

Linhas para a gestão de uma empresa de Economia de Comunhão

A Economia de Comunhão propõe às organizações produtivas que fazem própria a sua mensagem e a sua cultura, as seguintes “Linhas para a gestão uma empresa” escritas à luz da vida e da reflexão de milhares de empresários e trabalhadores e seguindo o esquema das, assim denominadas “sete cores”, que é uma das intuições carismáticas (do início do Movimento dos Focolares, N.T.) do modo de conceber e praticar a vida associada do ‘carisma da unidade’, do qual a EdC é expressão:

1. Vermelho: Empresários, trabalhadores e empresa

As **empresas** que aderem à economia de comunhão definem a própria “missão empresarial” adotando a comunhão como valor fundamental da própria organização, em todos os níveis.

Para que isso seja atuado, as funções e os papéis na empresa são definidos com clareza e exercitados com espírito de serviço e de responsabilidade. A forma da administração é participativa. Os objetivos empresariais são compartilhados e adequadamente verificados de forma transparente, tendo uma atenção particular para a qualidade das relações entre todos os sujeitos envolvidos (stakeholders).

Quando a empresa obtém lucros, os empresários e os sócios se comprometem em compartilhar esses lucros para destiná-los, respeitando os procedimentos típicos nas várias formas de empresa e das situações sociais nas quais trabalham, atribuindo aos três objetivos, apresentados em seguida, igual importância:

- (a) à ajuda para pessoas em situação de miséria (pobreza) através de diversas formas de intervenções voltadas para a inclusão comunitária e produtiva;
- (b) ao desenvolvimento da empresa, ou seja, à sua consolidação, à melhora da qualidade de bens e serviços e, sobretudo em países onde o trabalho é escasso, à geração de postos de trabalho, e enfim, onde isso é possível, também à remuneração dos sócios;
- (c) à difusão da cultura de comunhão e do “dar”. No caso em que a adesão à EdC não seja ainda compartilhada com todos os sócios, o empenho em doar os lucros conforme os objetivos do projeto é limitado às cotas de quem aderiu.

2. Alaranjado: O relacionamento com os clientes, os fornecedores, os financiadores, a sociedade civil e os sujeitos externos

Os membros da empresa se empenham com profissionalismo para construir e reforçar relacionamentos sadios e abertos com os clientes, os fornecedores e a comunidade do território nos quais trabalham, cuja custódia e melhoramento sentem como parte integrante da própria missão. A empresa se relaciona de forma leal e civil com os concorrentes, fornecedores, clientes, a sociedade civil e a administração pública, que sente como parceiros essenciais para alcançar o bem comum. Além disso, o empresário e os trabalhadores das empresas de EdC promovem o seu espírito e a sua mensagem, apresentando as suas ideias e experiências em congressos, seminários e encontros, já que consideram parte da própria ‘vocação’ difundir essa nova visão econômica. Não se contentam em viver a EdC, querem torná-la conhecida a muitos, com uma atenção especial aos jovens, os quais acolhem também em períodos de formação ou de estágio.

3. Amarelo: Espiritualidade e Ética

O trabalho da EdC é visto como uma oportunidade de crescimento não só profissional, mas também espiritual e ético. A empresa se empenha no respeito concreto das leis e trabalha para a mudança e no seu melhoramento. Mantém um comportamento correto em relação às autoridades fiscais, aos sindicatos e aos demais órgãos institucionais e tem consciência que a qualidade de vida no trabalho é dimensão essencial para a realização da pessoa e para o desenvolvimento da sua vocação como trabalhador e como ser humano. Quem trabalha nas empresas EdC aprende a valorizar também as dificuldades e o sofrimento nos lugares de trabalho, fazendo desses aspectos oportunidades preciosas de crescimento e de amadurecimento. Na definição da natureza e da qualidade dos próprios produtos, a empresa se empenha não somente com o respeito das próprias obrigações contratuais, mas também em avaliar os efeitos dos produtos no bem-estar das pessoas às quais são destinados e sobre o ambiente.

4. Verde: Qualidade de vida, felicidade e relações

Um dos objetivos fundamentais de uma empresa EdC é tornar-se uma verdadeira comunidade. Com essa

finalidade são programados encontros periódicos para verificar a qualidade dos relacionamentos interpessoais e para ajudar a resolver as situações de conflito, recorrendo regularmente aos, assim chamados, “instrumentos” de comunhão, entre os quais o colóquio – conversa periódica – dos trabalhadores com os responsáveis – pelo menos uma vez por ano –, momentos de avaliação comunitária e de ‘correção fraterna’ entre todos os membros da empresa que experimentam, dessa forma, uma fraternidade e uma igualdade entre todos, que antecede as necessárias diferenças de função e de responsabilidade na empresa; de escuta por parte dos gestores de eventuais protestos e desacordos, a troca de experiências durante momentos de encontro previstos. A empresa EdC sabe que sem exercitar esses instrumentos de comunhão, a vida relacional empresarial empobrece, às custas também das performances econômicas. É dada uma atenção especial à saúde física, ao esporte e ao cuidado com o ambiente, já que a comunhão abraça também a natureza e a corporeidade. Para o cuidado com os relacionamentos, a empresa EdC dá importância à *festa*, também nas atividades empresariais do dia-a-dia (aniversários, nascimentos, partidas...) em que se reforçam os relacionamentos e a pertença à comunidade de trabalho, recursos preciosos, principalmente em momentos de crise.

5. Azul: *Harmonia no ambiente de trabalho*

A beleza e a harmonia dos lugares de trabalho são o primeiro cartão de visita da empresa EdC, já que a comunhão é também beleza, sem a necessidade do luxo. Os ambientes são expressão da harmonia dos relacionamentos e são, ainda, parte das relações empresariais. A higiene, a limpeza, a ordem são parte da cultura da EdC, de forma que a sua harmonia faça os trabalhadores, proprietários, clientes, fornecedores e visitantes sentirem-se bem. Por isso, é garantido o respeito das normas de segurança, a ventilação necessária, níveis toleráveis de barulho, iluminação adequada e tudo o que facilita a qualidade das relações dentro e fora da empresa. A dimensão da beleza é tida com máxima consideração mesmo quando a empresa entra, diretamente ou indiretamente, em contato com a pobreza, conscientes de que a primeira forma de cuidado com toda forma de miséria é a atenção ao outro, e a dimensão da beleza apresenta isso da melhor forma.

6. Anil: *Formação, instrução, sabedoria*

A empresa favorece entre os seus membros a instauração de um clima de confiança recíproco, no qual seja natural colocar livremente à disposição os próprios talentos, ideias e competências em favor do crescimento profissional dos colegas e para o progresso da empresa. A primeira escola de formação é sempre a comunidade empresarial, nos seus diversos relacionamentos. Além disso, a direção adotará critérios de seleção de pessoal e de programação do desenvolvimento profissional para os trabalhadores a ponto de facilitar a criação de uma atmosfera de bem-estar. A empresa dará oportunidades de atualização e de aprendizagem contínua, favorecendo a formação profissional e para a cultura de comunhão do próprio pessoal, com uma atenção particular aos jovens de dentro e de fora da empresa. Finalmente, o empresário e os trabalhadores da EdC cultivam a própria humanidade e os próprios interesses fora e dentro da empresa, com uma atenção especial ao desenvolvimento da cultura e do pensamento econômico e, por isso, participam de escolas e congressos para serem sempre mais capazes de ter argumentos sobre a própria visão empresarial e cultural.

7. Violeta: *Comunicação*

Os empresários que aderem à EdC trabalham constantemente para criar um clima de comunicação aberto e sincero, que ajude na troca de ideias e de informações em todos os níveis de responsabilidade. Com esta finalidade, adotam os instrumentos oportunos de prestação de contas periódica, seja dentro da empresa, seja externamente (ex. “balanço social”) instrumentos que mostrem nos atos (nas ações) o valor social gerado pelos diversos sujeitos interessados pela atividade empresarial. Não existe comunhão sem comunicação. As empresas implantadas conforme a Economia de Comunhão, também no intuito de desenvolver relacionamentos econômicos reciprocamente úteis e produtivos, utilizam os mais modernos meios de comunicação para estarem ligadas entre elas em nível local e internacional. Os empresários que aderem à Economia de Comunhão, conscientes da validade cultural e política que o sucesso do projeto comum pode comportar, mantêm sempre vivo entre eles, em nível local e internacional, um espírito de ajuda recíproca e de solidariedade. E se colocam em rede com todos os homens e as mulheres de boa vontade que queiram contribuir, sinceramente, para um mundo mais justo, fraterno, unido.