

Càpsula de coneixement

RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA

Context

La Responsabilitat Social de l'Empresa sorgeix principalment per la confluència de dos processos: un procés de conscienciació i compromís amb la resolució dels problemes que afecten la societat i una creixent repercussió de les actuacions de les empreses en el conjunt del teixit social. Per aquesta raó, la societat considera que els diversos agents que hi actuen s'han de comprometre en la gestió i resolució dels problemes que l'afecten i se'ls demana no només un plantejament en termes econòmics, sinó també un seguit de responsabilitats socials i mediambientals.

La Responsabilitat Social Corporativa

Què és la Responsabilitat Social Corporativa? La Responsabilitat Social de les Organitzacions és la integració voluntària per part de les empreses de les preocupacions socials i mediambientals i la garantia dels drets humans en les seves operacions comercials i en les relacions amb els seus agents i persones interlocutores (*stakeholders*).

La Responsabilitat Social de l'Empresa tracta de jugar i conciliar el creixement i la competitivitat econòmica de l'entitat amb l'adquisició d'un compromís envers el desenvolupament social i mediambiental, de manera que les actuacions de l'empresa s'alineïn amb la sostenibilitat del seu entorn més immediat.

A qui afecta la implementació de polítiques socialment responsables? La formalització de polítiques de responsabilitat social implica i beneficia els *stakeholders* de l'organització, és a dir, el conjunt de persones i agents que integren l'empresa i hi interactuen: les persones treballadores, els/les consumidors/es o públic destinatari de les actuacions de l'empresa, les organitzacions competidores en el mercat, així com les administracions públiques i els agents socials amb competències en el territori d'influència de l'empresa.

Quin tipus de polítiques socialment responsables s'implementen? Les empreses responsables amb les persones treballadores que la integren es comprometen en el seu desenvolupament professional, fomenten la seva participació, garanteixen la igualtat d'oportunitats i assumeixen la seguretat i salut en el lloc de treball.

A més del respecte pels drets constitucionals, contractuals i col·lectius de les persones treballadores, la gestió responsable dels recursos humans implica el compromís amb la promoció de la no discriminació per raó de gènere o raça entre d'altres, així com la conciliació entre la vida professional i la vida personal i familiar.

Facilitar a les persones que integren l'organització la seva formació contínua és una política responsable, en la mesura que promou el desenvolupament professional de la persona treballadora.

La responsabilitat envers el col·lectiu de clients i consumidors exigeix a l'empresa oferir la màxima qualitat, la màxima seguretat i una informació veraç i completa.

Els principis de qualitat del servei o producte, la protecció de públics vulnerables i el diàleg obert amb els/les clients individuals són els eixos de la responsabilitat empresarial envers els/les consumidors/es.

Forma part de la gestió responsable de l'empresa el respecte dels codis i declaracions sectorials entorn l'ètica de la publicitat i el màrqueting.

Les relacions amb les administracions públiques i la competència dels mercats també són objecte de les estratègies de Responsabilitat Social.

La Responsabilitat Social de l'Empresa implica una relació de confiança i cooperació envers les administracions públiques i una actitud positiva en el compliment de la normativa.

La competència lleial i la transparència contractual són principis bàsics del dret mercantil i de l'ètica comercial.

La gestió responsable de l'empresa també afecta els seus proveïdors. El compromís de l'empresa envers les organitzacions proveïdores va més enllà de la bona fe contractual.

El compromís amb els proveïdors és un compromís amb l'estabilitat de l'ocupació i amb la continuïtat dels petits negocis la sostenibilitat dels quals pot dependre de les relacions comercials que estableixi l'empresa.

Per tant, l'empresa socialment responsable adquireix un compromís envers el seu entorn social més immediat.

Les empreses, com a agents que intervenen en la sostenibilitat del territori, poden prioritzar la contractació de persones que habiten en el context geogràfic i social pròxim.

El respecte pel mediambient és també objecte de responsabilitat per part de les empreses responsables.

Les empreses socialment responsables apliquen models de creixement econòmic que siguin ecològicament sostenibles. Investiguen i apliquen models eficients de producció respectuosos amb el medi ambient i apliquen les mesures correctores pertinents per evitar o minimitzar l'impacte de la seva activitat i dels seus productes.

Quan està preparada una empresa per a la implementació d'una estratègia de Responsabilitat Social? La posada en marxa i gestió d'una estratègia de responsabilitat social és una decisió de la direcció de l'empresa. La conscienciació per part de l'equip directiu respecte de la conveniència d'implementar polítiques de compromís social i mediambiental és requisit indispensable per a l'èxit d'aquest tipus d'estratègia.

A més, l'empresa que decideixi implementar un pla de Responsabilitat Social Corporativa ha de tenir una cultura pròpia que hagi desenvolupat uns valors corporatius acordes als principis que regeixen la responsabilitat social de les empreses. Només si els objectius, l'estratègia i els valors de l'empresa són acordes, es crearan actituds de foment i promoció de la gestió responsable.

Quins beneficis es deriven de la gestió responsable de les empreses? La implementació d'un pla de Responsabilitat Social constitueix per a l'empresa un avantatge competitiu i un factor estratègic d'èxit empresarial que té el seu reflex de manera interna i externa en l'organització.

- ✓ D'entre els avantatges de caire intern destaquen:
 - La identificació dels recursos humans amb l'estratègia de l'empresa.
 - La fidelització dels recursos humans.
 - La millora de la comunicació interna.
 - Un millor clima laboral.
 - El foment de la cultura i els valors corporatius.

- ✓ I d'entre els avantatges externs:
 - La fidelització dels clients.
 - La comunicació fluida amb els *stakeholders* externs a l'empresa.
 - La millora de la imatge i la credibilitat de l'empresa.
 - El foment de la sostenibilitat (econòmica i mediambiental) del territori.

Conclusions

- La Responsabilitat Social Corporativa mira d'alinejar els objectius econòmics i comercials de les empreses amb la sostenibilitat econòmica, social i mediambiental del seu entorn.
- La gestió responsable de les empreses implica i afecta: als recursos humans de l'empresa, als seus proveïdors i clients, als agents del territori, al seu entorn social i al medi ambient.
- La implementació d'un pla de Responsabilitat Social suposa un avantatge competitiu per a l'empresa, a la vegada que beneficia el conjunt de *stakeholders* de la companyia.

Conceptes Clau

Responsabilitat Social Corporativa: (Responsabilitat Social de l'Empresa o de les Organitzacions). Compromís que adquireix de manera voluntària una empresa envers l'entorn i la societat en què desenvolupa la seva activitat.

Cultura corporativa: Conjunt de valors, normes, costums, patrons de comportament o creences que guien les actuacions d'una organització i que han de ser assumits i compartits pels seus membres.

Stakeholders: Conjunt de col·lectius que es veuen afectats per les actuacions d'una empresa: els recursos humans, el col·lectiu de clients i consumidors/es, les organitzacions proveïdores, les administracions locals i l'entorn social més immediat.

Acció social: Iniciativa per la qual una empresa col·labora amb uns objectius de caràcter social. L'acció social es diferencia de la Responsabilitat Social en què si bé la primera persegueix un objectiu social aliè a l'empresa, la segona tracta d'alinejar els objectius de la companyia amb els objectius del territori en el qual desenvolupa la seva activitat. En tot cas, l'acció social pot ser una línia d'acció del pla de Responsabilitat Social Corporativa.

Banca ètica: (Finançament ètic o Inversió socialment responsable). Inversió que combina objectius ètics i financers. Finançament d'activitats amb un impacte social positiu.

Bibliografia

Camacho, Ildelfonso; Fernández, José L.; Miralles, Josep (2002) *Ética de la Empresa*. Bilbao: Desclée De Brouwer, SA.

Costa, Jordi (2004) *Más allá del vil salario*. Barcelona: Granica.

Perdiguero, Tomás G. (2003) *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*. Barcelona: Anagrama.

Webgrafia

Forética. Gestión de la Responsabilidad Social de las Organizaciones:

<http://www.foretica.es/>

Fundación Empresa y Sociedad:

<http://www.empresaysociedad.org/feys/es>

MediaResponsable

<http://www.empresaresponsable.com/>

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa:

<http://www.observatoriorsc.org/>

Webgrafia a Capital humà

Et proposem unes rutes a seguir dins del web de Capital humà, que et servirán per ampliar la informació sobre la responsabilitat social corporativa:

[Mercat > Noves cultures del treball > TIC i eines 2.0](#)

[Mercat > Noves cultures del treball > Models organitzatius / Gestió empresarial](#)

Utilitza el **CERCADOR** de la Intranet de Porta22 per obtenir una selecció molt complerta de recursos: llibres, articles i enllaços d'interès. Es molt senzill: només cal que obris el menú CERCAR, escriguis una paraula clau i premis el botó cercar.

Cofinançat per:

