

responsabilidade social

As empresas brasileiras começam a aderir fortemente ao tema social, mas algumas ações ainda se encaixam na definição de filantropia e não na de responsabilidade social. Esta sim, remete a projetos bem-estruturados, com metas e meios de avaliação de resultados

A importância de ser socialmente responsável

A responsabilidade social é uma forma de conduzir os negócios, que torna a empresa parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social.

Segundo André Luis Saraiva, vice-diretor de Meio Ambiente da Abinee, especializado em Consumo Responsável e Recuperação de Valores Ambientais, uma empresa comprometida com a Responsabilidade Social desenvolve capacidade de ouvir os interesses de diferentes setores (acionistas, dirigentes, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, governo e ambientalistas) e incorpora isso no seu planejamento estratégico.

Antevendo os problemas que virão em curto prazo, pois não é possível dissociar o tema da economia e do emprego, esse conceito vem se disseminando como ferramenta de Gestão, descolando o conceito da Responsabilidade Social, da Ação Social e da Filantropia.

“Para manter a empresa sempre à frente, é preciso dotá-la de mecanismos de competitividade, que passam, necessariamente, por educar, treinar e melhorar a qualidade de vida de todos os colaboradores”, diz André Saraiva.

Segundo ele, não é possível pensar em produzir com qualidade sem um colaborador que viva com qualidade, e que entenda o conceito da qualidade.

Numa economia em que os processos tecnológicos sofrem avanços contínuos, as pessoas devem ser altamente capacitadas e dispostas a aprender. “Porém, não é possível esperar comprometimento,

criatividade se não houver tranquilidade na fábrica e na família”, salienta Saraiva.

Para ele, seria interessante se a empresa socialmente responsável colocasse à disposição dos setores sua expertise em desenvolver as capacidades humanas e técnicas, capazes de promover uma revolução silenciosa em favor do desenvolvimento econômico.

“A iniciativa adianta-se para impedir que futuras barreiras sociais, a exemplo das ambientais e fito-sanitárias, impeçam a participação de nossos produtos no mercado internacional” afirma.

Segundo Saraiva, a iniciativa pode agir, também, como defesa comercial contra a invasão de produtos fabricados em países que não exigem os pré-requisitos de sustentabilidade ambiental e social.

“A indústria não pode responder plenamente às demandas sociais que se avolumam, muito menos substituir o papel do Estado, mas pode, a partir de suas unidades de produção, lançar as bases do desenvolvimento, cumprindo a função de amortecedor social, contribuindo para diminuir as desigualdades e para construir uma sociedade mais equilibrada e justa”, finaliza André Saraiva.



André Luis Saraiva