

QUINS SÓN ELS FACTORS DE CANVI QUE S'HAN, I S'ESTAN PRODUÏNT, PER TAL D'ADOPTAR ACTITUTS SOCIALMENT RESPONSABLES PER PART DE LES DIFERENTS ORGANITZACIONS?

Xavier Carbonell

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

Ens trobem, actualment, en un moment de canvi en el paper de les empreses i organitzacions en la societat i en el seu entorn, que s'està produint per molts factors. Tot i que moltes empreses i organitzacions ja han enfocat les seves polítiques i estratègies envers activitats cada vegada més sostenibles, encara queden moltes accions per dur a terme. Fent una mirada a aquests aspectes, que han estat i estan catalitzant aquest canvi i, entenent que no afecta a tothom per igual (mida, sector, conscienciació, etc.) i fent també un esforç important de concreció, si que s'identifiquen clarament alguns dels esmentats factors de canvi que intentaren mostrar seguidament a través d'aquesta reflexió.

PÈRDUA DE CONFIANÇA

Un dels aspectes que ja fa unes dècades, concretament a finals dels 90 i principis dels 2.000, van suposar un inici en aquest canvi de rumb va ser la pèrdua de confiança cap el món empresarial i financer que es va derivar dels diferents escàndols que es van produir durant aquest període. Aquesta situació, va suposar una reacció, per part de la societat, en vers d'una major exigència de bon govern i transparència en les diferents entitats, especialment adreçada cap a les empreses i organitzacions que en van sortir afectades. No cal oblidar situacions com les d'ENRON i Arthur Andersen, Lehman Brothers, Parmalat, Marionnaud, Bankia, etc. que segur tothom encara te present.

CREIXENT MOBILITZACIÓ I PRESIÓ DE LA SOCIETAT

Cal tenir també molt en compte que cada cop anem evolucionant com a societat, incorporem nous valors i exigències, estem més sensibilitzats, tenim més informació, etc. Tots aquests aspectes fan que la societat es mobilitzi, incrementi i pressioni cada cop més perquè les empreses vagin i enfoquin progressivament la seva activitat en vers actituds més sostenibles. Aquesta exigència és planteja, fonamentalment, en la presa de decisions equilibrades entre els diferents aspectes econòmics, socials i mediambientals dins d'una organització.

MEDI AMBIENT

D'altra banda, un dels factors importants de canvi ha estat la preocupació cada cop més gran sobre el deteriorament mediambiental provocat per l'activitat econòmica. Aquest fet s'ha produït sobre tot, com tothom coneix, per una economia fonamentada en combustibles fòssils emissora de gasos d'efecte hivernacle i contaminació de tots tipus. Aquest model, que te caducitat, s'ha basat també en empreses que extrauen de la terra recursos limitats per la fabricació dels seus components, sense reutilitzar-los, i que emeten i generen residus d'una forma sistemàtica. D'altra banda, aquesta situació s'ha vist agreujada pel fet de que estem en un marc polític de visió a curt termini, amb la vista posada no més enllà de quatre anys i sense un lideratge clar a nivell mundial. Tot just ara comencen algunes d'aquestes polítiques, ja en una situació d'emergència climàtica, per part d'algunes zones i països com pot ser a la Unió Europea.

CONSUMIDORS

Tanmateix, també cal tenir en compte la demanda creixent per part dels consumidors d'actituds més responsables en vers la sostenibilitat de les empreses, produïda per una major informació i, també, mitjançant campanyes i educació. Fet que està portant a que les decisions de consum (quan hi han alternatives efectives) de molts consumidors es dirigeixin cap a productes i serveis que responen més als seus efectius valors i expectatives.

TRANSPARÈNCIA

Indubtablement també s'ha produït un fet important, que ha anat creixent des de la implantació d'internet i les noves tecnologies d'informació i comunicació, que és la transparència i major informació de les activitats empresarials propiciada per aquestes eines i que actualment arriba a tothom (xarxes, etc.). Aquest fet fa que, davant de qualsevol situació que es produeixi en una organització, en segons corri per les xarxes tant des de dins com de fora de la mateixa organització, encara que aquesta informació es presenti de forma parcial, inexacte o influenciada.

MARCS DE REFERÈNCIA

D'altra banda, hem de tenir també en compte totes les iniciatives, així com els diversos intents de regularització i els diferents marcs de referència, en responsabilitat social a nivell mundial. En són exemples: el llibre verd de l'Unió Europea en responsabilitat

social empresarial que va ser el punt de partida de totes les polítiques europees posteriors en aquests àmbits, les directrius de l'OCDE per empreses multinacionals, *Global Compact* de Nacions Unides, *Caux Round Table*, *Bcorp*, *CSR Europe*, etc.

LA MARCA I EL PRESTIGI EMPRESARIAL

Cal analitzar els riscos de cara a establir les mesures necessàries per tal d'assegurar que l'activitat es l'adequada en tot moment i que, també, no es produeixen fets que poden posar en dubte la credibilitat de marca o de l'empresa i que pugin afectar a la imatge i al prestigi empresarial. D'altra banda, aquest anàlisi dels riscos i posta en marxa d'una política efectiva en matèria de responsabilitat social contribueix també a ser una millor organització i un element de diferenciació davant altres organitzacions i, perquè no, també d'avantatge competitiu.

ACTITUTS DELS LIDERS DELS SECTORS

Un altre dels factors que també ha suposat ser un catalitzador d'aquest canvis, ha estat l'actitud d'algunes marques líders que ho han (i estant) treballant-t'ho bé en el seus respectius sectors. Aquest fet ha produït que bona part del referit sector s'hagi vist empenyat a realitzar un enfocament similar, tibant de tota la resta d'empreses en aquests àmbits. Aquest fet a comportat una acceleració d'aquestes polítiques en d'altres empreses que haguessin tardat més en incorporar-les. No es pot sortir malament a la fotografia del sector i de la competència.

ACCÉS AL FINANÇAMENT

Cada cop més veurem que es va acotant l'accés al finançament i, per tal d'aconseguir-lo, a tenir i a demostrar unes actuacions efectivament sostenibles en l'activitat de les empreses. En aquesta línia anirà sobre tot la política de la Unió Europea (Fons *Next Generation*, subvencions, etc.). D'altra banda, la taxonomia europea (actualment implantant-se la mediambiental i en un futur la social) farà que els productes i serveis oferts per les empreses i el sector financer identifiquin correctament aquelles activitats netes pels inversors i, en conseqüència, puguin escollir adequadament en aquest sentit.

Tot això va lligat també amb aquesta visió actual, denominada ESG, per part dels inversors per tal d'identificar les empreses més sostenibles.

NOVES REGULACIONS

Un dels elements fonamentals que ha implicat canvis efectius i que s'han anat consolidant durant aquests darrers anys, i que tindrà també un impacte molt significatiu en el futur, són totes les noves regulacions impulsades per la Unió Europea i ja conegudes de tothom. Recordem que vam partir de la directiva 2014/95/UE del Parlament Europeu en relació a la divulgació d'informació no financera i informació

sobre diversitat i que, recentment, també s'ha publicat la directiva 2022/2464/UE que modifica reglaments i directives anteriors que fan referència a la presentació d'informació sobre sostenibilitat per part de les empreses. D'altra banda, ja disposem de la nova proposta de directiva sobre diligència deguda de les empreses en matèria de drets humans i medi ambient en cadenes de producció i canals de distribució, la nova taxonomia europea (ja esmentada anteriorment) que dona i donarà informació per a facilitar la canalització dels fluxos financers privats cap a activitats econòmiques sostenibles, etc.

L'EMPRESARIAT

Finalment, a banda dels diferents aspectes que hem comentat anteriorment, cal tenir en compte que un dels principals factors de canvi en tot aquest enfocament cap a la sostenibilitat ve donat per la pròpia conscienciació, actitud i valors de la gran majoria de l'empresariat que creuen, tenen interioritzats i han actuat sempre i actuen amb aquests criteris més adequats per la societat i l'entorn que l'envolta. Aquest nou paradigma i compromís l'estem també veient en iniciatives tals com Blab-Bcorp que promou un compromís ferm en vers que, en l'activitat de les empreses, s'inclouï un compromís d'actuar en els tres àmbits de la sostenibilitat (econòmic, social i mediambiental) i que també, recentment, hem vist recollit en la legislació aquest enfocament a través de la llei de societats de benefici i interès comú (SBIC) que facilitarà la promoció i implantació d'aquesta figura d'empresa.

CONCLUSIÓ

Tot i que, òbviament, hi han també d'altres factors que estan facilitant aquest enfocament cap a la sostenibilitat, hem volgut posar de manifest tant els principals factors d'aquest canvi de paradigma com la necessitat de dur-ho a terme en les diferents empreses i organitzacions, si volem avançar cap a un model econòmic més equilibrat i sostenible. En aquest sentit, segurament, un dels passos importants seria que els incentius dels diferents col·laboradors de les companyies vagin enfocats, en part, també a l'assoliment de d'aquests objectius de sostenibilitat en conjunt i no només a aspectes de caràcter econòmic.



D'aquesta manera anirem cada cop més transformant i creant noves companyies socialment més responsables i amb una visió a llarg termini amb la contribució i suma d'esforços de cadascun de nosaltres. Cal tenir en compte també que es una gran oportunitat de diferenciació per part de les organitzacions i, en especial, per part de les empreses familiars que sempre han tingut molt en compte tots aquest aspectes i els seus grups d'interès en les seves actuacions.