

Inteligência empresarial e a integração da comunicação social e mercadológica

Auguste Comte: "Todos os seres humanos guardam em si instintos tanto egoístas, quanto altruístas, logo, a educação deveria assumir a responsabilidade de inculcar nos jovens o altruísmo em detrimento do egoísmo, desenvolvendo a cultura nobre de dedicar parte de nossas vidas às outras pessoas necessitadas".

Chegamos a um momento delicado entre o agora e o futuro. O mundo corporativo descobriu, e tenta ainda compreender, que muito mais que a tecnologia, os relacionamentos entre marcas e cidadãos geram crescimento e produtividade. O desafio está no entendimento de que uma empresa só existe através de seus funcionários, e que a qualidade desses funcionários depende de um relacionamento saudável e orientado para o desenvolvimento humano.

Em tempos onde a população mundial cresce, passaremos a ser sete bilhões em breve, cresce também a necessidade de colocar uma lente macro para diagnosticar e sanar problemas crônicos como a educação, meio ambiente e a saúde, tão esquecida. As Nações Unidas têm consciência de que se conseguirmos reduzir pela metade a pobreza extrema nos próximos cinco anos, ainda assim, haverá pouco mais de um bilhão sobrevivendo com menos de US\$ 1,25 (R\$ 2,15) por dia.

A inteligência empresarial está intimamente conectada na atitude do ganha x ganha em que sujeitos felizes e saudáveis produzem melhor e suas competências e habilidades naturalmente são valorizadas pelo todo, a sociedade.

Segundo o Great Place To Work Institute (GPTW), qualquer empresa de qualquer tamanho e em qualquer lugar pode se tornar um excelente ambiente para se trabalhar. A confiança é composta por: Credibilidade, Respeito e Imparcialidade; é o valor mais importante da relação entre líder e liderados. As pesquisadas focam: credibilidade, respeito, imparcialidade, orgulho e camaradagem. Em um primeiro momento parece fácil entender o que cada uma dessas dimensões representa, difícil é saber o que e como fazer para implantá-las. Essas dimensões abrangem todos os aspectos da vida e da rotina de trabalho dos funcionários, seja a empresa do tamanho que for. Camaradagem é a palavra que aborda e reflete como deve ser a convivência entre todos. O orgulho representa o comprometimento e o prazer de "vestir a camisa" da companhia. É essa dimensão que fortalece e se relaciona com as ações sociais. Imparcialidade é a dimensão da justiça e da equidade, personifica a oportunidade e a ausência de favoritismos. O respeito fala sobre a qualidade da relação entre empresa e seus empregados. A dimensão que falta é a credibilidade.

Deixamos por último a credibilidade porque é esta a dimensão que envolve diretamente o negócio da

comunicação. Segundo o GPTW, a credibilidade é a dimensão da consistência, na qual o discurso dos líderes deve representar as atitudes administrativas. Aqui, a distribuição da informação torna-se fundamental, mas o entendimento dessa informação é mais importante, ou seja, o feedback torna-se uma ferramenta crucial da qualidade dos relacionamentos e gestão de pessoas.

Dizem que estamos na Era da Informação, basta apenas que os líderes contemplem na inteligência empresarial de suas organizações ações que diferenciem a informação pura do conhecimento real. A diferença, por mais avançada que esteja a tecnologia, ainda é uma característica humana, em que aprender gera motivação, melhores resultados no uso das ferramentas organizacionais e qualidade de vida para todos. ■

EVENTOS E CURSOS

METAS DO MILÊNIO

A Organização das Nações Unidas (ONU) avalia que houve avanço nas metas do milênio, estabelecidas há dez anos, apesar de a eliminação da fome e da miséria estarem longe de ser cumpridas até 2015. Para não esquecer e colocar como preocupação diária em sua agenda (pessoal e empresarial): Reduzir pela metade a fome e a miséria; assegurar que 100% das crianças completem o ensino fundamental; eliminar a disparidade entre os sexos, sobretudo na educação; reduzir em dois terços a morte de crianças com até 5 anos; reduzir em dois terços a morte de mulheres na gestação e no parto; dar acesso universal a tratamento e deter o avanço das epidemias; reduzir em 50% o número de pessoas sem saneamento e água; diminuir a perda de biodiversidade e firmar cooperação para que países ricos ajudem os pobres e aumente o acesso à tecnologia e remédios.



Indicadores

Guia Você S/A - Exame - As Melhores Empresas para Você Trabalhar 2010,

que está em sua 14ª edição e é referência para executivos, profissionais de RH e para leitores que procuram o melhor lugar para trabalhar. O anuário, que foi produzido em parceria com a FIA-USP (Fundação Instituto de Administração da Universidade de São Paulo), destaca ainda informações detalhadas sobre as dez primeiras colocadas. Um trabalho importante que radiografa, no mercado brasileiro, como anda a administração dos recursos humanos e como esses recursos podem influenciar a performance da empresa.

Fonte – <http://www.150melhorempresas.com.br/>

1*	Whirlpool Latin America
2*	Volvo
3*	Caterpillar
4*	BV Financeira
5*	Sama
6*	Laboratório Sabin
7*	Gazin
8*	Eurofarma
9*	Coelce
10*	Dupont

saiba mais

O Universo em Expansão (Do Big Bang aos dias de hoje)

Mark A. Garlick explica as principais teorias sobre o passado e o futuro do nosso universo, desde o big bang, a formação das galáxias, das estrelas e dos planetas, o surgimento da vida e o que os cientistas pensam que está por vir no futuro.

O Aquecimento Global (Causas e efeitos de um mundo mais quente)

Fred Pearce aponta as mudanças climáticas provocadas pela atividade humana, sobretudo pelo aumento dramático das emissões de gases que provocam o efeito estufa e constituem possivelmente a maior ameaça ao futuro da vida na Terra.



VALDIR CIMINO

DIRETOR DA CS.PRO – ASSESSORIA EM COMUNICAÇÃO SUSTENTÁVEL, PRESIDENTE DA VIVA E DEIXE VIVER E COORDENADOR DE RELAÇÕES PÚBLICAS NA FACOM/FAAP

www.valdircimino.com.br valdir.cimino@cspro2.com.br