

ESPAI D'OPINIONS **Nº18** **Abril 2011**

Maria Duran i Febrer

**Directora General de
Responsabilitat Social
Corporativa**



LA RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA: UNA EINA DE COHESIÓ TERRITORIAL I SOCIAL

Després del II Congrés Nacional de Responsabilitat Social de les empreses turístiques ha quedat palès com es possible aconseguir la sostenibilitat a través de la responsabilitat social.

Mentre la sostenibilitat és un objectiu, la RSC o RSE és un instrument per arribar-hi, una forma de gestionar de les empreses que implica un procés de participació dels grups d'interès, també coneguts com stakeholders, i és el caire voluntari juntament amb el diàleg amb els grups d'interès el que singularitza la responsabilitat social front als sistemes de qualitat o mesures de filantropia empresarial.

La responsabilitat social de les organitzacions (empreses i institucions públiques) sorgeix només quan s'ha complert amb les obligacions legals. Cap empresa ni cap entitat pública pot dir què és socialment responsable si incompleix l'ordenament jurídic. La voluntarietat de la responsabilitat social arriba fins al compromís que assumeix l'empresariat, l'empresari o empresària que decideix ser o no socialment responsable. En cas d'optar per ser-ho ha de fer públic al seus grups d'interès, d'una banda, els seus compromisos concrets, quines accions internes, mediambientals i social vol desenvolupar, els indicadors per poder avaluar la dimensió interna, respecte dels treballadors i treballadores, i d'altra banda, la dimensió externa, des d'una perspectiva d'autenticitat de les mesures concretes que es desenvolupin.

Ha de ser efectivament verificable. Aquesta condició és la que permet discernir la responsabilitat social de simples mesures de marketing que només tenen la finalitat d'incidir en la reputació de l'empresa.

Les entitats públiques, siguin administracions o empreses, també han de diferenciar entre les accions que han de desenvolupar per a la funció pública que assoleixen, d'aquelles de responsabilitat social, que són voluntàries. Les administracions públiques venen obligades per llei, i segons les competències

específiques de cadascuna d'elles, a desenvolupar una sèrie d'accions mediambientals o socials, i no cal confondre aquestes accions amb responsabilitat social; en cas contrari, deixaria de ser un referent per les empreses privades.

La responsabilitat social té uns grups d'interès que són comuns a totes les empreses i entitats públiques: - els comitès d'empreses, delegats i delegades de personal i sindicats que representen a les persones treballadores. - Els accionistes, que tenen interès el poder de decidir l'activitat a què estaran destinats els seus doblers. - Les organitzacions de persones consumidores i usuàries que representen la clientela. - I els proveïdors de la pròpia empresa o entitat pública. A mes a mes hi ha grups d'interès específics i relacionats amb l'activitat de l'empresa. Cal fer menció a les associacions de preservació del territori, paisatge i mediambient, o les associacions que tenen cura de persones amb capacitats diferents o en risc d'exclusió social.

El diàleg de la direcció de l'empresa amb el grups d'interès no pot ser esporàdic ni tenir un caire extraordinari. D'aquest diàleg permanent es deriva en primer lloc la legitimitat de les accions de responsabilitat social que realitza i que són verificades pels grups d'interès, i en segon terme, un major ancoratge de l'empresa en l'entorn soci-comunitari on està establerta.

Les experiències de responsabilitat social, presentades en el Segon Congrés, permeté constatar com l'RSE ajuda a la cohesió social: Per exemple quan un hotel es gestionat en la seva major part per persones amb capacitats diferents; o quan una empresa adreçada als esports de natura compaginen la realització dels esports amb la divulgació dels espais naturals protegits i la forma de tenir cura del medi ambient; o com un pla d'igualtat d'una mitjana empresa millora el clima laboral; o com es pot desenvolupar un voluntariat corporatiu on estiguin implicats els treballadors i treballadores; o com una solució energètica d'un petit hotel suposa una reducció quantitativa d'emissions de CO2 a l'atmosfera; o la capacitat de ser solidari de les persones consumidores, depositant els estalvis en una entitat gestionada per principis d'ètica i transparència...

La responsabilitat social és un repte, i els sindicats, les organitzacions de persones consumidores i usuàries i els mitjans de comunicació, contribueixen a que les empreses que veritablement són socialment responsables tinguin la consideració de ciutadania empresarial.