



School of International Business

**PERQUÈ LES ORGANITZACIONS
AMB UNA RESPONSABILITAT
SOCIAL CONVENÇUDA SON
MILLORS ORGANITZACIONS
QUE LES ALTRES?**

XAVIER CARBONELL

Professor, coordinador acadèmic i
director de la Càtedra Mango de
Responsabilitat Social Corporativa
a ESCI-UPF

PERQUÈ LES ORGANITZACIONS AMB UNA RESPONSABILITAT SOCIAL CONVENÇUDA SON MILLORS ORGANITZACIONS QUE LES ALTRES?

Xavier Carbonell

Professor, coordinador acadèmic i director de la Càtedra Mango de Responsabilitat Social
Corporativa a ESCI-UPF

Polítiques convençudes

Podem considerar que una organització és socialment responsable quan disposa d'una política i estratègia efectiva, transversal i convençuda i que abraça tots els àmbits i gestió de l'organització, tant interns com externs. Es a dir, quan forma part de la seva pròpia filosofia i es assumida realment per tots els seus membres, cobrint les expectatives dels seus grups d'interès i actuant amb coherència i raonabilitat en tots aquests aspectes, fet que portarà a la legitimació davant tothom d'aquestes actuacions.

Més habilitats i millors decisions

En aquest sentit, una organització amb una política i accions adequades de responsabilitat social és una millor entitat per diferents motius. Tal com ja fèiem un breu esment en l'article anterior, la primera raó és que estarà millor gestionada, ja que els seus col·laboradors i responsables tindran una més àmplia i millor visió de les diferents situacions i escenaris i incorporaran més habilitats i, així, es podrà donar resposta als diferents plantejaments no només des d'un punt de vista econòmic o de compte de resultats i, en conseqüència, es prendran millors decisions.

Major competitivitat i reputació

D'altra banda, internament, l'organització identificarà i cobrirà millor les expectatives i les necessitats dels seus treballadors i d'altres grups d'interès, fet que contribuirà a una comunicació i una actitud millor i més positiva envers l'entitat. És a dir, es veurà l'organització més propera i es tindrà més complicitat i compromís i, en conseqüència, serà molt més competitiva. De la mateixa manera, el fet d'establir unes relacions adequades amb els grups d'interès externs a l'organització portarà a una millor reputació, imatge i protecció de la marca.

Efectes oposats

Cal tenir en compte que si l'enfocament de tots aquest aspectes de cara als grups d'interès no es l'adequat, tindrà l'efecte contrari al que estem comentant. Aquesta

situació ens podrà portar, d'una banda, a la conseqüent falta de competitivitat (desmotivació, rotacions, absentisme, pèrdua de talent, etc.) i, d'una altra, a assumir un risc elevat de possibles conflictes i pèrdua de reputació i, en el pitjor dels casos, entrant en la possibilitat d'escàndols que poden afectar també a la continuïtat de l'organització. Tal com diem, tot això repercutirà, en conseqüència, en positiu o negatiu als resultats de l'organització tant a curt com a llarg termini.

Identificació i gestió de riscos

D'altra banda, s'identificaran i es cobriran millor els possibles riscos de negoci evitant situacions no desitjades. Totes aquestes polítiques faran que, gestionant-los adequadament, els riscos baixin i que alhora disposem d'una correcta informació i traçabilitat de les principals activitats a gestionar. Val a dir que, pel fet de tenir una adequada gestió en aquest sentit no garantirem eliminar les incidències, però sí que les podrem identificar i donar-lis resposta ràpidament, ja que tindrem els mecanismes i les actituds i aptituds per dur-ho a terme.

Millor adaptació a les noves regulacions i regulacions i accés al finançament

Així mateix, el fet de disposar d'aquest plantejament en responsabilitat social farà també que totes les noves regulacions, tant les que ja hi han com les que aniran sorgint, siguin molts més fàcils d'aplicar ja que l'organització està actuant i fent accions correctes en aquesta línia i ho té incorporat en el seu dia a dia, evitant també la possibilitat futura de dificultats i possibles sancions per part d'administracions i reguladors. També facilitarà l'accés a les noves línies de finançament (fons *Next Generation*, etc.), així com l'accés i participació, en funció de les característiques de l'organització, en possibles fons i índexs de referència.

No podem mesurar en termes de rendibilitat

La responsabilitat social no es pot mesurar en termes de rendibilitat ja que és un compromís davant d'un mateix i la societat. No obstant, unes polítiques adequades en aquest sentit sempre aniran associades, tal com hem esmentat, a una millor competitivitat i imatge davant la societat, cosa que es concretarà, de ben segur, en un benefici més gran per a les organitzacions. És difícil, per no dir impossible mesurar aquest efecte, però el retorn positiu d'aquestes polítiques és clar i es traduirà en els diferents àmbits I, en conseqüència, també en l'econòmic.