

A CONTRIBUIÇÃO DOS CONTRATOS PARA A SUSTENTABILIDADE DOS NEGÓCIOS EMPRESARIAIS

Nos negócios nada ou muito pouco se sustenta sem a segurança proporcionada pelos contratos.

Já faz parte do passado a visão de que o contrato é relação particular que diz respeito e só interessa aos contratantes.

A sustentabilidade dos negócios envolve e atinge não só os contratantes, mas também e de igual modo, os colaboradores de ambos em todos os níveis (direção, operação, execução própria e de terceiros), clientes e consumidores, fornecedores, órgãos públicos e sociedade.

O negócio sustentável exige visão contratual de 360 graus e deve procurar atender a todos os interesses. Não se faz mais contratos como antigamente. O jogo deixou de ser individual de um contra o outro. O jogo é coletivo de um para o outro e com platéia participativa. Hoje os contratos são corrida de bastão onde o sucesso de um depende da performance do outro.

COLABORE E COOPERE

Os princípios contratuais de colaboração e de cooperação mútuas ganham singular importância e passam a constituir verdadeiros valores contratuais. Empresas cujas práticas contratuais correspondem às expectativas dos múltiplos *stakeholders* contam com uma vantagem competitiva e estratégica nos negócios.

Do lado oposto, a busca unilateral e muitas vezes irracional da segurança contratual faz parte de um processo subliminar de isenção de responsabilidade. Resguardar para si direitos e mais direitos e impor, ao outro, obrigações e mais obrigações, ferem e desequilibram princípios contratuais e não contribuem para a sustentabilidade dos negócios. É, de fato e como dizem, dar um tiro no pé.

COMPROMETA-SE

Os direitos e obrigações soam vazios e sem direção quando não se estimula o comprometimento de todos os envolvidos nos contratos. É preciso que cada um sinta, diga e exercite ações de comprometimento com aquilo que está contratado. Comprometer-se significa, em última análise, fornecer energia para a sustentabilidade dos negócios.

AJA PROATIVAMENTE

À frente de ocorrências em desacordo com o contrato busque enfrentá-las e resolvê-las. Ignorá-las é deixar que cresçam e se multipliquem. Desenvolva, execute e monitore indicadores de desempenho contratual. Por outro lado, muitas vezes observa-se que o usuário e o consumidor deixam a desejar com relação ao dever de colaboração. Sua postura tem-se mostrado estática e reativa e, por isso, não tem se revelado agente útil para a árdua e permanente tarefa de melhoria das relações de consumo.

AFASTE-SE

Não adote o *bullying* nos contratos, ou seja, não adote práticas contratuais dominadoras e limitativas de direitos e obrigações. Não seja forte diante do fraco e não exerça pressão psicológica e ameaças. Não imponha ao outro o seu maior conhecimento técnico. Não tenha comportamento oportunista. Não aja como um “*Dick vigarista*”. Não aplique a “*Lei de Gerson*”.

No discurso sobre a origem e os fundamentos da desigualdade entre os homens, Rousseau adverte: “*Nas relações entre os homens, o pior que pode acontecer a um deles é encontrar-se à mercê de outro*”.

Procure o melhor sem piorar a situação do outro. A perenidade dos negócios navega nas águas das boas práticas contratuais.

Autoria: Paulo Afonso da Motta Ribeiro, advogado, dedicado a área de auditoria jurídica de contratos (www.auditoriadecontratos.com.br)