

Por Alexandre Sammogini



“Investir no social do ASG e na comunicação é parte da solução dos problemas das organizações”, disse Rodrigo Cunha, escritor, jornalista e CEO da Profile, na Talk 2 do [3º Encontro Nacional de Gestão de Pessoas](#). O evento é uma realização do Comitê de Gestão de Pessoas da Abrapp e teve início nesta quarta-feira, 13 de setembro, com 200 inscritos, e sua programação continua amanhã à tarde e sexta-feira na parte da manhã.

A moderadora da palestra, Elizabeth Santos Moitinho, membro do Comitê de Gestão de Pessoas da Abrapp, disse que a discussão do tema da palestra “O Social do ESG e os desafios da responsabilidade corporativa” é uma oportunidade para conversar sobre a questão social do ASG e refletir sobre a dimensão humana nas empresas. “Afim são as pessoas que fazem os negócios acontecerem”, disse. Ela apontou que a agenda ASG tem sido pauta na maioria das organizações, mas que a dimensão social ainda não é tratada com naturalidade, de maneira concreta de forma a produzir avanços reais.

Autor do livro “Humanos de Negócios” (Editora Voo), Rodrigo afirmou que quando se fala do social do ASG, é preciso tratar das pessoas, dos colaboradores de uma organização. E para tratar das pessoas é necessário desenvolver a comunicação. “Para avançar na inclusão das pessoas, a comunicação é fundamental. A comunicação é fundamental para a evolução do social nas empresas”, comentou. Ele citou o autor Yuval Harari, que elaborou uma teoria que diz que a fofoca foi um dos principais fatores da evolução humana.

Rodrigo Cunha defendeu que as organizações precisam compartilhar fatos e experiências interessantes. E para isso, citou outro formador de opinião, que é Vincent Stanley – Diretor de Filosofia da Patagônia, que traz o lema “share, share, share” – compartilhe.

O jornalista e escritor apresentou dados de algumas pesquisas que apontam que os stakeholders e investidores estão cada vez mais dispostos a investir nas empresas socialmente responsáveis. Ele mostrou dados de levantamento que 4 em cada 5 pessoas valorizam marcas que investem em sustentabilidade. “A maioria dos consumidores espera que as empresas sejam transparentes e que apoiem ONGs e campanhas sociais”, disse.

Mostrou também que 80% das empresas querem ser reconhecidas pela diversidade e inclusão, mas que 40% não desenvolvem nenhuma ação neste sentido. “A maioria das empresas não possui política para avançar na equidade de remuneração e tratamento de gênero”, explicou. Ele apontou ainda alguns caminhos para a mudança, que pode ser motivada por três “C”, que são os seguintes: convicção, conveniência ou constrangimento. Evidentemente, que o primeiro “C” é mais interessante, mas não é raro que a mudança seja motivada por algum fato que promova constrangimento à empresa.

Rodrigo citou ainda algumas campanhas de empresas que valorizam o social, com destaque para a inclusão de gênero e o apoio a campanhas de ONGs a ações sociais. Alguns desses cases mostram que as ações têm uma repercussão positiva na mídia, valorizando sua imagem junto aos stakeholders.

O especialista citou ainda o lançamento do novo índice da B3, o IDIVERSA, como uma novidade no sentido de valorização do social do ASG. É um índice formado com indicadores de critérios de gênero e raça para a composição da carteira. Ele disse que o novo índice mostra como o mercado de capitais está valorizando cada vez mais as ações de inclusão e equidade nas empresas.

Elizabeth Moitinho disse acreditar que a valorização de critérios sociais é um caminho sem volta na economia e na sociedade. E citou a obrigatoriedade do eSocial das empresas de informar a raça/cor

Legismap Roncarati

3º Encontro de Gestão de Pessoas: Social do ASG e comunicação são peças-chave para superação de desafios da responsabilidade corporativa

de seus empregados como um indicador de avanço neste campo. E lembrou também que o Ministério Público do Trabalho também está solicitando das grandes empresas o envio de informações em planilha sobre gênero e raça dos colaboradores.

O 3º Encontro Nacional de Gestão de Pessoas é uma realização da Abrapp com o apoio institucional da UniAbrapp, Sindapp, ICSS e Conecta. Patrocínio Ouro: LG Lugar de Gente – Sistemas Humanos e Walking The Talk. Patrocínio Bronze: Arual Turismo.

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 13.09.2023.