



## Vagas

Empregos

Estágios

## Informe-se

### Editorias

Administração e Negócios

**Carreira e RH**

Cotidiano

Economia e Finanças

Marketing

Notícias Acadêmicas

Oportunidades

Tecnologia

Entretenimento

+ Ver todas

### + Informe-se

Entrevistas

Artigos

Produção acadêmica

Eventos

## O Portal

Apresentação

Anuncie

Contato

Início

Informe-se

Carreira e RH

09 de outubro de 2011, às 16h23min

## Executivos preferem companhias socialmente responsáveis, diz pesquisa

Estudo da **Michael Page** aponta que 86,4% dos profissionais avaliam as ações de uma empresa antes de aceitar um novo emprego

Infomoney

Tamanho do texto:



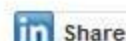
2



Curtir



+1 0



Share



 Compartilhar

 Imprimir

Os executivos brasileiros estão cada vez mais preocupados com a Responsabilidade Social praticada pelas empresas. Prova disso é que 86,4% deles somente aceitariam uma proposta de emprego caso a organização em questão apresentasse ações sociais.

A conclusão é de pesquisa da **Michael Page**, que entrevistou mais de 2 mil profissionais de países do Cone Sul, incluindo o Brasil e a Argentina.

De acordo com o diretor de marketing da empresa, Sergio Sabino, tal cenário foi ocasionado pela atuação das novas gerações, que se responsabilizaram pela implantação do conceito de sustentabilidade e responsabilidade social nas empresas - fato que conquistou os mais experientes. "A pesquisa apresentou um perfil de respondentes mais velhos, o que demonstrou um comprometimento crescente das

gerações mais antigas com tais conceitos", explicou.

Para se ter uma ideia, cerca de 40% dos avaliados tinham mais de 40 anos.

### Participação inferior

Outro dado apontado pelo levantamento diz respeito à participação dos profissionais nos projetos socialmente responsáveis: apesar da maioria dos brasileiros valorizarem as ações de responsabilidade social praticadas pelas empresas, o número de colaboradores engajados nos projetos é menor.

Segundo o estudo, enquanto 77,6% dos argentinos afirmaram que participam ou já participaram de alguma ação na empresa, os brasileiros que se dizem engajados ficam em 58,2%.

Na opinião de Sabino, tais diferenças têm explicação e podem ser ocasionadas por falhas na comunicação. "Em muitos casos a comunicação interna não é eficiente. Isso faz com que as



**Novo:  
R\$20.000**

pessoas não se sintam à vontade para participar das ações”, afirma.

Nos países avaliados pela pesquisa, as campanhas sociais são as que mais se destacaram, sendo seguidas apenas pelas de reciclagem e preservação do Meio Ambiente.

Siga os posts do Administradores no Twitter: [@admnews](https://twitter.com/admnews).