

O homem é bom por natureza. A lei é que não pega!

Seguir o impulso de alguém é escravidão, mas obedecer a uma lei autoimposta é liberdade"(*)
Muito se fala sobre as leis que são criadas e homologadas pelo primeiro setor e que por uma falha na gestão participativa e de continuidade não são colocadas em prática, ou leia-se, o povo não sabe que determinada lei existe ou que tem esse ou aquele direito. Para Rousseau, filósofo iluminista precursor do romantismo do século 19, o governo é "um corpo intermediário entre os súditos (povo) e o soberano (governante)", encarregado do bem-estar social, da conservação da liberdade, tanto civil como política, em um mundo desigual e insustentável. O soberano (governante), continua ele, "é somente uma incumbência, um cargo pelo qual simples empregado (governante) do soberano (povo) exerce em seu nome o poder de que o faz depositário, e que ele pode limitar, modificar e reivindicar quando lhe aprouver".



Jean-Jacques Rousseau(*)

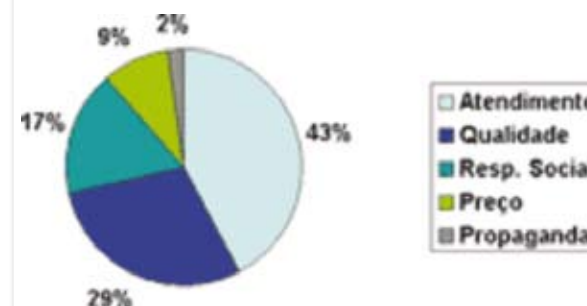
Ou seja, o governante é um empregado do povo, mas como vivenciar essa realidade? A ignorância é terrível, e por isso a população morre nas filas dos hospitais públicos, não tem educação e desrespeita nosso meio ambiente. A situação se agrava quando transportamos essa ignorância para dentro do setor privado. A história conta que "o verdadeiro fundador da sociedade civil foi o primeiro que, tendo cercado um terreno, lembrou-se de dizer 'isto é meu' e encontrou pessoas suficientemente simples para acreditá-lo"(*). Pessoas simples? A empresa, que a princípio é o elemento do mercado com mais inteligência, avança muito no âmbito das tecnologias, e pouco, no que se refere ao governo do humano. Infelizmente assim como no governo as empresas também mudam constantemente de gestores em busca de maiores lucros, concorrência e velocidade de decisões, e assim não garantem a continuidade do desenvolvimento e felicidade do ser humano. Em contrapartida a essa realidade estranha, conhecemos as empresas de grande porte que não fazem nada sem as leis de incentivo, pois dessa forma conseguem investir, realizar projetos em longo prazo e construir uma sociedade sustentável. Segundo a Unesco, o Brasil não conseguirá atingir as oito metas do milênio até 2015, de tão grandes são a exclusão e os problemas sociais. Pergunto: o que podemos fazer de fato para atingirmos essas metas? "A maioria de nossos males é obra nossa e os evitaremos, quase todos, conservando uma forma de viver simples, uniforme e solitária que nos era prescrita pela natureza"(*). A verdadeira esperança é que os três setores deem-se as mãos e façam a coisa acontecer. O primeiro setor na criação de novas leis de incentivo, por exemplo, menos burocráticas, mais fáceis de entender e que capacitem as empresas para esse entendimento, que por sua vez deverá interessar-se por ela, e assim mostrarem-se mais transparentes e responsáveis; e por último o terceiro setor, na apresentação de projetos que possam ser mensurados e que promovam a inclusão social. "O homem é bom por natureza. É a sociedade que o corrompe"(*).



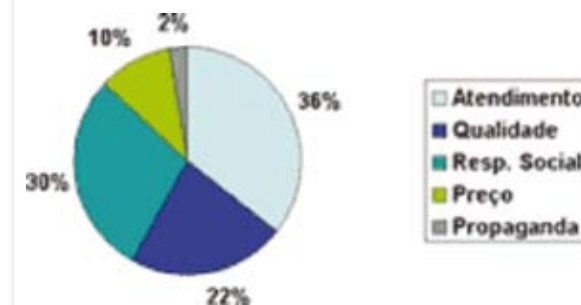
Indicadores

Em 2003 a pesquisa "Empresas que Respeitam o Consumidor", encomendada pela revista Consumidor Moderno e realizada pelo IBRC – Instituto Brasileiro de Relacionamento com o Cliente, perguntou a consumidores de todo o Brasil o que era mais importante para que uma empresa respeite o consumidor.

Indispensável:



Futura geração: faixa mais jovem (18 a 29 anos), responsabilidade social vem em segundo lugar.



A revista Exame traz pesquisa inédita com o também IBRC. Os resultados apontam para um profundo abismo entre a imagem que as companhias têm de si mesmas: 98% afirmam ter uma estrutura eficiente de atendimento, mas 23% dos consumidores entrevistados disseram não ter sido bem atendidos por nenhuma das 100 companhias pesquisadas.

Pesquisas: Empresas que Respeitam o Consumidor 2003" - "Sua empresa é pior do que você imagina" revista Exame edição 964/2010.

Fonte:www.ibrs.com.br

Notas sobre eventos e/ou cursos referentes ao tema abordado no mês

O IBRC (Instituto Brasileiro de Relacionamento com o Cliente) visa formar, aperfeiçoar e atualizar profissionais. Proporcionar uma experiência educacional de alta qualidade e aplicabilidade prática, totalmente alinhada com as competências exigidas pelo mercado é o nosso diferencial. Gestão Estratégica das Relações com o Cliente, A Excelência no Atendimento ao Cliente, Formação de Analistas e Gestão e Implantação de Ouvidoria são alguns cursos oferecidos ao mercado.

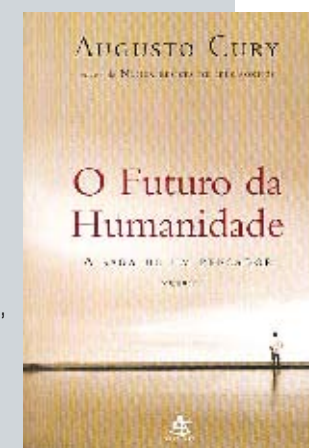


Instituto Brasileiro de Relações com o Cliente



saiba mais

A recomendação de abril é o romance do psiquiatra Augusto J. Cury, "O Futuro da Humanidade". A leitura provoca reflexão sobre a maneira com que a sociedade, de uma forma generalista, encara cada indivíduo que a compõe. Humanização ou robotização? Boa leitura.



DIRETOR DA CS.PRO – ACESSORIA 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