também serve de exemplo para uma migração cultural da sociedade, promovendo boas práticas e garantindo a relevância e a sustentabilidade das empresas no longo prazo (Goi Junior, 2022).

Empresas humanizadas são aquelas que, movidas por paixão e propósito, transcendem a busca pelo lucro e focam em ajudar todos os seus *stakeholders* a prosperar: clientes, investidores, empregados, parceiros, comunidades e a sociedade em geral. Essas empresas agem de maneira positiva, sendo reconhecidas, valorizadas, admiradas e até amadas por seus *stakeholders*. Elas melhoram o mundo através de suas práticas de negócios, e o mundo corresponde positivamente a essa abordagem. Ao construir um negócio de alto desempenho baseado no amor, essas empresas ajudam as pessoas a encontrar a autorrealização que tanto procuram, promovendo uma transformação social radical do capitalismo. Isso vai além de criar um ambiente de trabalho produtivo e feliz, trata-se de estabelecer relacionamentos verdadeiramente mutuamente benéficos com parceiros, ser uma empresa acolhida com entusiasmo pelas comunidades e garantir que todos os *stakeholders*, incluindo os investidores, saiam ganhando (Wolfe et al., 2019).

Diante da literatura analisada, o capitalismo consciente e as empresas humanizadas surgem como respostas inovadoras, propondo uma abordagem que vai além do lucro imediato e considera o bem-estar dos

colaboradores, a responsabilidade social e a sustentabilidade ambiental. Essas práticas não apenas melhoram a performance empresarial, mas também contribuem para um desenvolvimento mais justo e sustentável, refletindo uma transformação social radical do capitalismo.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa exploratória foi conduzida por meio de um survey, com o objetivo de compreender as percepções e o entendimento do público sobre capitalismo consciente e empresas humanizadas. A natureza exploratória do estudo permite uma investigação inicial, proporcionando insights valiosos que podem orientar pesquisas futuras mais aprofundadas (Prodanov; Freitas, 2013).

A amostra foi composta por 40 respondentes, selecionados de forma não probabilística e abordados voluntariamente através das redes sociais, garantindo uma diversidade de perfis e opiniões. A escolha de uma amostra diversificada é fundamental para captar uma ampla gama de percepções sobre o tema.

Os dados foram coletados por meio de um formulário do Google, contendo 23 perguntas objetivas e dissertativas, elaboradas para captar as opiniões e conhecimentos dos participantes. O uso de um formulário online facilitou a coleta de dados de um público diversificado e permitiu uma análise eficiente das respostas.

Todas as etapas do estudo foram conduzidas de acordo com os princípios éticos estabelecidos para pesquisas com seres humanos (Witiuk et al., 2018). Os participantes foram informados sobre o contexto e os objetivos da pesquisa antes de responder aos questionários, e foi obtido o consentimento livre e esclarecido por meio da assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). A pesquisa garantiu o anonimato dos participantes, respeitando seus direitos e privacidade. A submissão ao Conselho de Ética não foi necessária, pois a pesquisa não envolveu intervenções diretas, riscos significativos ou coleta de dados sensíveis.

A análise dos dados foi quantitativa, utilizando estatísticas descritivas para interpretar os resultados com apoio de Tabelas e Gráficos que foram elaborados com o uso do software Excel. Com relação às perguntas abertas, a análise se baseou em Figuras denominadas nuvens de palavras com o aplicativo Wordart, em sua versão gratuita (<https://wordart.com/>), pois esse tipo de figura facilita a análise de conteúdo mediante a visualização e compreensão das informações coletadas. A análise de conteúdo com apoio de nuvens de palavras é um método que já vem sendo muito usado, assim, a análise dos dados coletados (Camargo et. al., 2013) permitiu identificar tendências e padrões nas respostas dos participantes, fornecendo uma base sólida para a interpretação dos achados.

Entre as limitações do estudo, destaca-se a amostra não probabilística, que pode não ser representativa da população em geral. Além disso, a coleta de dados por meio de um formulário online pode ter excluído indivíduos sem acesso à internet ou com dificuldades em utilizar tecnologias digitais. Essas limitações devem ser consideradas ao interpretar os resultados e generalizar os achados. A pesquisa foi

realizada entre junho e julho de 2024, garantindo um período adequado para a coleta e análise dos dados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise dos resultados da pesquisa trouxe uma série de percepções sobre como as empresas estão lidando com essas práticas. Ao examinar os dados, pode-se observar a diversidade de idades dos respondentes, o tamanho das empresas onde trabalham, o nível de conhecimento sobre os temas, as definições que eles fornecem, os desafios e oportunidades que identificam, além dos impactos positivos e suas expectativas para o futuro. Essa análise ajuda a entender melhor as atitudes e barreiras que existem, e destaca a importância de aumentar a conscientização e desenvolver estratégias eficazes para implementar práticas empresariais mais éticas e sustentáveis.

A Tabela 1 mostra a distribuição etária dos 40 respondentes. A maioria dos participantes (24) está na faixa etária de 18 a 25 anos, indicando um público jovem e possivelmente mais aberto a novas ideias e práticas empresariais inovadoras. As faixas etárias de 26 a 30 anos, 31 a 50 anos e 51 a 65 anos têm uma representação igual de 5 respondentes cada, enquanto apenas 1 respondente tem mais de 66 anos. Essa distribuição sugere que as percepções sobre capitalismo consciente e empresas humanizadas podem ser influenciadas por diferentes gerações, com uma predominância de jovens adultos.

Tabela 1. Faixa etária dos respondentes.

| Faixa Etária | Quantidade | % |
|------------------|------------|---------|
| 18 a 25 anos | 24 | 60,00% |
| 26 a 30 anos | 5 | 12,50% |
| 31 a 50 anos | 5 | 12,50% |
| 51 a 65 anos | 5 | 12,50% |
| Mais que 66 anos | 1 | 2,50% |
| Total Geral | 40 | 100,00% |

Fonte: dados da pesquisa.

A Tabela 2 apresenta a distribuição dos respondentes de acordo com o tamanho da empresa em que trabalham. A maior parte dos respondentes (16) trabalha em empresas com mais de 1000 funcionários, seguida por empresas com 1 a 10 funcionários (9 respondentes). Isso indica uma diversidade de contextos empresariais, desde pequenas startups até grandes corporações. Essa variedade é importante para entender como diferentes tamanhos de empresas percebem e implementam práticas de capitalismo consciente e empresas humanizadas.

Tabela 2. Contagem de Tamanho da Empresa em número de funcionários.

| Tamanho | Quantidade | % |
|----------------------------|------------|---------|
| 1 a 10 funcionários | 9 | 22,50% |
| 11 a 50 funcionários | 3 | 7,50% |
| 51 a 200 funcionários | 6 | 15,00% |
| 200 a 500 funcionários | 3 | 7,50% |
| 501 a 1000 funcionários | 3 | 7,50% |
| Mais que 1000 funcionários | 16 | 40,00% |
| Total Geral | 40 | 100,00% |

Fonte: dados da pesquisa.

A Tabela 3 revela que 20 respondentes já ouviram falar em empresas humanizadas, enquanto 12 não conhecem o tema e 8 talvez conheçam. Isso mostra que, embora haja um conhecimento razoável sobre o conceito, ainda existe uma parcela significativa de pessoas que não estão familiarizadas com ele. Esse dado destaca a necessidade de maior divulgação e educação sobre empresas humanizadas para ampliar a compreensão e adoção dessas práticas.

Tabela 3. Quantas pessoas conhecem o tema Empresas Humanizadas.

| Resposta | Quantidade | % |
|-------------|------------|---------|
| Não | 12 | 30,00% |
| Sim | 20 | 50,00% |
| Talvez | 8 | 20,00% |
| Total Geral | 40 | 100,00% |

Fonte: dados da pesquisa.

Com relação ao que os respondentes pensam sobre o que são empresas humanizadas, a análise da Figura 1 revela que os respondentes associam empresas humanizadas principalmente à atenção e cuidado com as necessidades dos colaboradores. Termos como "necessidades", "colaboradores" e "bem-estar" indicam uma valorização do ambiente de trabalho que promove a saúde e a satisfação dos empregados.

Além disso, palavras como "inclusão" e "diversidade" destacam a importância de práticas que promovem a igualdade e o respeito às diferenças dentro das empresas, refletindo uma tendência crescente de valorização da diversidade como um componente essencial de uma empresa humanizada.

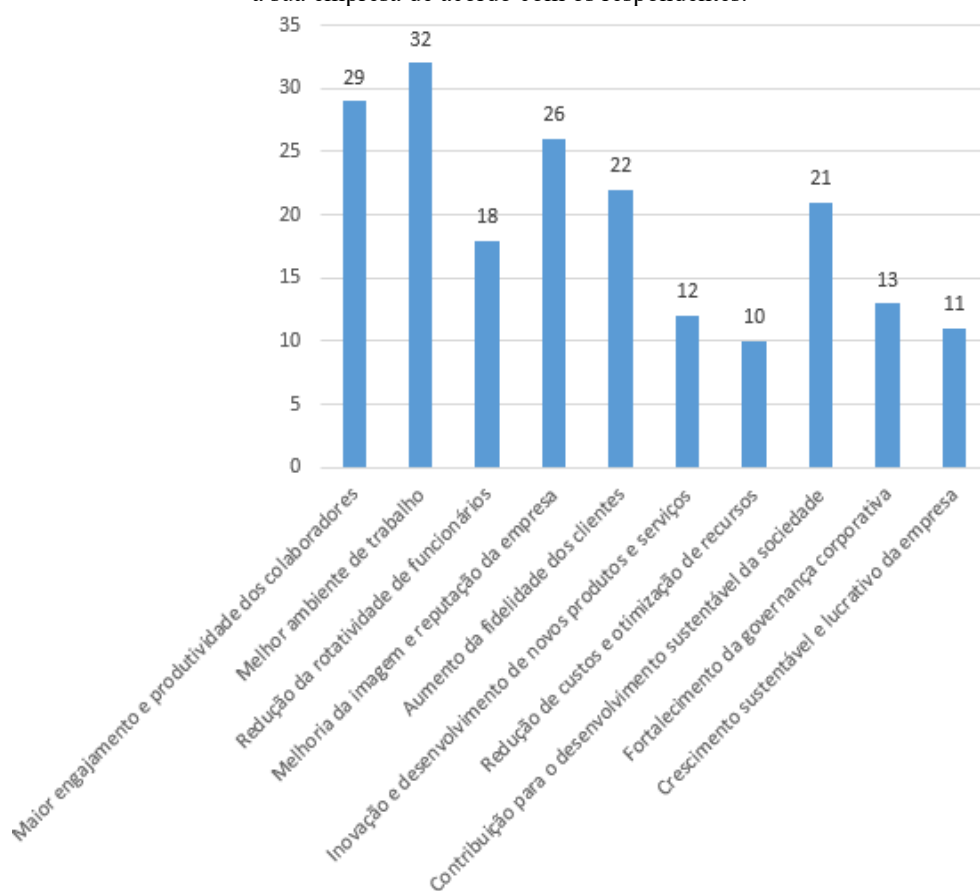
Os respondentes também percebem empresas humanizadas como aquelas que adotam uma gestão personalizada e se preocupam com a responsabilidade social e ambiental, conforme indicado pelos termos "gestão mais humanizadas" e "empresas ESG".

No entanto, a presença da expressão "não sei" sugere que ainda há uma parcela significativa de pessoas que não está familiarizada com o conceito, apontando para a necessidade de maior divulgação e educação sobre o tema.

Em resumo, pode-se dizer que as empresas humanizadas são vistas como aquelas que promovem o bem-estar dos funcionários, valorizam a inclusão e a diversidade, reconhecem o valor das pessoas, adotam uma gestão personalizada e se preocupam com a responsabilidade social e ambiental.

Outras palavras presentes na nuvem, como "colaboradores", "tempo" e "resistência interna", destacam desafios adicionais, como a resistência dos funcionários e a falta de tempo para implementar mudanças. A resistência interna pode ser um obstáculo considerável, indicando a necessidade de estratégias eficazes de gestão de mudança para superar essas barreiras.

Gráfico 1. Principais impactos positivos que as práticas de Empresas Humanizadas e Capitalismo Consciente podem gerar para a sua empresa de acordo com os respondentes.



Fonte: dados da pesquisa.

A Figura 4 mostra as oportunidades identificadas pelos respondentes para implementar práticas de empresas humanizadas e capitalismo consciente. Os termos mais destacados, como "desenvolvimento", "funcionários", "empresa" e "admiração", indicam que os respondentes veem oportunidades significativas no desenvolvimento dos colaboradores e na melhoria da imagem corporativa. Isso sugere que investir no crescimento pessoal e profissional dos funcionários e ganhar admiração no mercado são vistos como vantagens competitivas importantes.

Outras palavras presentes na nuvem, como "mercado", "clientes" e "governo", destacam oportunidades adicionais relacionadas à expansão de mercado, ao fortalecimento das relações com os clientes e ao cumprimento de regulamentações governamentais.

A presença de termos como "implementação" e "treinamento" indica que os respondentes reconhecem a importância de capacitar os colaboradores e de adotar estratégias eficazes para implementar essas práticas.

Pode-se inferir que os respondentes percebem que as principais oportunidades para a implementação de práticas de empresas humanizadas e capitalismo consciente incluem o desenvolvimento dos funcionários, a melhoria da imagem corporativa, a expansão de mercado, o fortalecimento das relações com os clientes e

o cumprimento de regulamentações governamentais.

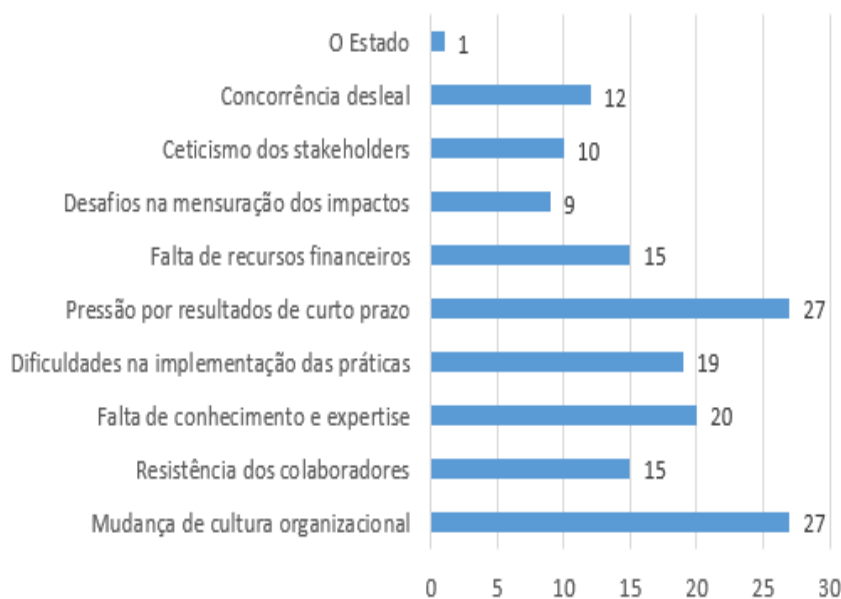
Figura 4. Oportunidades que a empresa em que os respondentes trabalham têm para implementar essas práticas.



Fonte: elaboração dos autores.

O Gráfico 2 destaca que os principais desafios incluem "mudança de cultura organizacional", "resistência dos colaboradores" e "falta de conhecimento e expertise". Esses desafios refletem a necessidade de uma mudança cultural significativa e de capacitação para que as empresas possam adotar efetivamente essas práticas. A pressão por resultados de curto prazo e a falta de recursos financeiros também são barreiras importantes a serem superadas.

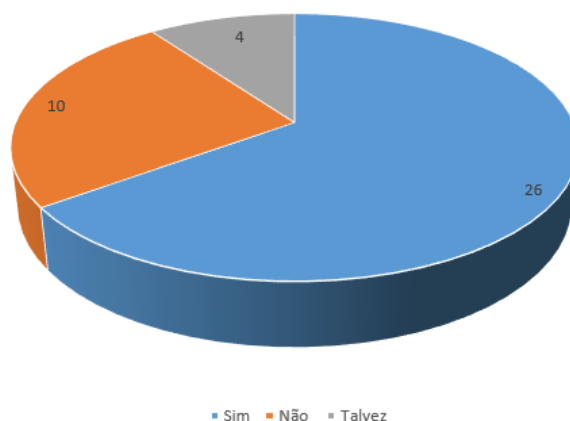
Gráfico 2. Principais desafios que as empresas enfrentam para se tornarem Empresas Humanizadas e adotarem os princípios do Capitalismo Consciente segundo os correspondentes.



Fonte: dados da pesquisa.

O Gráfico 3 revela que a maioria dos respondentes (26) acredita que as empresas humanizadas e o capitalismo consciente representam uma nova forma de fazer negócios, enquanto 10 não acreditam e 4 estão indecisos. Isso indica um reconhecimento crescente de que essas práticas podem transformar positivamente o ambiente empresarial.

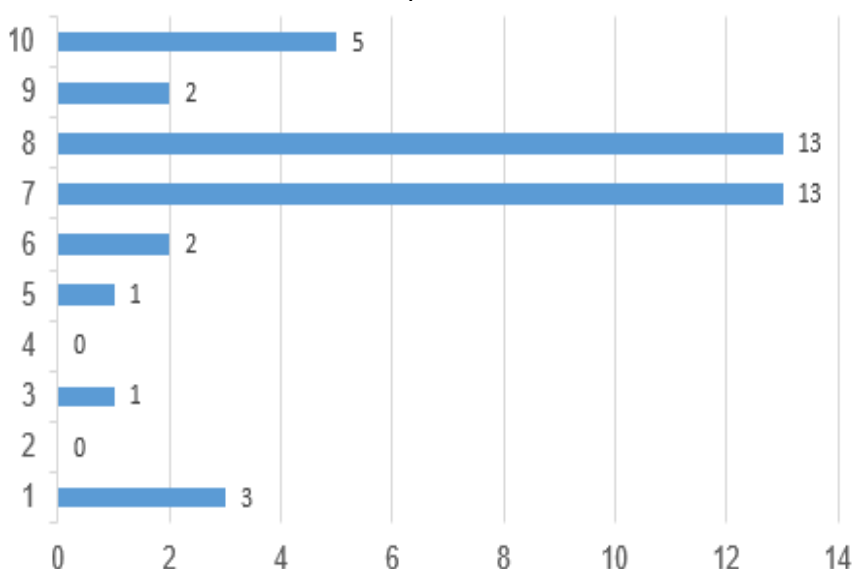
Gráfico 3. Quantidade de correspondentes que acredita que as Empresas Humanizadas e o Capitalismo Consciente representam uma nova forma de fazer negócios.



Fonte: dados da pesquisa.

O Gráfico 4 mostra que as expectativas para o futuro das empresas humanizadas e do capitalismo consciente são variadas, com uma maioria expressando otimismo sobre o impacto positivo dessas práticas. No entanto, há também uma parcela significativa de incerteza, refletindo a necessidade de mais evidências e exemplos de sucesso para consolidar essas expectativas.

Gráfico 4 - Expectativas para o futuro das empresas humanizadas e do Capitalismo Consciente de acordo com os correspondentes.



Fonte: dados da pesquisa.

Os resultados da pesquisa indicam que há um conhecimento razoável, mas ainda limitado, sobre os conceitos de empresas humanizadas e capitalismo consciente entre os respondentes. Embora muitos reconheçam os benefícios dessas práticas, como maior engajamento dos colaboradores e melhoria da reputação corporativa, também enfrentam desafios significativos, como a resistência cultural e a falta de recursos.

A análise destaca a importância de promover maior educação e conscientização sobre esses temas, além de desenvolver estratégias eficazes para superar as barreiras à implementação. Em última análise, a convergência entre sustentabilidade corporativa, gestão ética e responsabilidade social pode oferecer um caminho promissor para um futuro empresarial mais equilibrado e sustentável, alinhando sucesso econômico com impacto social e ambiental positivo.

5 CONCLUSÃO

Os principais achados deste estudo indicam que a adoção de práticas humanizadas e conscientes pode melhorar significativamente a performance empresarial, aumentar a satisfação dos colaboradores e promover o desenvolvimento sustentável.

A pesquisa revelou ainda que, embora haja um conhecimento razoável sobre esses conceitos, ainda existem barreiras culturais e práticas que dificultam sua implementação.

Os objetivos propostos do estudo foram alcançados, uma vez que restou demonstrado que a integração de práticas humanizadas e de capitalismo consciente não apenas beneficia as empresas, mas também contribui para um ambiente de negócios mais ético e sustentável.

Sendo assim, considera-se que as descobertas mais importantes incluem a identificação de desafios como a resistência dos colaboradores e os custos elevados, bem como as oportunidades de diferenciação competitiva e melhoria da reputação corporativa.

Não obstante, reconhece-se que as limitações do estudo incluem a amostra não probabilística e a coleta de dados online, que podem não representar a população em geral. Por isso, sugere-se que futuras pesquisas poderiam explorar amostras mais amplas e diversificadas, além de investigar mais profundamente as estratégias para superar as barreiras identificadas.

Por fim, entende-se que este estudo contribui para o campo de pesquisa das Ciências Sociais Aplicadas, especialmente da Administração de Recursos Humanos, ao fornecer uma compreensão mais profunda das práticas empresariais contemporâneas e suas implicações. Ainda, oferece aos gestores, acadêmicos e formuladores de políticas alguns pontos relevantes para consideração. A promoção de um modelo de negócios que integra sustentabilidade e bem-estar humano é essencial para um futuro empresarial mais justo e sustentável.



AGRADECIMENTOS

Registramos agradecimento ao Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIq) do Conselho de Ensino e Pesquisa (CEPE) da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

REFERÊNCIAS

- BEAUD, Michel. História do capitalismo: de 1500 a nossos dias. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- BEGINI, Sergio et al. Capitalismo consciente: uma análise netnográfica em grupos da rede social LinkedIn. Cadernos EBAPE.BR, Rio de Janeiro, v. 17, p. 277-293, 2019.
- BREMER, Carlos; ECKSCHMIDT, Thomas. Capitalismo consciente. Caderno de Inovação, Rio de Janeiro, n. 20, p. 25-29, 2016.
- BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. Cinco modelos de capitalismo. Brazilian Journal of Political Economy, v. 31, p. 3-26, 2011.
- CAMARGO, Brígido Vizeu; JUSTO, Ana Maria. IRAMUTEQ: um software gratuito para a análise de dados textuais. Temas em Psicologia, Ribeirão Preto, v. 21, n. 2, p. 513-518, 2013. Disponível em: <<https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/1267/o/Iramuteq.pdf?1597676323>>. Acesso em: 11 abr. 2025.
- CHANG, Há-Joon. 23 coisas que não nos contaram sobre o capitalismo: os maiores mitos do mundo em que vivemos – como reconstruir a economia mundial. Rio de Janeiro: Cultrix, 2013.
- CHAVES, Vinícius Figueiredo. A empresa do século XXI: criando valor compartilhado em tempos de um capitalismo consciente. Interfaces Científicas – Direito, Aracaju, v. 3, n. 1, p. 21-32, 2014.
- DOBB, Maurice. A evolução do capitalismo. São Paulo: LTC, 1981.
- FRIEDEN, Jeffry A. Capitalismo global: história econômica e política do século XX. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- GOI JUNIOR, Luiz Otávio. Sustentabilidade corporativa e ESG: como ir de lucrar por lucrar para lucrar com propósito. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2022.
- GRAMSCI, Antonio. Americanismo e fordismo. São Paulo: Hedra, 2023.
- KAPLAN, Temma. On the socialist origins of International Women's Day. Feminist Studies, v. 11, n. 1, p. 163-171, 1985.
- MACKEY, John; SISODIA, Raj. Capitalismo consciente: como libertar o espírito heroico dos negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.
- MATOS, Francisco Gomes de. Ética na gestão empresarial: da conscientização à ação. São Paulo: Saraiva, 2016.
- PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013.
- TACHIZAWA, Takeshy. Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: os paradigmas do novo contexto empresarial. São Paulo: Atlas, 2019.
- WITIUK, I. L.; FRANÇA, B.; KRÜGER, C.; GUEBERT, M. C. C. Ética em pesquisa envolvendo seres humanos. Curitiba: PUCPRESS, 2018.



WOLFE, David B.; SHETH, Jag; SISODIA, Raj. Empresas humanizadas. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.