

Ambiente laboral em uma empresa com de gestão de Economia de Comunhão

Manoel Francisco Carreira (Universidade Estadual de Maringá - UEM) mfcarreira@uem.br
Suely da Silva Carreira (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC) sscarreira@gmail.com
Gilberto Clovis Antonelli (Universidade Estadual de Maringá - UEM) gcantonelli@uem.br
Ana Maria Benciveni Franzoni (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC) af Franzoni@gmail.com

Resumo:

O Brasil é um país que apresenta um elevado número de pessoas carentes e que vivem em condições de extrema pobreza. O projeto Economia de Comunhão vem com o objetivo de promover uma sociedade mais justa e solidária, na qual a riqueza possa ser distribuída de modo mais igualitário, proporcionando o crescimento e o desenvolvimento do ser humano. O presente trabalho constitui-se em uma pesquisa qualitativa, feita por meio de entrevista com seis pessoas que exercem suas atividades profissionais numa empresa que pertence ao projeto localizada na cidade de Apucarana – Paraná. Na entrevista buscou-se verificar quais as diferenças na gestão de uma empresa de Economia de Comunhão, na percepção dos colaboradores. Concluiu-se que os colaboradores percebem a empresa como um ambiente diferente em relação às demais empresas, pela liberdade que eles têm de expor suas ideias. A relação com os gestores da empresa é de confiança, respeito e reciprocidade.

Palavras-chave: Economia de Comunhão; Amor, Reciprocidade; Modelo de gestão.

Work environment in a firm with the Economy of Communion management

Abstract

Brazil is a country with a high number of poor people and living in extreme poverty. The Economy of Communion project is aimed at promoting a more just and caring society, in which wealth can be distributed more evenly, providing growth and development of human beings. This paper presents a qualitative survey, conducted through interviews with six people who conduct their professional activities in a company that belongs to the project located in Apucarana - Paraná. In the interview tried to determine what differences in the management of a company of the Economy of Communion, the perception of employees. It was concluded that employees perceive the company as a different environment compared to other companies, they have the freedom to express their ideas and the relationship with the managers of the company is trust, respect and reciprocity in everyday business.

Key-words: Economy of Communion; love, reciprocity; management model

1. Introdução

O desenvolvimento econômico, as inovações tecnológicas e a intensificação do processo de globalização não livraram a sociedade brasileira de velhos desafios: diminuir a desigualdade socioeconômica, proteger os direitos de expressão das minorias e garantir condições de crescimento e dignidade aos menos favorecidos economicamente. Nesse cenário, os agentes políticos, econômicos e sociais precisam assumir uma nova postura: necessitam criar condições mínimas para que a sociedade continue num processo contínuo e acelerado de desenvolvimento econômico, cultural e tecnológico, mas fazer isto de forma a garantir a sobrevivência daqueles que não são os detentores dos recursos.

A pobreza no Brasil é complexa, como afirma Menezes (2008), e as demandas sociais são muitas. A complexidade advém das diferenças regionais, mas é preciso considerar que a pobreza urbana é diferente da rural, pois no meio rural as necessidades de alimento acabam sendo supridas por recursos da própria natureza.

Cumpram ainda considerar que as pessoas com dificuldades financeiras carregam consigo maior vulnerabilidade a problemas de diversas ordens, pois moram em condições precárias, com um número elevado de habitantes por moradia, e muitas vezes moram longe do local de trabalho. O baixo nível de alfabetização e a baixa renda da população caracterizam uma situação permanente de necessidades e carências. Situação que carece de solução por parte da sociedade.

Neste contexto, algumas organizações privadas, para garantir o desenvolvimento de ações sociais mais efetivas, unem-se num processo de solidariedade, com vista a diminuir a pobreza e a miséria em nosso país, o grande desafio social a ser enfrentado por todos. A busca da construção de um país onde reine a justiça e a igualdade social está deixando de ser utopia para se tornar projeto de vida de muitas pessoas e organizações empresariais da iniciativa privada.

Neste sentido, o projeto EdC vem ao encontro do anseio de empreendedores sociais que “sonham” com uma sociedade mais justa e solidária, em que riqueza possa ser distribuída de modo mais igualitário, proporcionando o desenvolvimento do ser humano e incentivando-o a prover seu sustento com dignidade e a tornar-se dono do seu próprio destino, deixando de ser dependente da ajuda do Poder Público.

Em face destas considerações, o trabalho constitui-se em uma pesquisa qualitativa em que foram entrevistadas pessoas que exercem suas atividades profissionais numa empresa incluída no projeto EdC, localizada em Apucarana – Paraná. Na entrevista buscou-se verificar quais as diferenças que existem na gestão de uma empresa de EdC na percepção dos colaboradores.

2. Revisão da Literatura

Conforme Leitão (2008), o projeto Economia de Comunhão (EdC) tem características que o diferenciam de outras formas de economia solidária, pois nasceu em um movimento cristão denominado Movimento dos Focolares, pertencente à Igreja Católica. Este movimento fundou pequenas comunidades em vários países, chamadas de “Mariápolis”. No Brasil a primeira destas cidadelas foi criada em Recife em 1958. Estas cidades serviram inicialmente para estudos e debates, transformando-se posteriormente em polos empresariais. De acordo com Almeida (2006, P. 15).

(...) o carisma da unidade presente no Movimento dos Focolares trouxe para a Igreja e a humanidade uma espiritualidade caracterizada pela coletividade. A EdC é um projeto que, tendo como objetivo primordial minimizar o número de indigentes coloca a pessoa como centro da atenção de cada consideração econômica, por conceber a economia como possibilidade de encontro, de interação, de partilha. Para alcançar os seus propósitos, incluem-se as suas relações sociais, sua dignidade, sua capacidade de resolver situações e se autossustentar, contribuindo para a realização da pessoa enquanto ser social.

Este formato empresarial foi implementado no Brasil em 1991, pela italiana Chiara Lubich, fundadora do Movimento dos Focolares. Atualmente existem no Brasil aproximadamente 180 empresas que participam deste projeto (LEITÃO, 2008).

A EdC tem como objetivo central direcionar a empresa no sentido de tornar-se uma comunidade de pessoas altamente responsáveis e motivadas, voltadas à produção de bens e serviços, e de usar os lucros para criar uma sociedade solidária aos excluídos, aos marginalizados, ou seja, aos necessitados.

Para Gonçalves (2005) *et al.*, projeto de Chiara Lubich EdC é um convite a despertar para a solidariedade, o bem comum, a primazia do trabalho sobre o capital, a destinação universal de bens e a dignidade humana, e a responder aos princípios e valores ético-espirituais nos negócios, considerando a empresa na sociedade como fator de inclusão humana e ambiental.

As empresas participantes deste projeto terão um tratamento diferenciado para a partilha de seus lucros, sendo parte destinada a desenvolver pessoas. No caso, não se trata de ajuda assistencial, e sim, de uma forma de trazer dignidade às pessoas; o objetivo não é resolver problemas da pessoa, e sim, ajudá-la, através de seu crescimento emocional e intelectual, a adquirir condições de enfrentar suas dificuldades com respeito e dignidade.

Para proporcionar o crescimento emocional e espiritual das pessoas conforme propõe seu projeto, Chiara Lubich fixou os princípios filosófico-espirituais para direcionar as ações de empresas que façam parte do projeto Economia de Comunhão. Sampaio (2007) afirma que estes princípios são discutidos e aprofundados por diversos autores, principalmente por economistas italianos. Segundo Lubich (2004, p. 26), esses princípios buscam:

- a) Instaurar relacionamentos leais e respeitosos, animados por um sincero espírito de serviço e de colaboração com os clientes, os fornecedores, o poder público e até mesmo os concorrentes;
- b) Valorizar os empregados, informando-os e envolvendo-os, em variadas medidas, na sua gestão;
- c) Manter uma linha de conduta da empresa inspirada na “cultura da ética”;
- d) Reservar grande atenção ao ambiente de trabalho e ao respeito à natureza, mesmo tendo que arcar com investimentos de alto custo;
- e) Cooperar com outras entidades empresariais e sociais presentes no território, atentos inclusive à comunidade internacional, com quem se sentem solidários.

É possível perceber, pelos princípios norteadores da EdC, que a preocupação central é a dedicação dispensada ao outro, ficando o lucro em segundo plano, pois, embora ele seja considerado importante para a sobrevivência da empresa, os interesses maiores tendem a ser voltados para as pessoas que dela fazem parte. Essas pessoas não são apenas os colaboradores que trabalham dentro da empresa, mas todos aqueles que mantêm algum tipo de relação com ela, como clientes, fornecedores e familiares.

Esses princípios são também comentados por Leibholz (2002), que afirma que “são princípios éticos, de relacionamento, de desenvolvimento de produtos evoluídos tecnicamente. O produto tem limitações, mas a qualidade é maximizada, pois o trabalho é realizado em conjunto”. Para Armando Tortelli, da empresa Prodiet, a partilha é o objetivo principal de uma empresa EdC. O que importa é tirar das pessoas o que elas têm de bom, valorizar suas qualidades e fazê-las sentirem-se feliz no ambiente em que trabalham (GONÇALVES, 2005).

O projeto EdC tem como fio condutor o amor ao próximo na sua melhor forma. A proposta é contribuir para que a pessoa possa tornar-se capaz de conduzir sua vida de forma digna, através da sua capacidade de enfrentar as adversidades impostas por uma sociedade em que os bens materiais estão acima dos valores éticos e morais.

Gonçalves *et al.* (2004), no VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais, afirmaram que, após dez anos de experiência de EdC com base no projeto de Chiara Lubich, os integrantes do movimento, estudiosos e empresários reuniram-se na Itália para avaliação das experiências das empresas EdC, e entenderam que eram quatro os aspectos essenciais presentes na Economia de Comunhão, os quais podem ser visualizados no quadro 01 a seguir.

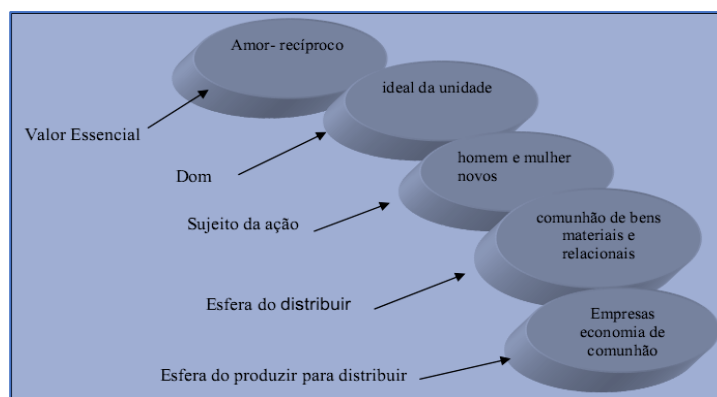
Finalidade	Cultura da Partilha	<i>Homens e Mulheres Novos</i>	<i>Escolas de Formação</i>
Colocar o ser humano no centro da atividade para que não haja necessitados.	Um possível antídoto para a cultura do ter que prevalece na economia	São leigos que se dispõem a viver a radicalidade da vida evangélica. Vivem segundo a cultura da partilha.	Desenvolver uma formação adequada para a cultura da partilha
Trabalhar em prol da unidade e da fraternidade de todos os seres humanos	Nem sempre significa despojar-se de algo para doá-lo. Pressupõe reciprocidade assimétrica.	A missão é inserir o Evangelho no mundo da economia, do trabalho, da política, do direito, da saúde, da educação, da arte, da ciência.	Desenvolver uma competência empresarial técnica que inclua, sobretudo a sensibilidade
Destinar parte do lucro da empresa para os mais necessitados.	Não se restringe apenas a partilha monetária	Trabalham juntos para salvar os invioláveis valores da dignidade humana e do bem comum.	Utilizar a memória das experiências dos pioneiros da experiência incluindo os fracassados.
Destinar bens materiais e espirituais e se ocupar da comunhão entre os seres humanos.	Surge sempre de uma pessoa, mesmo quando perdida na multidão. Não se detém, não se endurece em sistemas.	Precisam ser formadores e abertos à educação integral e permanente pautada por valores virtuosos.	Um exercício crítico e dinâmico de auto reflexão e reflexão coletiva.

Fonte: Gonçalves *et al.* (2004).

Quadro 01 – Quatro aspectos essenciais da Economia de comunhão

Os aspectos essenciais da Economia de Comunhão apresentados no quadro 01 nos permite compreender que neste modelo de gestão empresarial o ser humano é o centro de todas as atenções, sendo priorizado o relacionamento fraterno entre todos os colaboradores. A partilha é um dos aprendizados mais importantes, mas observa-se que não se trata apenas da partilha de bens materiais, mas sim, de uma partilha de conhecimentos e experiências. Percebeu-se também o enfoque dado à capacitação profissional como um dos requisitos importantes para o bom andamento da empresa.

A seguir apresenta-se a figura 01, elaborada por Serafim (2001) a partir da reflexão teórica sobre “a ética no espaço da produção”.



Fonte: Serafim (2001)

Figura 1 – Elementos constituintes da Economia de Comunhão

A figura 01 acima apresentada nos permite compreender que o valor essencial do projeto Economia de Comunhão é o amor recíproco, e que para fazer parte dessa corrente de amor é necessário ter um dom. Esta relação de amor recíproco se dá pela relação humana; a comunhão não é apenas dos bens materiais, mas também dos bens relacionais, e o fator primordial na empresa é produzir para distribuir, ou seja, quanto mais riqueza a empresa produzir, mais ela será capaz de ajudar.

Viver em comunhão é viver o amor na sua melhor forma - com respeito, dignidade, reciprocidade; é partilhar valores éticos e morais e contribuir para o crescimento moral e profissional do outro.

3. Procedimentos metodológicos

Esta pesquisa foi desenvolvida com base no método fenomenológico-interpretativista de Taylor e Bogdan (1997), que se revelou adequado para identificar a questão proposta no trabalho, a qual consistiu em verificar qual a percepção dos colaboradores que exercem suas atividades profissionais em uma empresa de Economia de Comunhão. A pesquisa é de cunho exploratório, pois teve por finalidade apreender e compreender o universo de uma empresa de Economia de Comunhão na percepção dos seus colaboradores.

A entrevista foi realizada com seis colaboradores, com a finalidade de obter informações sobre as ações da empresa, uma vez que essa técnica permite explorar com profundidade questões fundamentais e traçar um diagnóstico da situação social. O modelo utilizado foi o da entrevista focalizada, que tem como base um roteiro semiestruturado, possibilitando ao pesquisador compreender os significados que o sujeito atribui aos valores, comportamentos, processos e pessoas que fazem parte da sua vida no mundo do trabalho (LAKATOS & MARCONI, 2002).

No decorrer da entrevista procurou-se estabelecer um diálogo em que se permitiu a livre expressão e o entrevistado teve condições de ampliar o campo do discurso, incluir fatos, opiniões, impressões e sonhos. Para Minayo (2003), a fala, a partir da entrevista, pode ser reveladora de condições estruturais, de sistemas de valores, normas e símbolos e, ao mesmo tempo, a partir de um porta-voz, transmitir as representações de grupos determinados, em condições históricas, socioeconômicas e culturais específicas.

Para a análise dos dados utilizou-se a abordagem qualitativa, tipo de pesquisa demasiadamente complexo, devido ao volume de informações e dados que precisam ser organizados, compreendidos e interpretados. Nesse processo procura-se identificar dimensões, categorias, tendências e relações, desvendando-lhes o significado (MAZZOTTI, 2001). Todas as entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas, em seguida foi realizada uma leitura minuciosa para identificar afirmações e comentários que pudessem responder ao objetivo proposto no trabalho.

4. Análise e resultados

A seguir apresenta-se o resultado da aplicação da pesquisa, composta por uma amostra de seis colaboradores de uma empresa localizada na cidade de Apucarana – Paraná. A amostra foi direcionada e intencional, pois se buscou entrevistar colaboradores de uma empresa que participa do projeto Economia de Comunhão.

O objetivo proposto foi verificar quais as diferenças que existe na gestão de uma empresa de EdC na percepção dos colaboradores. A primeira pessoa entrevistada foi o senhor Márcio, sócio da empresa, a quem se perguntou como fora o processo de adesão de sua empresa ao projeto EdC. Ele relatou sua experiência com os princípios filosóficos da EdC. Disse sentir muita inquietação por ver que os países de crença católica são subdesenvolvidos e que isso o incomodava muito. Quando recebeu um convite para ir a Vargem Grande, uma cidadezinha do Interior do Estado de São Paulo onde ficava o centro do Movimento dos Focolares, foi conhecer o polo industrial. Ao entrar em contato com os empresários ele se surpreendeu em todos os aspectos. O primeiro foi que eles colocavam tudo em comum. Ficou impressionado com o modelo das empresas, como qualidade, atendimento, higiene, produtos (500 habitantes), e pensou: “Isto existe e funciona. É uma cidade aberta”.

“Encontramos a nossa turma. É uma militância espiritual”.

“Na Economia de Comunhão encontramos pessoas que viviam tudo isso de maneira mais consistente, mais produtiva. Nem sempre querer o bem do outro significa que você está fazendo o certo, às vezes você quer ajudar, mas a pessoa não quer ser ajudada. O projeto nos ajudou a entender isso.”

Percebe-se que, para Marcio, o projeto não é algo novo, pois ele já vinha buscando uma forma de ajudar as pessoas, dentro dele já existia o desejo de buscar uma sociedade mais justa e solidária, e o projeto veio ao encontro de seu anseio, trazendo uma forma já sistematizada de como desenvolver ações sociais dentro de um princípio filosófico baseado no Evangelho. Como ele mesmo afirma; “encontrou a sua turma”. Ele entendeu que é possível ajudar as pessoas sem precisar impor nada, que é preciso respeitar a liberdade do outro.

Na percepção dele, participar do projeto foi muito bom, porque as convicções são consistentes. Mencionando a figura de Chiara Lubich afirmou que quanto mais se conhece mais se apaixona e mais consistência se enxerga. Ela falava que a chuva forte vem e destrói, ao passo que a chuva calma fertiliza, por isso é necessário não ter ansiedade nem cobrança em relação à mudança das pessoas. Afirmou:

“É um movimento, embora seja católico, não tem reuniões, não tem cobranças. É Economia de Comunhão na liberdade. Essa questão da liberdade é muito tangível. A EdC é um norte, um rumo”.

Este norte que direciona todas as ações desenvolvidas baseia-se em uma regra que se chama regra de ouro: “Faça aos outros o que gostaria que fizessem a você”. Com base nesta regra informou que no treinamento de seus vendedores os orienta a não induzir o cliente a levar algo que ele não queira ou que não vá lhe ser útil; que se deve aconselhar o cliente a levar sempre o mais barato, mas esclarece que isso também é comercialmente interessante, é uma forma de fidelizar o cliente.

A diferença principal na empresa está no trato com as pessoas: todas são bem tratadas, o fornecedor, o fiscal, qualquer um que entrar na empresa será bem acolhido. “Ser legítimo naquilo que você tenta conquistar”. Neste modelo de gestão o conceito de ética baseado no Evangelho dá o discernimento. O colaborador pode ser de qualquer religião. Diariamente fazem a leitura do Evangelho, mas a participação do colaborador é livre ou espontânea.

Para manter a competitividade exigida pelo mercado a empresa possui uma equipe de consultores que prestam serviços no estabelecimento das estratégias e metas empresariais. É uma empresa como qualquer outra, a diferença está na forma como tratamos as pessoas. A EdC fala muito bem sobre os bens relacionais.

É importante ressaltar que a empresa trabalha com os valores éticos e morais de respeito e reciprocidade com o outro, mas não deixa de dar atenção aos aspectos relacionados à competitividade da empresa. Manter-se no mercado com bons produtos e tornar a empresa lucrativa também é foco na sua gestão, pois sem estes quesitos não haverá como desenvolver ações sociais.

Em relação aos lucros, de acordo com o projeto a empresa tem total liberdade:

“Distribuímos parte para os funcionários. Temos problemas sérios para legalizar isso, primeiro porque qualquer negociação tem que ser via sindicato dos empregadores e empregados. É uma luta inglória, porque nenhum dos dois acredita que nós disponibilizamos estes recursos, que existe uma cultura de partilha. Em trinta anos não tivemos nenhum problema trabalhista”.

Na empresa todos os colaboradores ganham comissão e a partir do Ponto de Equilíbrio essa comissão aumenta, e eles têm acesso a esta informação.

“É comercialmente interessante, não é porque nós somos bons”.

A empresa tem vinte e três anos e está há treze anos no projeto. Na contratação, a preferência é buscar pessoas que não têm experiência; mas, como existe também a preocupação com a competitividade, o perfil é analisado com rigor na contratação.

A proposta da EdC é viver o amor no trabalho, ter atitudes de amor, pois isto gera reciprocidade. “Fraternidade com liberdade” é o lema. É preciso saber à hora de se colocar ao lado. A EdC diz que é necessário o dom da hierarquia, da intuição. Na hora de demitir é importante saber se colocar no lugar do outro. A pessoa deve entender que a maneira de fazer uma boa admissão é a mesma no processo da demissão.

“Você não pode ser paternalista, senão você não constrói”.

O treinamento às vezes é difícil, porque a dificuldade pode não estar na parte profissional, e sim, no comportamento. Marcio relatou que todo aprendizado vale a pena: “*nós somos instrumentos de Deus*” “*Nós treinamos pessoas para empreender*”.

A empresa remunera os colaboradores com base no faturamento: quando o faturamento cresce a remuneração também cresce. Existe uma metodologia de cálculo para isso. Quando ocorrem distorções e algum colaborador percebe que está ganhando mais do que os outros, ele mesmo solicita o recálculo dos valores:

“Por isso nós percebemos como as pessoas assimilam os conceitos de Economia de Comunhão, num conceito de partilha. É melhor ser do que ter”.

É possível perceber que no processo de gestão de uma empresa EdC o centro de tudo é o ser humano, que existe uma preocupação ímpar em respeitar a pessoa e manter a sua dignidade acima de tudo.

Sandra, a segunda sócia da empresa, ao ser entrevistada, informou que antes de aderir ao projeto EdC já tinha estes princípios como ideal de vida, só não sabia como agir. Informou que agia de maneira errada ao fazer as coisas de forma isolada. O que ela mais ressaltou é que não se deve oferecer ajuda às pessoas antes de elas o pedirem: “*Assistencialismo, paternalismo, maternalismo, nunca deu certo*”

Segundo a entrevistada, o importante é edificar a pessoa, ser profissional acima de tudo, manter um equilíbrio entre tratar a pessoa como ser humano, com amor, e manter a competitividade com princípios.

Em relação ao fato de a empresa participar do projeto EdC comentou:

“Quando nós encontramos estas pessoas pensamos: “*Nossa, ela já inventou a roda, está andando e nós tentando inventar a roda*”.

Pelas colocações de Sandra fica evidente que eles estavam buscando algo que já existia, por isso a identificação com os princípios filosóficos da EdC foram tão rapidamente absorvidos e implementados.

O terceiro entrevistado, o colaborador Josemar, relatou já ter trabalhado em outras empresas, mas trabalhar nesta é muito diferente: *“pois aqui se vive uma unidade de amor”*. É possível perceber que a relação de Marcio e Sandra com os colaboradores vai além de uma relação patrão versus empregado: o respeito mútuo e o amor são primordiais no dia a dia da empresa. Nesta empresa os ideais humanos estão acima do lucro; busca-se uma convivência harmoniosa cujo lema é o amor ao próximo. Afirmou: *“Você leva amor do trabalho para casa”*.

Josemar comentou também que utiliza os seus conhecimentos sobre relacionamento aprendidos na empresa para conquistar os clientes, pois a principal ferramenta é desarmar o cliente, recebê-lo com um sorriso e com muito amor. A EdC sempre se pauta pelo Evangelho e isso dá força: *“É interessante que o cliente percebe isso”*. Para as pessoas que estão de fora da empresa isso é muito utópico. É uma relação de amor, não é uma relação apenas de dinheiro, vai muito, além disso. *“Tenho como projeto de vida ser professor, mas não pretendo sair da loja, pela rede de relacionamentos e pela remuneração”*.

É perfeitamente compreensível que as pessoas que veem uma empresa ter este tipo de atitude na sua gestão falar em amor e reciprocidade - fiquem em dúvida e considerem até uma utopia, pois no mundo capitalista em que vivemos, onde as pessoas sempre buscam obter vantagens umas sobre as outras, é difícil acreditar que uma empresa priorize o relacionamento e o respeito mútuo com seus colaboradores.

A quarta entrevistada, Odete, é auxiliar de serviços gerais e trabalha há dezesseis anos na empresa. Afirmou que se sente muito bem e que gosta muito do valor que recebe, além do salário. Percebeu-se que ela não compreende que esta diferença é a distribuição de lucros. Afirmou que essa diferença é muito importante, pois consegue ter uma vida melhor. Quanto a fazer parte de uma empresa de EdC, comentou: *“A gente sempre aprende com as pessoas, sempre crescendo. Participo dos estudos do Evangelho, me sinto muito bem. Não compensa sair para ganhar mais, por causa do relacionamento com as pessoas”*.

A quinta entrevistada foi a colaboradora Talita, que está na empresa há cinco anos. Afirmou que já conhecia o projeto, pois fazia parte do Movimento dos Focolares: *“É um projeto lindo, fui muito acolhida aqui”*. Afirmou que na empresa todos trabalham com amor, e relatou a sua história. Trabalha como vendedora, mas sempre quis se formar em enfermagem. Quando ela estava triste por não estar satisfeita com o que estava fazendo, Marcio perguntou-lhe qual era o seu sonho; e ela disse: *“Ser enfermeira”*. Ele respondeu: *“Então você será enfermeira”*. A partir daí ela começou cursar enfermagem e a empresa concede flexibilidade de horários para que ela possa fazer os estágios. *“Eu considero aqui uma família, e não colegas de trabalho”*.

Na empresa todos os colaboradores têm liberdade de conversar e dividir seus problemas para que os colegas possam ajudar: *“O problema de cada um é de todos, você pode compartilhar os seus problemas. Eles estão me ajudando a arrumar um emprego para depois que me formar. Eu ainda não sei por eles”*.

Talita relatou que todos os valores que aprendeu nessa empresa, no tocante ao amor, ao relacionamento e ao modo de acolher as pessoas, ela vai levar para sua nova profissão assim que se tornar enfermeira.

Conforme os princípios filosóficos defendidos pela EdC, a liberdade de escolha deve ser respeitada em todas as circunstâncias. No caso desta colaboradora isto ficou bem claro, pois a empresa tem consciência de que ela, assim que se formar, vai deixar a empresa, mas ainda assim tem dado todo o apoio para que ela realize o seu sonho.

Thiago, o sexto entrevistado, exerce a função de gerente e está na empresa desde os treze anos de idade. Disse que acha muito difícil uma empresa que trate os colaboradores como ali, pois se sente acolhido, e o Marcio e a Sandra são para ele como que seus pais. Disse que entende que o lado profissional é importante, e sente-se cobrado por isso. Argumentou que não é porque ali se fala em amor que não se vá exigir compromisso profissional. Sente-se respeitado e afirma que as pessoas, quando entram para trabalhar, logo percebem que é um ambiente diferente. *“É difícil você encontrar uma empresa assim”*. Thiago informou que o seu cargo de gerente às vezes exige que ele chame algum colaborador à atenção e resolva conflitos do dia a dia, mas que o importante é sempre analisar o lado profissional e saber se colocar no lugar do outro e ter amor em todas as atitudes e em tudo que faz. *“Assim é mais fácil as pessoas entenderem o que a gente quer passar. A minha equipe vive isso de forma natural. O projeto não é divulgado, o que determina são as ações”*.

Gerenciar pessoas não é uma das funções mais fáceis, mas nesta empresa, que traz na sua gestão um princípio de amor ao próximo, percebe-se que administrar conflitos torna-se mais fácil, porque, como as regras em relação ao que é certo e errado já são preestabelecidas, não há problemas para quem tem a função de corrigir o outro.

5. Considerações finais

O presente trabalho é resultante de uma pesquisa realizada com seis pessoas que exercem suas atividades profissionais em uma empresa de Economia de Comunhão. O objetivo deste estudo foi verificar quais as diferenças que existem na gestão de uma empresa de Economia de Comunhão, na percepção dos colaboradores.

Verificamos que a empresa possui dois diferenciais na sua gestão: o relacionamento com e entre os colaboradores e a forma de distribuição de seus lucros. O projeto não prevê um formato padrão de condução da empresa, o que existe é uma unidade de ações e intenções em que todos seguem a regra de ouro *“Faça aos outros o que gostaria que fizessem para você”*.

Quanto a um dos aspectos essenciais de EdC, que é a formação dos colaboradores, a empresa os capacita dentro dos princípios filosóficos da EdC e orienta-os para que todas as pessoas que entrarem na loja – um cliente, um fornecedor ou um fiscal - independentemente do que tenham ido fazer ali, devem ser acolhidas com respeito e amor.

Os colaboradores percebem a empresa como um ambiente de acolhimento e amor, sentem-se felizes por estar ali e mantêm com todos uma relação que lhes permite compartilhar suas dificuldades e seus problemas pessoais. A postura ética da empresa no tocante à remuneração lhes proporciona tranquilidade, tanto que afirmaram não ter vontade de sair da empresa, até porque ganham mais do que ganhariam em outro lugar.

Relataram também que percebem a empresa como um ambiente diferente em relação às demais empresas, pela liberdade que eles têm de expor suas ideias e pela participação na leitura do Evangelho, que lhes permite tirar lições para a vida não só no trabalho, mas também no convívio com seus familiares. A relação com os donos da empresa é de muito carinho. Eles percebem que, muito mais que apenas uma relação em que alguém paga e o outro presta o serviço, há uma relação de confiança, respeito e reciprocidade com os donos da empresa.

Podemos concluir este trabalho com a certeza de que o bem existe e pode acontecer no meio empresarial; que solidariedade e respeito mútuo no mundo econômico não são uma utopia, ao contrário, é possível às pessoas trabalharem para manter seus bens materiais e fazer deste trabalho um momento de amor e companheirismo; que é possível sentir vontade de ir para o trabalho e estender este amor às pessoas do seu convívio.

Referências

- ALMEIDA, A.S.** *Viver o outro: uma proposta de realização humana nas empresas de Economia de Comunhão*. Monografia - Universidade do Estado da Bahia, 2006.
- CHIARA, L.** *Um novo caminho: a espiritualidade da unidade*. Vargem Grande Paulista, SP: Editora Cidade Nova, 2004.
- GONÇALVES, H. A. B. Q. MARTINS R. C., ROCHA M. G.S** *Os quatro aspectos essenciais da Economia de Comunhão na Liberdade na condução dos Negócios*. VIII Congresso Afro-LusoBrasileiro de Ciências Sociais – Coimbra Portugal, 2004.
- GONÇALVES, H. A. B. Q. MEDEIROS, M. G. ROCHA, M, G. S.** *Engenharia de Produção e Economia de Comunhão: trabalhar é preciso*. XII SIMPEP Bauru SP, 2005.
- LEIBHOLZ, R.** *Projeto Espri. Comunicação proferida no Congresso de Economia de Comunhão 2002*, Vargem Grande Paulista (SP), 2002.
- LEITÃO, S. P; SPINELLI, R.A.** *Economia de Comunhão no Brasil: a produção acadêmica em administração de 1991 a 2006*. RAP, vol. 03 Rio de Janeiro, 2008.
- MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M.** *Técnicas de Pesquisa*. 5. ed. São Paulo: Ed. Atlas, 2002.
- MENEZES, F.** *Faces e demandas da pobreza no Brasil*. Revista democracia Viva, n. 39, junho 2008, acesso em www.rlc.fao.org 05/05/2014.
- MINAYO, M.C. de S. (Org.)** *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 22 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.
- SAMPAIO, M.A.L.; LEITÃO, S.P** *Economia de Comunhão e organizações de aprendizagem: compatibilidade conceituais*. RAP, vol. 3 Rio de Janeiro, 2007.
- SERAFIM, M.** *A ética no espaço da produção: contribuição da Economia de Comunhão*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.
- TAYLOR, S.J. BOGDAN, R.** *Introduction to qualitative research methods: a guidebook and resource*. NY: John Wiley, 1997.