



# Responsabilitat Social Corporativa



**La Responsabilitat Social Corporativa (RSC)**, també denominada (RSE), és un terme que fa referència al conjunt d'obligacions i compromisos, legals i ètics, tant nacionals com a internacionals, que es deriven dels impactes que l'activitat de les organitzacions produeixen en l'àmbit social, laboral, mediambiental i dels drets humans.

A l'actualitat, la RSC s'ha consolidat com una **estratègia de gestió** que aporta beneficis a les empreses i a les comunitats que les apliquen.

Una bona política i gestió responsable es tradueix en un:

- Reforç de la comunicació i la credibilitat, que acaba implicant un major volum de vendes.
- Augment de la cultura de consciència social.
- Augment de la fidelitat a la marca i el compromís.
- Augment de la motivació dels empleats.
- Retenció dels millors professionals

Amb l'objectiu de crear un model universal de Memòries de Sostenibilitat, es va iniciar en el 1997 el Global Reporting Initiative (GRI) que va obtenir com resultat la "Guia per a l'Elaboració de Memòries de Sostenibilitat". Aquesta metodologia estandaritza la informació de l'estat de de les variables econòmiques, socials i ambientals d'una organització.

La Cambra realitza un estudi i elabora memòries GRI de nivell C per llavors ser enviades a GRI i obtenir la distinció que acrediti complir amb els canons marcats per aquest organisme.

Més enllà de l'obtenir el distintiu GRI que reforça la marca de la empresa, l'elaboració de la memòria també implica una sèrie de canvis estructurals i de funcionament a la empresa que aporta més beneficis com ara:

- Detectar punts forts i punts febles, risc i oportunitats
- Desenvolupa una visió i estratègia de l'empresa
- Millora els sistemes de gestió
- Es atractiu pel personal i els motiva
- Relaciona entre si, els diferents departaments i promou la innovació.
- Es una font d'avantatge competitiva que converteix l'empresa en líder del mercat.

L'empresa que decideixi emprendre aquesta acció ha de ser conscient que serà un pas més que únicament desenvolupar una eina de marketing sinó que necessitarà el compromís del personal que tirar endavant un nou sistema d'organització i funcionament de l'empresa.

