



FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE SERGIPE

KATIANA FERREIRA BATISTA

**ECONOMIA DE COMUNHÃO:
A POSSIBILIDADE DE UMA EMPRESA PODER USAR PARTE DE SEU
LUCRO DESTINADO A RESPONSABILIDADE SOCIAL**

ARACAJU/SE
AGOSTO – 2015
KATIANA FERREIRA BATISTA

ECONOMIA E COMUNHÃO:

**A POSSIBILIDADE DE UMA EMPRESA PODER USAR PARTE DE SEU
LUCRO DESTINADO A RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Trabalho de conclusão como requisito
parcial para obtenção do grau de Pós-
Graduado em MBA – Gestão
Empresarial e Inteligência
Organizacional – Turma VIII, da
Faculdade de Negócios de Sergipe.

ARACAJU/SE

RESUMO

O artigo analisa a responsabilidade social através da Economia de Comunhão –EDC, uma experiência peculiar da economia solidária. Buscando mostrar a experiência da Economia de Comunhão, com as peculiaridades consequentes da espiritualidade da qual provém mostrar a humanização da economia. (CHIARA 1998). Os dados foram coletados através de revistas, visitas em empresas, participação em Congressos e de pesquisas bibliográficas. Os resultados indicam que as empresas da Economia de Comunhão conseguem fazer partilha e manter seus resultados positivos. Através da Economia de Comunhão é proposto ao empresário uma nova linha para conduzir o empreendimento, que ponha em prática atitudes inspiradas na espiritualidade do Movimento dos Focolares e ainda pede a valorização dos empregados mediante seu envolvimento na gestão.

Palavras chaves: Economia de Comunhão, Responsabilidade social.

ABSTRACT

The article analyzes the social responsibility by -EDC Economy of Communion, a peculiar experience of the solidarity economy. Trying to show the experience of the Economy of Communion , with the consequential peculiarities of spirituality which comes to show the humanization of the economy. (CHIARA 1998). Data were collected through magazines , visits to companies , participation in conferences and literature searches . The results indicate that enterprises in the Economy of Communion can make sharing and maintaining its positive results . Through the Economy of Communion is offered to the entrepreneur a new line to lead the project, which put into practice attitudes inspired by the spirituality of the Focolare Movement and also seeks a valuation of employees through their involvement in management.

Key words : Economy of Communion social responsibility .

INTRODUÇÃO

Em tempos de globalização, ou seja, numa época em que o mercado com suas regras conquistam o mundo, provocando novos e controvertidos processos não só econômicos, mas também culturais, assistimos a uma mudança radical de estilo de vida, de comportamento, de atitudes intelectuais. A filosofia em que isso se baseia – o individualismo – penetra nos mais variados âmbitos culturais e religiosos do planeta, provocando reviravoltas éticas e, no mínimo, riscos de empobrecimento do primado da pessoa na sua vivência social.

Hoje não se trata apenas de ser bondoso, mas de entender que se tornou essencial, além de organizar bem a empresa, assegurar também que ela contribua para uma sociedade que funcione. Trata-se da produtividade social.

Existem empresários de cabeça aberta e entende que a visão tem de ser ampla. A responsabilidade social é uma forma de conduzir os negócios de tal maneira que a torne parceira e corresponsável pelo desenvolvimento social.

Nesse artigo sobre responsabilidade social, será apresentada a Economia de Comunhão, que foi idealizada em 1991 no Brasil, pela fundadora do Movimento dos Focolares, a Italiana Chiara Lubich. Esta nova proposta, apresenta-se como uma alternativa para solucionar o problema da pobreza, através da criação de empresas que realizam uma divisão de lucro, com as seguintes finalidades: investimento na empresa; auxílio aos pobres e formação de “homens novos”.

Desse modo, para que este estudo se concretize, será realizada uma pesquisa aplicada qualitativa, onde os conhecimentos encontrados serão utilizados para mostrar que a responsabilidade social não atinge o lucro da empresa.

Esse estudo tentará responder ao seguinte problema da pesquisa: Como é possível uma empresa se manter estável no mercado econômico e usar parte de seu lucro na responsabilidade social?

Nesse projeto terá como objetivo específico identificar as características de uma empresa que trabalha com Economia de comunhão;

Comparar o desempenho gerencial de uma empresa que trabalha com Economia de Comunhão com uma empresa que não trabalha;

Apresentar o diferencial entre os dois tipos de empresa, a que trabalha com a Economia de Comunhão e a empresa que não trabalha com Economia de Comunhão.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A Economia de Comunhão – EDC foi lançada por Chiara Lubich em maio de 1991 em São Paulo–Brasil e envolve empresários, trabalhadores, gestores, consumidores, cidadãos e estudiosos. A EDC tem por objetivo construir e apresentar uma sociedade na qual não havia necessitados, voltando a primeira comunidade de Jerusalém.

Para Chiara Lubich (1998):

“Se a Economia de Comunhão surgiu é porque existe um particular contexto de cultura que está criando um mundo novo: a cultura do dar.”

A EDC nasce de uma espiritualidade de comunhão, expressão do carisma da unidade na vida civil. Essa espiritualidade chama-se Movimento dos Focolares, movimento esse que pode ser considerado a partir de vários pontos de vista: espiritual, apostólico, carismático, social, econômico, político, ecumênico, inter-religioso e cultural, ao qual sua fundadora chama-se Chiara Lubich.

Nascida em Trento, Itália em 22 de janeiro de 1920, Chiara Lubich “descobre” que DEUS é amor, o ideal que nenhuma bomba pode destruir. Decide, com um grupo de amigas, abraçar o Evangelho como estilo de vida. Poucos meses depois, já existe ao redor delas uma comunidade que identifica no Testamento de Jesus, “Pai, que todos sejam um!” O Objetivo do que viria a ser o Movimento dos Focolares.

Aos poucos delineia-se um caminho espiritual a ser percorrido, ao mesmo tempo, individual e comunitariamente: a espiritualidade da unidade.

As obras sociais do Movimento dos Focolares no mundo inteiro são cerca de mil, de maior ou menor consistência. Um projeto característico do Movimento dos Focolares é a chamada Economia de Comunhão, uma experiência particular de economia solidária.

Esse projeto, autêntica expressão da Espiritualidade da Unidade na vida econômica, pode ser compreendido na sua íntegra e na sua complexidade somente quando inserido no contexto da visão que essa espiritualidade tem do homem e das relações sociais (GIORDANI, 1980)

Ela surgiu no Brasil, em 1991.

O Movimento, presente no País desde 1958, difundiu-se amplamente em todos os Estados, atraindo pessoas de todas as extrações sociais. A ideia era criar empresas, por pessoas do Movimento, que canalizassem capacidades e recursos de todos para juntos produzirem riquezas em prol dos que se encontravam em dificuldade.

A sugestão deveria ser confiada a pessoas competentes, capazes de fazê-las funcionar com eficiência e obter lucros.

Esses lucros deveriam ser colocados em comum. Isto é, uma parte seria empregada segundo os mesmos objetivos da primeira comunidade cristã: ajudar os pobres e dar-lhe sustento, enquanto não conseguissem um trabalho. Outra parte, para o desenvolvimento de estruturas de formação de “homens novos”, ou seja, pessoas formadas e animadas pelo amor, capazes de viver aquilo que chamamos de “cultura da partilha”. E uma terceira parte, obviamente, para incrementar a empresa. (ECONOMIA DE COMUNHÃO-História e Profecia, 2004)

Desse modo, nas cidades-testemunho (cerca de vinte no mundo inteiro) - que se apresenta como formas modernas de convivências, com todas as expressões da vida moderna, exigindo, pois, também a presença de empresas, além de escolas de formação, casas de famílias, igrejas, atividades artesanais e outras surgidas para o sustento de seus habitantes – deveria construir também um verdadeiro polo empresarial produtivo.

A ideia foi acolhida com entusiasmo não só no Brasil e na América Latina, mas também na Europa e em outras partes do mundo. Muitas empresas nasceram, e muitas outras já existentes aderiram ao projeto, modificando o próprio estilo de administração empresarial. A esse projeto já aderem 654 empresas em 91 atividades produtivas

menores. Ele engloba empresas que atuam nos vários setores econômicos em mais de trinta países: 164 atuam no comércio, 189 são indústrias e 301 são prestadores de serviços. (ECONOMIA DE COMUNHÃO, 2006)

A experiência da Economia de Comunhão, com as peculiaridades consequentes da espiritualidade da qual provém, coloca-se ao lado das numerosas iniciativas individuais e coletivas que procuraram e procuram “humanizar a economia” e ao lado de muitos empresários e trabalhadores, frequentemente pouco conhecidos, que concebem e vivem a própria atividade econômica como algo mais amplo e diferente da pura busca de um benefício material.

Para Chiara Lubich (2001):

“A finalidade primeira de quem faz uma empresa da Economia de Comunhão é chegar a conseguir que, em nosso Movimento, não haja mais necessitados, como acontecia com os primeiros cristãos. A Economia de Comunhão surgiu para chegar, um dia, a dar este exemplo: um povo em cujo seio não há necessitados, nem existe o pobre.”

De fato, como acontece em muitas outras realidades econômicas permeadas por motivações ideais, aqueles que aderem ao projeto – empresários, dirigentes, trabalhadores ou outras pessoas ligadas ao mundo da empresa – comprometem-se, em primeiro lugar, em pôr no centro das atenções, em todos os aspectos da sua atividade, as exigências e as aspirações da pessoa e os requisitos do bem comum. Em especial buscam:

- 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;
- valorizar os empregados, informando-os e envolvendo-os, em variadas medidas, na sua gestão;
- manter uma linha de conduta da empresa inspirada na “cultura da ética”.

-reservar grande atenção ao ambiente de trabalho e ao respeito à natureza, ainda que arcando com investimentos de alto custo;

- cooperar com outras entidades ou iniciativas empresariais e sociais presentes no território, atentos inclusive à comunidade internacional, com quem se sentem solidários.

O projeto Economia de Comunhão apresenta, ainda, algumas características muito significativas, por serem mais diretamente vinculadas à visão do mundo segundo a espiritualidade do Movimento dos Focolares. Cito Algumas:

1. Os agentes das empresas da Economia de Comunhão procuram ter, ainda que nas formas exigidas pelo contexto de uma organização produtiva, o mesmo estilo de comportamento que assumem em todos os setores da vida. É necessário imbuir dos valores, nos quais acreditam-se, cada instante da vida social e, portanto, também da vida econômica, que assim se torna, também ela, lugar de crescimento humano e espiritual.
2. A Economia de Comunhão propõe comportamentos inspirados na gratuidade, na solidariedade e na atenção para com os excluídos – comportamentos normalmente considerados típicos de organizações sem fins lucrativos- também às empresas que por natureza buscam o lucro. Por conseguinte, a Economia de Comunhão não se apresenta tanto como uma nova forma de empresas, alternativas às que já existem, mas pretende transformar intimamente as estruturas habituais das empresas (quer sejam sociedades anônimas, cooperativas ou de outro tipo), orientando todas as relações intra e extra empresariais segundo um estilo de vida de comunhão, tudo em pleno respeito aos valores autênticos da empresa e do mercado.
3. Aquelas pessoas que estão em dificuldades econômicas, os destinatários de uma parte dos lucros, não são considerados simplesmente “assistidos” ou “beneficiados” pela empresa. São parte essenciais do Projeto, enquanto doam aos demais suas próprias necessidades. Eles também vivem a “cultura da partilha”. De fato, muitos deles renunciam ao auxílio que recebem tão logo recuperam um mínimo de independência econômica e, muitas vezes, partilham com outros o pouco do que possuem. Tudo isso é expressão do fato de o enfoque, na Economia de Comunhão, que também frisa a “cultura da partilha”, não estar na filantropia praticada por alguns,

mas sim na partilha, na qual cada um dá e recebe, com igual dignidade, no contexto de uma relação de substancial reciprocidade.

4. As empresas da Economia de Comunhão, além de se basearem num profundo entrosamento entre os promotores de cada uma delas, sentem-se parte integrante de uma realidade mais ampla. Os lucros são postos em comum porque já se vive uma experiência de comunhão. Por esse motivo, as empresas desenvolvem em pequenos “polos empresariais” nas proximidades das cidades-testemunho do Movimento e, se estão geograficamente distantes, vinculam-se a elas idealmente.
5. Todavia, não podemos esquecer outro elemento essencial: a Providência Divina, que acompanhou constantemente o progresso da Economia de Comunhão nesses anos. Nas empresas da Economia de Comunhão deixa-se espaço à intervenção de Deus, inclusive na atividade econômica concreta. E experimenta-se que, após cada escolha contrária ao que aconselharia a praxe comercial, Ele não deixa faltar aquele “cêntuplo” que Jesus prometeu: uma receita inesperada, uma oportunidade imprevista, a oferta de uma nova colaboração, a ideia de um produto novo de sucesso.

“Ou o nosso projeto da Economia de Comunhão decola, ou nós perdemos um encontro marcado com a história. Essa é a realidade. Portanto, tudo depende de nós. Quando vemos nascer uma empresa, devemos “insufla-la” para que se desenvolva como uma criatura, cresça e possa servir de exemplo para muitas outras no mundo.”

(Chiara Lubich, Castelo Gandolfo, 1992)

Essa é, em síntese, a Economia de Comunhão que chama a atenção de economistas, sociólogos, filósofos e estudiosos de outras disciplinas, que encontram nessa nova experiência, nas ideias e categorias que estão por trás dela, motivo de interesse que ultrapassam a esfera do Movimento no qual, historicamente ela se desenvolveu. Em especial, na visão trinitária das relações interpessoais e sociais, que está na base da Economia de Comunhão, há quem vislumbre uma nova chave de leitura que poderia enriquecer também a compreensão das interações econômicas e, assim, contribuir para superar a orientação individualista que prevalece hoje nas ciências econômicas, cujas consequências em termos sociais e políticos são sempre mais evidentes. Na igreja e na nossa sociedade há uma nova e vasta Obra, com vários objetivos, um dos quais é

econômico; Obra realizada sobre tudo por Aquele que faz triunfar a sua força e o seu poder justamente onde há fraqueza.

METODOLOGIA

O presente estudo consiste em buscar compreender o fenômeno da espiritualidade nas organizações a partir das empresas de Economia de Comunhão. Os dados foram coletados através de pesquisas bibliográficas, participação em Congresso, visita a empresa, revistas e entrevistas a empresários e colaboradores durante visita a empresa de Economia de Comunhão. A escolha da empresa foi feita através da proximidade entre a pesquisadora e o pesquisado. Empresa localizada na cidade de Itabaiana no Estado de Sergipe no ramo de incorporação e construção com 30 trabalhadores diretos e 20 indiretos. Foram realizadas entrevistas semi-estruturadas, individuais, com 1 empresário e 10 trabalhadores. Por questões éticas não usaremos nomes das empresas e nem dos funcionários, as empresas serão consideradas através de letras A e B os funcionários serão enumerados de 1A até 10A e 1B até 10B. A seguir são apresentados os resultados realizados através das entrevistas e mostrando que é possível economicamente repartir lucros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos verificar e comparar na cidade de Itabaiana/SE, duas empresas que atuam na mesma área, incorporando terrenos rurais próximos a cidade, transformando-os em loteamentos. De um lado a incorporadora A, que é uma empresa convencional e a empresa B que é uma empresa de Economia de Comunhão, a empresa B se destaca pelo trabalho realizado no que diz respeito a áreas comuns, sendo construídas avenidas largas com pista de caminhada e de ciclismo, praças com espaços para apresentações culturais, pratica de esportes e áreas verdes, oferecendo aos moradores uma melhor qualidade de vida.

A empresa B não visa em seus projetos somente o lucro, deixando áreas comuns com mais espaços que os loteamentos convencionais. A princípio podemos pensar que o faturamento da empresa fica prejudicado com a diminuição na quantidades de lotes a serem negociados, mas a empresa consegue com isso ter uma maior credibilidade no mercado, reduzindo consideravelmente o tempo de comercialização dos seus produtos, fato esse comprovado a cada lançamento de novos loteamentos. Fica bastante claro que a Economia de Comunhão é bastante benéfica para a população e traz um retorno financeiro otimizado para o empresário que acredita nessa nova maneira de empreender. Só as pessoas que amam são capazes de fazer a riqueza circular entre todos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LUBICH (2004). Chiara – Economia de Comunhão – Historia e Profecia; Cidade Nova

BRUNI, Luigino – Comunhão e as novas palavras em Economia; Cidade Nova

FALLER (2013), Fonseca Ferreira Helena Maria – Função Social da Empresa & Economia de Comunhão: Um encontro à luz da constituição; Editora Jurua

Mariápolis Santa Maria, Igarassu, Recife, 28 de agosto de 2012. Congresso

Cidade Nova, Fraternidade em revista-Exemplar 588, Ano LVII, Nº 4 –Abril de 2015

LUBICH (2006), Chiara – Economia de Comunhão; Cidade Nova