



## Èxit de la 3<sup>a</sup> Setmana de la Responsabilitat Social a Catalunya

L'esdeveniment ha crescut en participació i repercussió mediàtica

La 3<sup>a</sup> edició de la Setmana de la Responsabilitat Social a Catalunya, del 27 a 30 de Juny 2012, organitzada per Ingenieria Social i l'Associació +Responsables, ha tancat les seves portes amb la satisfacció de la feina ben feta i amb uns números que demostren que aquest esdeveniment s'ha consolidat ja a Catalunya com el millor aparador per la promoció i la difusió de la responsabilitat social empresarial.

Un cop més, la participació de la ciutadania i de tots els agents socials que intervenen en l'RSE (empreses, entitats, institucions, pimes, associacions...) i el suport de la Generalitat de Catalunya, la Diputació de Barcelona i la Fundació "la Caixa" han fet realitat que per tercer any consecutiu la responsabilitat social hagi acaparat el protagonisme durant quatre intensos dies de promoció i conscienciació general envers l'RSE que han inclòs fins a 48 activitats diferents.

La Casa Àsia de Barcelona es va quedar petita per rebre a les més de 250 persones que van voler participar i formar part de les activitats programades per la primera jornada d'aquesta 3<sup>a</sup> Setmana RSE, que va ser inaugurada dimecres 27 de juny a Barcelona, on es varen presentar diferents projectes innovadors així conferències de bones pràctiques empresarials en els àmbits socials, econòmics i empresarials. A més a més Un total de 47 pimes van aprofitar la Fira de la primera jornada de la 3<sup>a</sup> Setmana de l'RSE per exposar les seves bones pràctiques en responsabilitat social empresarial.

En les següents jornades, 25 empreses van obrir les seves portes un total de 75 places es van oferir per tenir l'oportunitat de viure l'experiència del voluntariat proposades per 9 entitats diferents.

## Reflexions sobre la primera jornada de la 3<sup>a</sup> Setmana de l'RSE a Catalunya

### *27 de Juny Una jornada plena de continguts*

#### **Presentació de Projectes Innovadors**

Durant la presentació dels diferents projectes, volem destacar l'anunci de la creació de dos nous programes. Per una banda, des de l'Obra Social de la Fundació "la Caixa", conjuntament amb el Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya i la participació d' Ingenieria Social, s'oferiran tallers gratuïts a les pimes catalanes per facilitar i donar eines per a la incorporació de l'RSE i facilitar la integració laboral. Per altra banda, des de l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament, es va presentar el programa de patrocini de projectes de cooperació *Cooperes?*. El programa es realitza conjuntament amb el Consell de Cambres de Catalunya, i posa a disposició de les empreses una borsa de projectes de cooperació al desenvolupament avalats per l'agència per tal de facilitar el seu patrocini.

Des de la Diputació de Barcelona, es va reforçar el missatge que l'RSE és un element de diferenciació en el mercat per a les empreses i que s'ha demostrat que contribueix a millorar el clima laboral així com la productivitat. L'RSE no és un cost sinó una eina de gestió que millora tots els àmbits funcionals de l'empresa. Des de el concepte de Territoris Socialment Responsables, s'ofereix, des de l'administració local i ajuntaments, recursos per a la sensibilització i implementació de l'RSE al teixit productiu local. La



Responsabilitat Social es reafirma com a una qüestió de tots, tant empreses, administració, entitats com ciutadania.

També es va reflexionar sobre les conclusions extretes de la Conferència de les Nacions Unides sobre Desenvolupament Sostenible (Rio+20) realitzada del 20 al 22 de juny; destacant el desbloqueig del programa per el consum i la producció sostenible, per el qual s'elaborarà un pla d'acció a 10 anys vista així com el reconeixement de la importància de la RSC de les empreses i l'encoratjament i importància de que aquestes presentin i incloguin aspectes de sostenibilitat en els seus informes.

Finalment, des de la presentació de les 9 línees d'acció per aconseguir un mon sense pobresa elaborades per l'equip de l'exposició Canvi de Rumb, es va destacar també la importància i responsabilitat política de les empreses.

### **Conferències SOC-ECO-AMB**

De la mà de les empreses que van parlar en les tres conferències SOC-ECO-AMB (social – econòmic – social) vam poder conèixer el valor, reconeixement, aplicacions, bones pràctiques i el estat actual de l'RSE del nostre teixit empresarial.

La sala era plena i els assistents opinaven que les ponències van ser molt constructives i que les experiències de les empreses els van ajudar a comprendre la importància i el valor de l'RSE.

#### **Conclusions generals**

- Empreses grans i pimes aposten por la gestió de l'RSE per igual. Totes les empreses han de començar per un diagnòstic intern per poder anar introduint conceptes i objectius paulatinament; però si la direcció no te clar implementar una gestió basada en l'RSE no arribarà a cap lloc.
- Es va comentar que les empreses que no gestionen l'RSE es quedaran fora del mercat i que és el futur i el camí per augmentar les seves vendes i posicionar-se al Mercat. S'ha detectat un augment per part dels consumidors en la demanda de productes socialment responsables.
- Els tres pilars de l'RSE son d'igual importància: Social – Econòmic – Medi Ambiental

A continuació es destaquen diferents aportacions, reflexions i conclusions de la jornada com:

#### **Timberland. Anabel Drese, Europe CSR Senior Manager**

“Les xarxes socials (Social Media) són recursos no cars però amb molt impacte per arribar, estar connectats i dialogar amb el consumidor i a la ciutadana en general “

“La presencia de Timberland en les xarxes socials amb la seva pròpia pàgina a facebook , twitter, youtube, i el nostre blog ens permet analitzar el que es parla de la marca comparant-la amb els competidors directes (benchmarking)”

“Los Social Media ens ajuden a saber quins valors volen els consumidors, els seus interessos, les seves queixes i recomanacions i s'obté un feedback dels clients i altres grups d'interès directe i al instant que ens ajuda a establir un major vincle i a conèixer el que fem bé o malament ( ajuda en la nostra millora continua com a empresa responsable)”

“Existeixen molts riscos en els Social Media però el risc de no ser-hi a les xarxes socials és major que el risc de ser-hi”



### **CCMA -TV3. Carme Basté, Directora de la Fundació La Marató de TV3**

“L’èxit de la Marató recau en unir en un sol acte la solidaritat amb l’RSC en el seu ADN impulsant la investigació i creixement científic, genera i consolida llocs de treball (investigadors), sensibilitza i potencia els coneixements en l’àmbit de la salut, dinamitza diferents tipus de voluntariat (particular i corporatiu) i crea un territori socialment responsable”

“La ciutadana - donants estableix un vincle de confiança amb la Marató pel seu rigor, la seva transparència i mostra de resultats que alhora reforcen el compromís social dels ciutadans”

### **Fundació Futur. Eduard Vicente, Director**

“ La nostra RSC està basada en 4 eixos; l’alimentació: qualitat, proximitat i productes ecològics, l’educació per una bona salut, l’ambiental: els productes ecològics causen menor impacte en el medi ambient i la inserció social: incorporació en la plantilla de persones amb risc d’exclusió.”

### **Can Cet. Alfonsina Ortega, Responsable d’RSE**

“L’empresa ja realitzava algunes bones pràctiques però la incorporació de l’RSE en la gestió global de la entitat ens ha ajudat a ordenar les accions i a veure les possibilitats de millora”

“L’aposta per un desenvolupament professional dels treballadors a través de la seva formació ha fet augmentar i millorar les competències”

"Apostem per un model social on l'objectiu desitjable es el be comú"

### **“la Caixa”. Olga Durich, Gerent de Responsabilitat Corporativa**

“La responsabilitat del negoci és ser rentable però no a qualsevol manera. Només sent rentables i responsables podem donar valor en el sentit més ampli i així ens permet ser sostenibles”

“La responsabilitat en el negoci ha de passar per escoltar i entendre les necessitats dels clients, la seva diferenciació, la innovació en productes i serveis sense oblidar el medi ambient”

“L’experiència de més de 100 anys del grup “La Caixa” ens permet afirmar que la actitud responsable d’una empresa cap als grups que interactuen amb ella, no està renyida amb els bons resultats, sinó que ambdós aspectes, compromís social i èxit econòmic, s’afavoreixen i es potencien mútuament”

### **Grupo Sifu. Cristian Rovira, Conseller Delegat**

“Les empreses poden ser responsables des del minut 0 de la creació i inici de la seva activitat”

“No volem que ens contractin per caritat sinó per la qualitat dels nostres serveis”

### **Cafès Novell. Ramon Novell, Gerent**

“Estem apostant per la introducció gradual i el canvi cap a un café 100% responsable en origen”

“Els valors de responsabilitat estan inherents en totes les decisions de l’empresa. Estem generant benefici via aportació de valors”

“La implicació del personal és molt important i això ens ajuda en la presa de decisions”



### **Residència Geriàtrica Laia. Montse Alsina, Gerent**

“S’ha de fer un esforç per harmonitzar des de la gestió, les necessitats dels clients, els treballadors i la empresa fonamentant un clima de relacions correctes i segures generadores de confiança i sempre millorables. Aquesta premissa ens ha ajudat a posicionar-nos en el mercat.”

“Es necessari la implicació, comunicació i fidelització dels professionals - treballadors per a oferir, donar i assegurar un servei de qualitat”

“En l’actualitat i en el futur s’han de tenir molt en compte els aspectes com la qualitat, transparència, innovació, RSE i la informació, potenciadors de valors personals, com valors de l’organització”

### **Mango. Carla Coloma, Tècnic en Medi Ambient**

“El nostre codi ètic s’estén a tots els nostre proveïdors. Es realitzen auditories ambientals i socials a tots els proveïdors”

“Hem desenvolupat una eina que conjuntament amb un estudi ens ha permès analitzar i saber l’ impacte medi ambiental de tota la cadena de producció oferint-nos un mapa real de situació de cada una de les parts del sistema”

“S’estan realitzant canvis per millorar l’eficiència energètica de les botigues ja que el seu consum elèctric es el major impacte medi ambiental de la empresa”

### **Tarannà Club de Viatges. Felisa Palacio, Responsable Recursos Humans i RSE**

“La crisi ens va fer pensar com generar un valor afegit a la empresa, i vam apostar per l’RSE; per coherència, per consciència, per millorar, per avançar i per deixar una bona empremta”

“L’RSE permet realitzar una auditoria pròpia interna, posar les coses al seu lloc en la situació actual, per canviar hàbit erronis, promoure il·lusió pel canvi, afegir conceptes al producte que li donen un valor afegit i arribar al nou mercat de consumidors més sensibles en temes de medi ambient i socials”

"Des d'un inici informem als nostres clients de tots els nostres objectius i plans mediambientals per així també implicar-los i sol·licitar la seva opinió. El client és el nostre ambaixador, emplenen un qüestionari amb criteris de RSE avaluant els viatges i rutes que han realitzat "

### **JMT Ambiplan. Pablo Martinez, Director d’Operacions**

"Si la direcció no té clar implementar una gestió basada en l'RSE no arribarà enlloc"

"Las empreses han de buscar realment alguna cosa que els hi doni valor afegit i si s'estudia bé veus que econòmicament és rentable. No és moltíssim més car ser responsable i sostenible "

"La sostenibilitat dels materials que utilitzem i una gestió òptima dels residus ens ha ajudat a reduir el nostre impacte mediambiental"

"Una cadira trencada per a nosaltres no està trencada sinó que es converteix en recanvis per a ser reutilitzats, d'aquesta manera hem reduït costos, temps i a més a més som més verds"

"Tots els nostres empleats estan implicats però és necessari primer educar, informar i posar-ho fàcil".

## Entitats organitzadores:



## Amb el suport de:



## Empreses i entitat col·laboradores:



## Media partners:

