

## ORGULHO DE SER BRASILEIRA

Denize Dutra

Durante toda a minha vida acadêmica, a grande maioria dos meus Mestres utilizou “cases” de empresas estrangeiras como exemplos de sucesso na gestão. Muito recentemente, devido a algumas pesquisas, publicações e associações que se dedicam ao estudo e ao incremento da gestão no Brasil, começamos a valorizar mais os bons exemplos de empresas brasileiras e com isto, minimizar a grave tendência que temos de achar que sempre o que é de fora é melhor!

Não questiono a importância da humildade, e considero sempre bom estarmos abertos para aprender com quem sabe mais, ou faz melhor, mas não podemos cair no outro extremo de não valorizar as práticas bem sucedidas de nossas organizações.

No ano de 2005, três projetos merecem destaque em minha carreira: - um com a HAK Passamanarias, empresa familiar do ramo de aviamento têxtil; - o segundo com a Natura – empresa do ramo de cosméticos e o terceiro, com a Petrobrás, empresa que é orgulho nacional!

Por que tais projetos merecem destaque? Porque, apesar das evidentes diferenças existentes entre estas três empresas, o que elas têm em comum é o fato de serem excelentes “cases” de empresas brasileiras bem sucedidas, não apenas pelos resultados nos negócios, mas fundamentalmente, pelo **investimento em seu capital humano**. As três empresas demonstram forte comprometimento com o bem estar do Ser Humano e a essencial coerência entre valores, discurso e ação. Ou seja, as práticas de gestão de pessoas manifestam as crenças destas organizações e a firme disposição de contribuir para um Brasil melhor, por meio de diferentes ações de cidadania e de responsabilidade social.

A Hak inicia sua trajetória nesta área, buscando, por meio de um processo de sucessão profissional e harmonioso, expandir não só sua planta industrial, mercado (exportação), mas, essencialmente, sua forma de gestão, baseada na crença de que empresa triunfadora depende de pessoas felizes!

A Natura, empresa que já recebeu inúmeros prêmios nacionais e internacionais em diferentes categorias, e que já é “case” estudado nos cursos de gestão é a manifestação viva de seus princípios e a concretização de seu slogan - “ Bem estar, estar Bem” – pela preocupação com detalhes, a primeira vista dispensáveis, mas que fazem toda a diferença para o desenvolvimento da auto-estima de seus colaboradores e parceiros em seus vários programas de educação corporativa e nas muitas ações focadas nas pessoas. Testemunhei o que li nas páginas da Revista Exame, quando foi apontada como a melhor empresa para a Mulher trabalhar em 2003 e 2004.

A Petrobrás é a própria crença no Brasil que dá certo! Também com vários prêmios e reconhecida mundialmente, manifesta em sua extrema preocupação com a segurança, com a qualidade de vida, com o desenvolvimento das pessoas, com seus inúmeros projetos ecológicos, sociais, e culturais e especialmente com suas avançadas pesquisas na área de energia e ambiental, o seu comprometimento com o desenvolvimento sustentável de nossa nação.

O destaque que atribuí a estas três empresas, corrobora uma pesquisa publicada na Revista Melhor- Gestão de Pessoas, da Associação Brasileira de Recursos Humanos (nov.2005, p.50) que afirma ser a forma justa de tratar os funcionários a resposta mais citada pelos entrevistados (26% dos consumidores brasileiros) para uma empresa ser vista como socialmente responsável. E o segundo aspecto apontado foi a preservação do meio ambiente (19% dos consumidores).

Essa pesquisa, realizada pelo Instituto Market Analysis Brasil em parceria com o instituto canadense GlobeScan, foi aplicada em outros 20 países. Nela, o aspecto mais importante para a responsabilidade social foi bastante distinto entre os países: -para a China, Índia e Rússia, o mais importante foi a qualidade, segurança e produtos saudáveis; - para a Turquia, fazer doações e caridade; - para a Alemanha e Suíça (países altamente desenvolvidos), foi a possibilidade de criar empregos e dar suporte à economia; - para a Austrália, Canadá, Grã - Bretanha e Indonésia, a relevância foi para a preservação do meio ambiente; - para África do Sul e Coréia do Sul, a resposta foi "dar retorno à comunidade"; - a Argentina, Chile, EUA, Filipinas, França, Itália e México seguiram a resposta brasileira, enfatizando o *tratamento justo a seus empregados*.

A pesquisa "também mostra que aumentou a expectativa dos brasileiros por Companhias comprometidas com a solução dos problemas sociais", pois este índice subiu de 65% (2002) para 88%(2005). "No Brasil, há uma crescente opinião, por parte da população, de que as empresas passem a colaborar para o bem estar social", por isso, está cada vez mais comum empresas apoiarem as ONGs para o desenvolvimento de projetos sociais, como o caso, dos exemplos aqui citados.

Nós, profissionais da gestão, que atuamos diretamente com pessoas, sempre temos a oportunidade de encontrar algum tipo de realização pessoal em nosso trabalho, pois, se não for pelos próprios resultados do próprio trabalho, há de ser pelo relacionamento com pessoas, onde sempre podemos aprender algo e nos enriquecer. E, neste sentido, todo projeto é especial, até pelas diferenças a ele inerentes. Assim sendo, sou grata a todos os meus clientes e parceiros pelas oportunidades de contribuir para sua missão e, especialmente, pelo que **eles** têm contribuído para a minha evolução profissional e pessoal e, especialmente, para o fortalecimento do meu orgulho e pela crença no Brasil!

2006 está aí, com muitos novos desafios e, como "*sou brasileira, não desisto nunca*"!!!

Jan\_06