

VERITAE

TRABALHO – PREVIDÊNCIA SOCIAL – SEGURANÇA E SAÚDE NO TRABALHO

Orientador Empresarial

ARTIGOS

OS EMPRESÁRIOS E A VISÃO ESTRATÉGICA SOCIAL

***“Um dia o Brasil vai ser como a gente quiser.
Mas, só se a gente quiser”***

**** POR LÍVIO GIOSA***

O Brasil é ainda hoje uma sombra bem distante do país que queremos. Ano a ano, os problemas se somam e não se subtraem. O modelo político se mostra cada vez mais impotente para quebrar os paradigmas da indignação geral, caracterizado ainda como a prática do benefício para poucos ao invés do atendimento para a sociedade como um todo.

Por sua vez, também, o cenário econômico patina ainda na incerteza do desafio de caminhar em terra firme do desenvolvimento, mas com cuidados intrínsecos quanto aos ajustes necessários da balança comercial, da inflação e da dívida interna.

Os tempos, assim, vão transformando cada vez mais nossas atitudes e os valores desta sociedade, que insiste ainda em acreditar que é possível obter o mínimo de qualidade de vida para nossa população.

E, então, de papéis trocados, entra em cena a visão social empreendedora dos empresários. Cansados de perceber que o Estado não tem perfil para desenvolver ações sociais permanentes, um contingente cada vez maior de empresas resolveu "arregaçar as mangas" e fazer a sua parte com absoluta competência nesta questão.

Com o desenvolvimento de projetos locais socialmente responsáveis, as organizações estão agindo no ponto certo da transformação e inclusão social, resgatando valores humanos e morais com resultados extraordinários. Como ocorre também em países desenvolvidos, a atitude voluntária da empresa ganha força e tem tido destaque. Mais ainda, o mercado está percebendo que empresas com “gestão-cidadã” são mais preparadas para o desafio da competitividade, valorizando sua imagem institucional. E que empresas éticas são claramente distinguidas pelo consumidor, que as reconhece, as valoriza e a elas se fideliza.

Por outro lado, muitas companhias são reconhecidas como as "mais admiradas" ou “como os melhores lugares para se trabalhar”, pois agregam valor às suas atividades com atitudes e práticas

VERITAE

socialmente responsáveis. E isto reflete no sentimento voluntário dos seus colaboradores internos e na visão junto à comunidade com quem interagem.

No Brasil, já estamos começando a reconhecer estes novos tempos. Os próximos anos aprofundarão as marcas sociais, se nada de concreto for feito imediatamente.

Em contrapartida, as empresas estão sentindo o espaço certo de contribuírem com programas sociais, nos mais variados setores de relacionamento com a comunidade. São pequenas, médias e grandes organizações, são os funcionários-voluntários, são as ONG's sociais que se multiplicam, são premiações e distinções colocadas para o bem comum, como incentivos extraordinários.

Estas organizações, verdadeiras "agentes-sociais de mudança", são o exemplo vivo de que é possível crescer socialmente em criatividade e amor ao próximo.

A V Pesquisa Nacional sobre Responsabilidade Social nas Empresas, divulgada em Junho/ 2004, reforça todas estas afirmativas. Assim, os dados indicam que:

- 97% das empresas entenderam que a responsabilidade social faz parte hoje da visão estratégica nas suas decisões.
- em 96% destas empresas, a alta administração participa dos projetos de responsabilidade social.
- a principal área distinguida pelos projetos sociais é a Educação.
- 63% das empresas pretendem implementar novos projetos sociais em 2004, e aumentar os recursos em média 30% em relação ao investimento atual (em 2003 foi de 15% o aumento dos recursos).

A contribuição das empresas neste processo é absolutamente relevante. Pela exemplaridade perante o mercado, pelas atitudes que já refletem na sua cultura empresarial e pelo vigor, atenção e gestos que a sua alta administração e a governança corporativa, estrategicamente, emana junto à sociedade, irradiando verdadeiramente este sentimento solidário.

A "alma da empresa" se ajustou claramente com o espírito social, fazendo, sem dúvida, a diferença positiva e multiplicadora para uma gente carente que vê, nestas ações, o seu renascer e o seu futuro, com um mínimo de dignidade. As empresas estão, de forma construtiva, fazendo a sua parte.

Que estas atitudes sirvam realmente de exemplo e estímulo para que entidades, organizações em geral e até o governo se apercebam, de vez, que somente depende de cada um dar o passo certo e rápido para o resgate social do nosso país.

*** LÍVIO GIOSA – Vice Presidente da ADVB – Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil; Diretor do IRES - Instituto ADVB de Responsabilidade Social; Diretor e Coordenador da Pesquisa Nacional sobre Responsabilidade Social nas Empresas e do Prêmio TOP Social da ADVB.**

Contato: liviogiosa@liviogiosa.com.br

Um Ótimo Dia para Você!
Equipe Técnica VERITAE

www.veritae.com.br

VERITAE