



Responsabilidade Social

Social Responsibility

Desde sempre me questioneei porque motivo a Responsabilidade Social não é um princípio fundamental e basilar inerente a qualquer empresa, mas sim uma área discricionária, cuja existência ou não, depende da visão e da perspectiva de quem está no topo da hierarquia da empresa e dita as regras. Atualmente, vivemos num mundo global, onde é impossível fingir que não vemos e que desconhecemos certas realidades, mas quase que em simultâneo com esta globalização, surgiu uma nova doença a que eu chamo de “passividade crónica”. Esta é uma doença viral, ou se quiserem, até mesmo uma epidemia que atinge grande parte da população que vive no mundo ocidental. Não tenhamos a falsa ilusão de que as empresas são entidades abstratas, pois estas são constituídas e geridas por pessoas e o sucesso de uma empresa é o fruto do trabalho desenvolvido pelos seus colaboradores devidamente orientados por um líder que by the way também é uma pessoa. A consciência da realidade acima referida, a capacidade de perspectivar algo mais para além do lucro, torna as empresas mais humanas, mais próximas dos seus colaboradores e da sociedade e eleva o conceito que os cidadãos têm da mesma para um patamar superior ao responder a causas sociais, ao proporcionar bem estar, ao ajudar na redução de desigualdades sociais e ao aproximar-se das populações locais, tornando-se mais dignas para facilmente terem colaboradores mais motivados e consumidores mais atentos que respeitam e se interessam por este tipo de posicionamento. Mais do que ter clientes, é ter clientes fãs!

A Responsabilidade Social das empresas é um must have e deve nascer como um projeto natural que acompanha o crescimento e o sucesso das mesmas. É uma forma de reconhecimento tácito de que o sucesso e o lucro devem ser partilhados com os mais necessitados, ajudando a equilibrar uma sociedade que é tão desigual. Orgulho-me de cada projeto que desenvolvi nesta área e acreditem que já são muitos, mas mais importante do que tudo são os sorrisos e abraços que ganhei, os amigos que fiz pelo caminho e saber que com pequenas ações de Responsabilidade Social podemos ajudar a mudar o mundo e dar a conhecer que trabalhamos em empresas que se preocupam também com as pessoas e não apenas com lucros. Hoje sou imune a tal “passividade crónica”, sou inconformada com as desigualdades sociais e em cada projeto novo que desenvolvo nesta área sinto que cada vez mais as empresas estão a ficar mais atentas a este tema, mas ainda há um longo caminho a percorrer. A minha entrega, o gosto de contribuir para uma causa social dão um sentido diferente à minha vida, pois hoje além de mulher, mãe e profissional sou construtora de sorrisos, pois nem que seja por um momento, ou melhor, naquele momento, fiz a diferença na vida de alguém...

I have always wondered why Social Responsibility is not a fundamental and basic principle inherent to any Company, but rather a discretionary area, whose existence or not, depends on the vision and perspective of who is at the top of the company hierarchy and dictates the rules.



bio

ANA PORTUGAL
Responsável pelos Projetos de Responsabilidade Social da GrandVision Portugal

Today we live in a global world, where it is impossible to pretend that we do not see and that we do not know certain realities, but almost simultaneously with this globalization, arose a new disease that I call “chronic passivity.” This is a viral disease, or if you will, even an epidemic that affects a large part of the population living in the Western world.

Let us not have the false illusion that Companies are abstract entities, since these are managed by people and the success of a company is the result of the work developed by its employees duly guided by a leader who, by the way, is also a person.

The awareness of reality referred above, the ability to look beyond profitability makes companies more human, closer to their employees and society in general, and at the same time elevates the concept that citizens have of it to a higher level than responding to social causes, providing welfare, helping to reduce social inequalities and getting closer to local populations, becoming more dignified to easily have more motivated employees and more attentive consumers who respect and are interested in this type of positioning. More than having customers, it's having customers fans!

Corporate Social Responsibility is a must have and must be born as a natural project that accompanies the growth and success of companies. It is a form of tacit recognition that success and profit must be shared with those most needed help to balance a society that is so unequal.

I am proud of each project that I developed in this area (and believe me they are already many). But the most important of all are the smiles and hugs that I received, the friends I did on the way and to know that with this CSR small actions we can help on changing the world and to let know others that we work in companies that care about the people and not only profit.

Today I am immune of this “chronical disease”, I am unable to accept the social inequalities and in each new project I feel that companies are more and more aware of this reality, but we still have a long way to run.

My personal engagement, my pleasure to contribute to a social cause gives a new sense to my life. Today besides woman, mother and professional I am also a smile “constructor”, because for at least one moment I made a difference in someone's life...