

## **Responsabilidade social diária do empresário**

*Jacques Rigler*

Ser empresário envolve muito mais do que gerenciar um negócio, fazê-lo dar lucro e sustentar sua família e outras famílias com essa atividade. Ser empresário é também ser um cidadão em condições de contribuir para reduzir as desigualdades sociais, colaborar com ações sociais e fazer da responsabilidade social mais do que uma política de gestão. É ter ações permanentes que beneficiem a comunidade. É ser um líder.

Sempre encarei minha atividade assim. Primeiro, durante 15 anos como franqueado de uma rede internacional de fast-food em Curitiba, implantamos ações que foram reconhecidas inclusive internacionalmente. A separação do lixo reciclável nas lojas, com campanhas de incentivo para clientes, foi um sucesso. Também adotamos o princípio de ter sempre pelo menos um funcionário com necessidades especiais em cada loja, isso quando ninguém discutia essa questão e nem se sonhava com leis de inclusão social. Um desses funcionários continua comigo até hoje, são mais de dez anos de serviço competente e que ensina muito sobre superação a todos que convivem com ele.

Seja nas franquias anteriores, seja agora no Bob's, nunca ficamos de fora de uma campanha social em nossa cidade. Ações junto com a Associação Pró-Renal, para prevenção de doenças renais, com o Hospital Erasto Gaertner, especializado no tratamento de câncer, campanhas de agasalho (que numa cidade fria como Curitiba são realmente uma necessidade).

Há mais formas de ajudar do que se supõe. Basta estar antenado com as necessidades das instituições. O que para você não serve, pode ser muito útil. Neste ano, doamos todos os banners de propagandas realizadas pela marca na cidade no ano passado para a Associação Paranaense de Apoio à Criança com Neoplasia (APACN). Com o material, estão sendo confeccionados produtos ecológicos, como sacolas, necessaires e estojos de maquiagem e higiene. A renda da comercialização dos produtos é totalmente revertida para a sustentabilidade da casa e para o atendimento a crianças e adolescentes carentes em tratamento de câncer de todo o Brasil. Remédios, alimentação e estada são alguns dos recursos facilitados por meio da doação.

Quando, no fim de 2008, o Estado de Santa Catarina foi assolado pelas enchentes, logo vimos que não poderíamos passar ao largo dessa tragédia. Os funcionários se mobilizaram e passamos a recolher doações nas lojas. Em contatos com colegas empresários, conseguimos dois caminhões para levar os donativos para as cidades atingidas. O espaço nos veículos não foi suficiente para tudo o que arrecadamos e sobrou muito material que encaminhamos para a Defesa Civil de Curitiba.

Essas foram algumas das formas que encontramos de estar atentos ao nosso entorno e retribuir, de alguma forma, à sociedade tudo o que recebemos. Agir com responsabilidade social é possível em qualquer empreendimento, seja ele grande, médio ou pequeno. Não existem limites para essas ações, sempre há o que ser feito.

Quando o empresário adota em seu dia a dia, em seu planejamento estratégico, ações de parceria com a sociedade, o reconhecimento não tarda. Em 2003, fomos finalistas no 1 Prêmio Fundação Getulio Vargas-EAESP de Responsabilidade Social no Varejo, realizado em São Paulo. Concorremos na categoria empresas de médio porte, e nossa empresa foi a única selecionada do Paraná. Mas é preciso saber que a responsabilidade social não deve ser encarada como uma estratégia de vendas, deve estar inserida na cultura da empresa, estar na mente de cada funcionário.

É lógico que nossas ações não mudam o mundo. Mas sei que eu, minha equipe e minha família estamos fazendo nosso melhor. Isso é suficiente para acreditarmos que o futuro pode realmente trazer um mundo de relacionamentos humanos mais calorosos e justos, de preservação permanente dos recursos naturais, de inclusão social, independentemente da necessidade de leis. Tenho dois netos lindos e que me dão muita alegria. Penso no mundo que

quero que eles encontrem quando crescerem. E quero dar o exemplo de que a mudança começa em cada um, diariamente e sempre.

**Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 12 maio 2009, Primeiro Caderno, p. A3.**

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais