

Cum probăm performanțele sociale și de mediu

Scris de Laura Sgarçitu
Duminica, 29 Mai 2011 18:12



UN Global Compact, inițiativa strategică a Națiunilor Unite adresată mediului de afaceri, a definit 10 principii pe care companiile care doresc să aibă un comportament responsabil s-au angajat să le respecte. Aceste principii universal acceptate se referă la drepturile omului, dreptul muncii, protecția mediului și politici anti-corupție.

Dezvoltarea unei afaceri într-o manieră durabilă înseamnă o legătură permanentă cu consumatorii, parteneriat cu toți furnizorii și clienții, câștig pentru investitori, toate acestea protejând mediul înconjurător și îmbogățind viața comunităților în care afacerea se dezvoltă.

Prin procesul de management al riscului companiile pot identifica direcțiile strategice în care au obligația să se implice, cum ar fi, de pildă: reducerea emisiilor de CO₂, scăderea consumului de energie, minimizarea consumului/poluării apelor, reducerea impactului ambalajelor, parteneriatul cu furnizorii pentru scăderea impactului de mediu de la procurarea materiei prime până la comportamentul post-vânzare, dezvoltarea potențialului angajaților, responsabilitate față de consumatori prin produse de calitate și transparență și, nu în ultimul rând, dezvoltarea comunității locale.

Pe lângă standardele specifice care se adresează acestor direcții (managementul calității-ISO 9001, cel de mediu- ISO 140001, sănătate și securitate în muncă OHSAS 18001 etc), un rol foarte important revine codului de conduită în afaceri, care sprijină și relaționează organic cu standardele adoptate și sprijină sistemul de guvernare corporatistă.

Codul de conduită schițează cadrul în care afacerea se desfășoară după norme etice, în acord cu legile în vigoare și urmărind îndeaproape standardele pe care compania s-a angajat să le respecte.

Acest document este destinat tuturor angajaților și clarifică o sumă de aspecte cum ar fi înregistrarea corectă și la timp a operațiunilor financiare pentru o raportare conformă cu realitatea, comunicarea cu autoritățile, tratamentul corect al angajaților și al partenerilor de afaceri, grija față de bunurile companiei, evitarea conflictului de interese, măsuri anticorupție (interzicerea mitei, a traficului de influență, a tratamentului preferențial).

Riscurile corelate cu corupția pot face obiectul unui audit periodic, organizat cu atât mai des cu cât în țara în care compania operează există riscuri legate de corupție mai mari.

Încălcarea codului de conduită duce la sancțiuni disciplinare, care se pot solda cu încetarea contractului de muncă, în raport cu gravitatea prejudiciului material sau de imagine adus companiei.

De aceea, pentru că aceste aspecte trebuie cunoscute foarte bine, există programe speciale care includ toți angajații, iar aceștia trec un test de «certificare» pe aceste probleme.

Mai mult decât atât, toți șefii de funcțiuni au obiective clare legate de unul sau altul din aspectele de responsabilitate socială enumerate la început, în funcție de departamentul în care

Cum probăm performanțele sociale și de mediu

Scris de Laura Sgarçitu
Duminica, 29 Mai 2011 18:12

activează, acestea condiționându-le evoluția în carieră. Codul de conduită poate fi completat de un cod de etică și de un cod destinat furnizorilor care asigură compania că furnizorul respectiv respectă aceleași norme de protecție a mediului, dezvoltarea angajaților, nediscriminare etc.

Este vorba deci despre două procese care merg în paralel: un sistem de management bine articulat și implicarea angajaților în mod direct.

Este normal ca o companie care afirmă că are un comportament responsabil să o dovedească prin raportul de activitate. Standardul de raportare Global Reporting Initiative (GRI) este un sistem bazat pe indici, deci foarte simplu de verificat, care dă posibilitatea companiei să-și evidențieze, de la an la an, progresele. Lansat în 2002, se pare ca este favoritul marilor « jucători » ai responsabilității sociale la nivel global.

Iată însă că un studiu realizat în 2010 de Paul Hohne (membru al boardului Ethical Corporation) și Eva Riera (consultant CSR, Bruxelles) arată că multe companii care fac în raportul lor referire la principiile Global Compact nu le pot susține cu indici GRI, întâlnindu-se des fraze precum «ne conducem după principiile GRI» nesusținute de alte detalii sau de indici de performanță.

Studiul a fost realizat pe un grup tinta alcatuit din companiile membre ale Dow Jones Sustainability Index –Super Sector leaders, primele 100 de companii FTSE4Good Global si Global 100 Most Sustainable Corporations.

Autorii subliniază că din cele 6000 de companii care au aderat la inițiativă, doar 1900 au depus rapoarte GRI în 2010, ceea ce poate duce pe viitor la scăderea atât a credibilității companiilor cât și a inițiativei Global Compact, pe termen lung.

Este important de înțeles că responsabilitatea socială, ca parte a dezvoltării durabile, uzează de instrumente la fel de concrete ca alte discipline, iar companiile trebuie să și-o asume strategic și transparent.

În definitiv, responsabilitatea socială reprezintă integrarea obiectivelor de business și mediu în strategia de afaceri în mod voluntar. A afirma că faci un lucru voluntar și a nu-l putea dovedi poate duce la un derizoriu beneficiu de imagine pe termen scurt, dar la compromiterea pe termen lung atât a companiei cât și a noțiunii de responsabilitate socială.

Laura Sgârcitu, Specialist Relații Publice-Programe Comunitare Coca-Cola HBC România, este absolventă a Facultății de Chimie Industrială Gh. Asachi din Iași și a Academiei Internaționale pentru Studiul Religiiilor, București. Lucrează pentru Coca-Cola HBC România din 2003, ocupându-se succesiv de comunicare internă, relații cu mass-media, relații cu autorități, iar din 2007 de programe destinate comunității.