

Propòsit empresarial i responsabilitat lingüística

Un enfocament de responsabilitat empresarial envers la societat per crear valor compartit

1	Presentacions	2
2	Introducció	3
3	Responsabilitat social de les empreses i llengua	5
4	Gestionar-ho: dialogar, millorar i retre comptes	8
4	La llengua, entre la llei, el mercat, la societat i la sostenibilitat	11
	○ 4.1 El marc constitucional i l'impacte	15
	○ 4.2 La DISC i la política social de les empreses	18
	○ 4.4 Focus de l'RSC a Catalunya	19
	○ 4.5 Els Objectius de Desenvolupament Sostenible	22
	○ 4.6 Prevalença de l'abordatge científic	25
5	Propòsit empresarial	26
6	Beneficis	28
7	Bones pràctiques	32
8	Conclusions	33
9	Bibliografia i referències	34

Nota d'autoria: El text ha estat redactat per Josep Maria Canyelles, coordinador de Respon.cat. Part dels textos corresponen a una guia elaborada pel mateix autor el 2010 per al Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya. L'actualització ha comptat amb la participació del Grup de Treball de responsabilitat social lingüística de Respon.cat partint dels nous contextos socials com també de desenvolupament de l'RSC.

1 Presentacions

En un món on la sostenibilitat empresarial i la responsabilitat social prenen cada cop més rellevància, aquesta guia vol ser una eina imprescindible per a les empreses compromeses amb el territori i la societat. L'ús de la llengua catalana, lluny de ser una simple formalitat o un requisit legal, es presenta com una oportunitat estratègica per construir una relació més sòlida i autèntica amb els diferents grups d'interès.

La llengua no només és un vehicle de comunicació; és també identitat, cohesió social i un patrimoni cultural que ens enriqueix a tots. Aquesta guia vol posar en valor el paper de les empreses com a agents actius en la promoció de la diversitat lingüística i en la preservació d'un actiu cultural tan rellevant com és la llengua catalana.

A Respon.cat som conscients que les empreses poden ser protagonistes en la revitalització del català, no només des d'una perspectiva legal, sinó també en termes de competitivitat, diferenciació i excel·lència. Incorporar el català en l'atenció a la clientela, en la comunicació corporativa o en la formació dels equips no és només una mostra de compromís social, sinó també una manera d'aportar valor i innovació al mercat.

Aquesta guia reflecteix el treball conjunt de molts professionals, experts i empreses que han volgut compartir experiències i bones pràctiques. És una invitació a reflexionar sobre com podem integrar la llengua en les nostres estratègies d'RSC i alhora un full de ruta per passar a l'acció.

Convido totes les empreses a descobrir el contingut d'aquesta guia i a adoptar les recomanacions que s'hi proposen. Estic convençut que aquesta aposta pel català no només contribuirà a la sostenibilitat del territori, sinó que també enfortirà la vostra posició com a empreses responsables, modernes i arrelades a la societat.

Rafel Oncins

President de Respon.cat i director d'RSC de Plusfresc.

PENDENTS

- Dr. Josep Santacreu i Bonjoch, president de la Cambra de Comerç de Barcelona i president d'Honor de Respon.cat
- Conseller de Política Lingüística
- Possible patrocinador: Parlem?

2 Introducció

- I. Aquest és un document concebut per a **ús empresarial** amb la intenció de desvetllar noves maneres d'aproximar-se a la gestió corporativa de la matèria lingüística des d'una òptica d'RSC. Abordar els aspectes lingüístics centrant-se únicament en les normes impedeix treure'n tot el potencial empresarial. Per això, hem volgut elaborar un document que posi el punt de mira en el funcionament de les organitzacions i el sentit de responsabilitat vers la societat i no purament en el vessant normatiu.
- II. El mer compliment normatiu hauria de quedar superat en aquest context d'emergència lingüística per un sentit de propòsit que faci del teixit empresarial un actor de sostenibilitat. Moltes empreses estan desenvolupant un **sentit de propòsit** i no tindria sentit un propòsit al marge de les inquietuds i necessitats de la societat.
- III. Aquest document vol fer un pas endavant en la metodologia per incorporar els aspectes lingüístics en la **materialitat de l'RSC**, massa sovint no considerats fruit d'una mala aplicació metodològica, i ofereix un marc per a una incardinació profunda a la manera socialment responsable i com aquesta pot **aportar valor per a totes les parts**. La intenció és sobretot aportar idees i punts de vista per a induir a la **reflexió interna** per a trobar quines serien les millors pràctiques per a cada organització i en cada aspecte dels seus processos.
- IV. Les diversitats -i també les lingüístiques- són un **tema emergent en el segle XXI**. Les llengües conformen mercats i societats, espais comunicatius, àmbits identitaris i són una dimensió més de la complexitat de l'entorn on operen les empreses. La realitat del multilingüisme i el respecte a la diversitat cultural són una matèria per a la responsabilitat social de les empreses, tot construint oportunitats.
- V. La valoració empresarial de les llengües ha evolucionat i ha de seguir evolucionant. Ja no és solament el compliment normatiu i la simplificació del mercat, sinó que la sostenibilitat aporta nous punts de vista. A més, avui importa no sols la força legal d'una llengua sinó la seva vitalitat i la demanda social: Internet per exemple fa visible quines són les **comunitats lingüístiques més dinàmiques**. Si el nombre de parlants indica el volum demogràfic del mercat, la vitalitat lingüística comunica quina és la sensibilitat i la voluntat de respecte. Així, mentre que la llengua catalana és la vuitantena de 6.000 en nombre de parlants, el seu dinamisme a la xarxa l'ha portat a estar entre les vint-i-cinc primeres del món.
- VI. Activar una **economia del coneixement** com la que Europa pretén requereix desenvolupar uns capitals intangibles (humà, social, institucional) i saber-los combinar adequadament per a enfortir-los i fer-los rendir. Tot país ha de saber posar en valor els seus actius immaterials com la cultura i la llengua: gestionar aquests capitals és un aprenentatge necessari en la nova economia, mentre que no abordar-ho implicaria perdre capacitats, actius d'identitat, de dignitat i d'autoestima.
- VII. **La llengua és un tema d'RSC** i no afecta solament els temes de relació amb la comunitat sinó que té a veure transversalment amb tots els aspectes substancials

de l'RSC: laborals, socials, econòmics, de producte, d'atenció a la clientela, de relació amb els grups d'interès, i per descomptat també és un aspecte de sostenibilitat i de drets. La relació positiva amb els territoris on l'empresa opera i amb la seva cultura, llengua i personalitat esdevenen una manera de **guanyar ciutadania corporativa**.

- VIII. Entres les principals tendències en el camp de l'RSC trobem el sentit de propòsit, l'economia circular o l'empresa saludable. I cada vegada prenen més força els **reptes socials**. Focalitzar els aspectes climàtics per la seva imperiosa urgència i no considerar l'emergència dels aspectes vinculats a la cohesió social no garanteix la sostenibilitat global.
- IX. Un enfocament d'RSC de qualsevol empresa que operi a Catalunya ha de tenir en compte l'enorme canvi demogràfic que s'hi ha produït en els darrers anys de manera molt accelerada i les dificultats que qualsevol societat pateix per oferir una bona integració a la terra d'acollida. Les empreses són un actor de primera magnitud per facilitar la **integració de les persones nouvingudes** promovent que la seva integració pugui ser tant laboral com social i cultural.
- X. Per a les empreses internacionalitzades, ja siguin d'aquí o de fora, l'aprenentatge que poden obtenir a Catalunya amb referència a la gestió del multilingüisme i la diversitat cultural en un context de democràcia i llibertat, de respecte i creativitat, de societat cohesionada i vertebrada, pot representar un **actiu molt positiu que l'empresa pot aprofitar en altres indrets**. Si bé Catalunya és un cas excepcional, per a les multinacionals, la gestió socialment responsable de les llengües pot aportar-los un aprenentatge d'interès global.

3 Responsabilitat social de les empreses i llengua

El concepte de responsabilitat social de les empreses

La **Responsabilitat Social Corporativa** (RSC) és la responsabilitat que assumeix una organització, sigui mercantil, pública o social, envers la societat pels impactes de la seva activitat i per la corresponsabilitat en els afers comuns que afecten la sostenibilitat del mercat, de la societat i del medi ambient.

En el seu màxim nivell de compromís, conforma una **empresa o organització amb propòsit**, entenent el propòsit empresarial com l'adopció d'un model d'empresa compromesa corporativament amb la societat i amb una **excel·lència social** que li permet crear **valor compartit**, és a dir, valor econòmic i social alhora, per a tots els grups d'interès.

L'RSC s'estructura com una **política d'empresa** basada en el compromís amb el **desenvolupament humà** i amb la **sostenibilitat global**, a partir de la qual l'organització incorpora en els processos de **creació de valor** interessos i inquietuds dels agents que legítimament prenen part en el seu interès (propietat, equip intern, clientela, ciutadania, proveïdors, finançadors, reguladors, agents socials, organitzacions socials...). L'RSC no es limita a donar resposta de manera reactiva sinó que suposa complir i posar al dia permanentment els compromisos presos per l'organització.

L'RSC suposa un compromís **integral i integrat** a partir dels cinc grans vectors d'impacte empresarial: **econòmic, laboral, ambiental, social, i bon govern**; integral perquè forma part del model d'empresa, afecta totes les àrees i s'estén per la cadena de valor; integrat perquè s'incorpora en la gestió, els processos i els procediments.

Les tendències actuals en RSC precisament tendeixen a trencar els marcs departamentals i obliguen a interrelacionar àrees: **economia circular, empresa saludable, bon govern i propòsit empresarial**, o una emergència dels **reptes socials** ara com a component estratègic.

Metodològicament, l'RSC implica la formulació d'un **compromís** ètic orientat a la sostenibilitat, que afecta els diferents vectors, i es desenvolupa amb un sistema de gestió de **millora contínua** que permet **identificar els temes** rellevants, **dialogar amb els grups d'interès**, desenvolupar **bones pràctiques** i **rendir comptes**.

Algunes iniciatives com els [**Objectius de Desenvolupament Sostenible**](#) contribueixen a marcar un full de ruta i ajuden a prioritzar ja que metodològicament actuen com la veu de la Humanitat, expressada per Nacions Unides, a partir dels grans consensos entre les parts.

L'RSC va néixer com un **enfocament empresarial** i, al marge d'aportar un valor a la societat i **donar resposta** als reptes que aquesta planteja, pretén legítimament garantir la sostenibilitat empresarial a partir d'enfortir la **capacitat adaptativa** als nous requeriments de la societat i desenvolupar la gestió dels **actius intangibles** (talent dels equips humans, confiança dels clients, solidesa de les relacions en la cadena, llicència social per operar, reputació, marca...). Aquest comportament basat en el diàleg i en la bona **ciutadania corporativa** s'ha desenvolupat en general en empreses amb una cultura més avançada i amb una major capacitat de comprendre els nous contextos per als negocis del futur.

La denominació sovint incorpora variacions en funció del tipus d'organització subjecte: Responsabilitat Social de les Empreses (RSE), de les Organitzacions no lucratives (RSO), de les Administracions públiques (RSA), de les Universitats (RSU), sense que suposi cap distinció conceptual ni metodològica.

Rellevància dels aspectes lingüístics

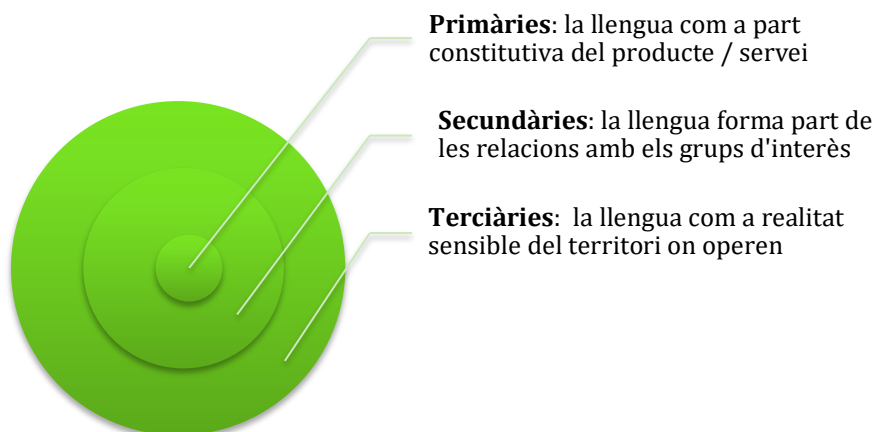
Pertoca a cada empresa comprendre el seu context de sostenibilitat i, per tant, les matèries que són rellevants en la gestió de la seva RSC, aspecte que caldria escometre per mitjà del diàleg amb els grups d'interès.

Al marge de les especificitats de cada empresa, el fet d'operar en territoris amb llengües pròpies que no són oficials de l'Estat requereix una sensibilitat als interessos i inquietuds de cada comunitat. Així, en territoris com el català o el mercat espanyol, la llengua pren totes les característiques per ser considerada un aspecte rellevant.

En un estat com l'espanyol caracteritzat per la diversitat cultural i lingüística, les empreses que hi operen amb vocació de permanència i que volen construir una ciutadania corporativa sensible i compromesa haurien d'incorporar aquesta sensibilitat com una expectativa social entre els temes rellevants en la gestió de la seva RSC.

Quina prioritat té la llengua a la nostra empresa

Segons cada cas i les característiques de l'empresa i els productes o serveis que ofereix, la llengua pot prendre un caràcter primari, secundari o terciari.



A l'hora de determinar el nostre grau de responsabilitat ens pot resultar d'utilitat entendre aquesta classificació en responsabilitats primàries, secundàries i terciàries. Una empresa pot abordar tots els nivells però cal saber prioritzar entenent que la responsabilitat primària és la que es vincula més estretament amb la pròpia activitat econòmica, mentre que seria una responsabilitat terciària la que pugui ser assimilable a una enfocament més col·lateral o filantròpic. Vegem alguns exemples de bones pràctiques per a cada cas.

Correspondria a responsabilitats primàries quan la llengua és part constitutiva del producte o servei, com en aquests exemples:

- **Incorporar la llengua catalana en els programaris d'ordinador que es desenvolupen o en les nines que parlen per a infants.**

- **Atendre en la llengua pròpia les persones usuàries d'una residència de gent gran.**
- **Tenir una presència normalitzada del català en la comunicació corporativa, atenció a la clientela, o l'etiquetatge.**

Correspondria a responsabilitats secundàries quan la llengua, malgrat no ser part constitutiva del producte o servei, sí que forma part de les relacions amb els grups d'interès, com en aquests exemples:

- **Fomentar el coneixement del català entre la plantilla d'una empresa del sector de la construcció.**
- **Valorar el factor lingüístic en les compres de productes.**
- **Disposar del màxim nombre de revistes en llengua catalana a la sala d'espera.**

Correspondria a responsabilitats terciàries quan considerem la llengua com una realitat sensible del territori on operem, com en aquests exemples:

- **Fomentar l'ús de la llengua catalana a les associacions empresarials on es participa.**
- **Mostrar activisme empresarial en la matèria en el relat i col·laborant amb una entitat cultural per al foment de la llengua.**
- **Valorar el compromís lingüístic en les accions social en què es col·labora.**

4 Gestionar-ho: dialogar, millorar i retre comptes

Per comprendre com funciona l'RSC des d'un punt de vista metodològic, cal fer referència als processos de diàleg amb els grups d'interès (*stakeholders*), d'identificació de quins són els temes que cal abordar (materialitat), de codificació de la conducta corporativa i foment de bones pràctiques (processos de millora), i de rendició de comptes (transparència).

Bones pràctiques sobre la gestió de l'RSC en aspectes lingüístics

Establir processos de diàleg i identificació de la materialitat	Codificar les pràctiques lingüístiques i actuar	Retre comptes i transparència
<ul style="list-style-type: none">- Dialogar amb grups d'interès específics per entendre els impactes i generar innovació.- Dialogar entre empreses per tal d'afavorir el <i>benchmarking</i>.	<ul style="list-style-type: none">- Establir compromisos, que poden arribar a crear un propòsit, acordar amb el sector bones pràctiques compartides.- Gestionar la millora implica sensibilitzar, capacitar, situar objectius i codificar conductes.- El Codi Ètic i les polítiques d'RSC o de relació amb la societat són els instruments més significatius per a ubicar-ho.	<ul style="list-style-type: none">- La rendició de comptes amb transparència suposa poder mostrar el progrés, les noves fites, i farà possible estructurar el diàleg.- La Memòria d'RSC és el document per estandarditzar la rendició de comptes.- També es poden fer rendicions de comptes més específiques.

Diàleg i materialitat

Els compromisos i els processos de millora d'una organització que vulgui gestionar la seva RSC han de partir d'una correcta determinació de quins són els aspectes més rellevants que cal abordar. A banda del coneixement de què disposa la mateixa empresa, els seus grups d'interès poden aportar punts de vista complementaris sobre quins són els impactes de l'activitat empresarial, i alhora poden ajudar a determinar les millors pràctiques per a desenvolupar processos de millora. Fixem-nos que no ens limitem a una ètica empresarial definida segons els valors de la propietat, sinó que l'RSC implica diàleg amb els grups d'interès per a alimentar els processos de millora contínua.

L'absència d'un grup d'interès que porti inquietuds en matèries culturals pot ser encara més perniciosa si grups d'interès escollits per l'empresa no només no posen en consideració les possibles males pràctiques en aquestes matèries sinó que aquests mateixos grups d'interès són els que hi tenen males pràctiques com succeeix amb algunes grans ONG.

Cal establir processos de diàleg amb grups d'interès que aportin continguts relacionats amb els aspectes lingüístics i culturals per a entendre millor les expectatives socials, equilibrant amb altres inquietuds, i trobar les millors pràctiques.

Codificar les pràctiques lingüístiques

L'empresa pot situar el respecte a la comunitat i a la diversitat interna com a **valors corporatius** mostrant exemplaritat en les actituds lingüístiques tant portes endins com portes enfora, i explicitant la rellevància d'aquestes actituds, en tant que compromisos amb la societat i amb un model d'empresa.

El Codi ètic de l'empresa, que desenvolupa els valors corporatius d'RSC en referència amb cada grup d'interès, és l'espai adequat on incorporar els criteris de respecte lingüístic, de manera que se li atorgui la rellevància que mereix, el sentit ètic, i les garanties internes per a assegurar-ne el compliment.

Els compromisos també poden quedar explicitats a la política d'RSC. A més, sobretot les empreses grans, aniran afegint entre les seves polítiques, una política de relació amb la societat, que també serà el marc adequat per incloure-li els aspectes de vinculació amb les cultures i les llengües.

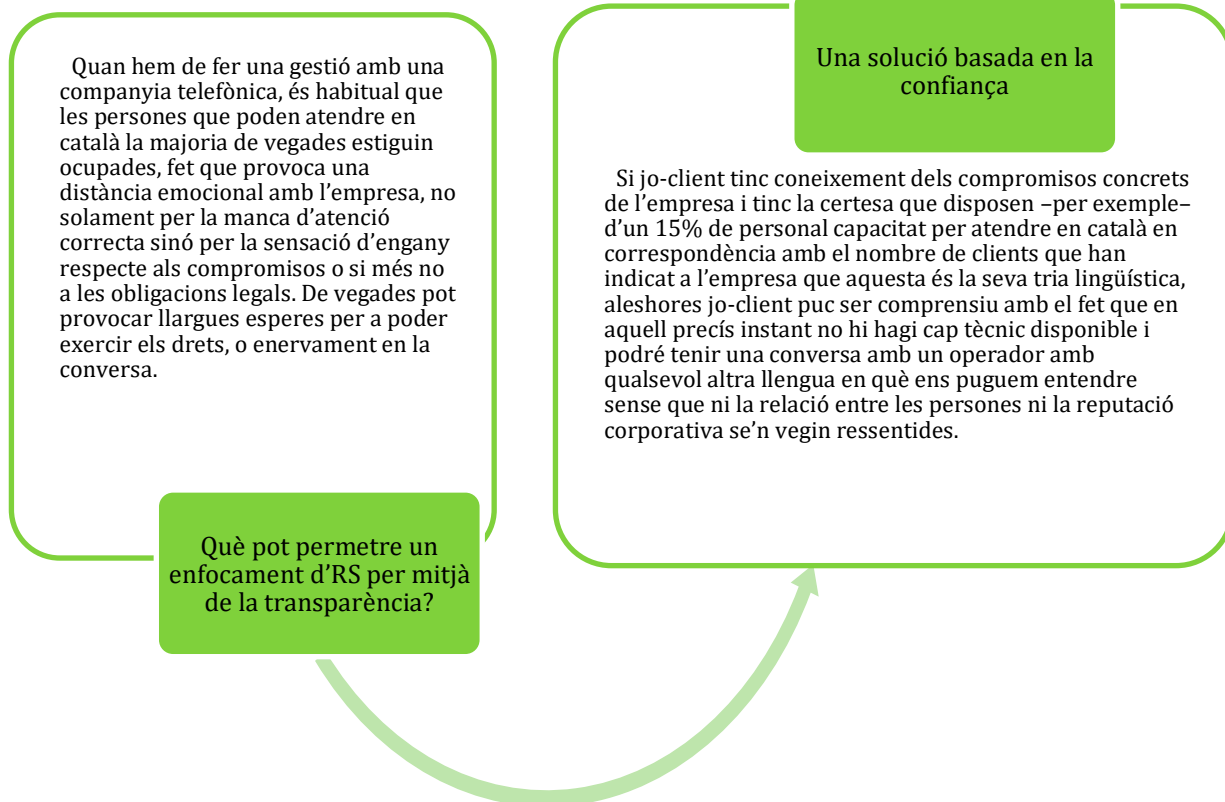
La codificació de la matèria lingüística pot ser molt àmplia, i el marc del multilingüisme facilita que avui moltes perspectives corporatives integrin indicadors i objectius de llengua. Per exemple, disposar de la informació sobre quines són les habilitats lingüístiques de tot el personal facilita una gestió del coneixement, un millor aprofitament dels recursos interns i sovint una captació d'oportunitats en uns entorns empresarials creixentment multilingües. Malgrat que moltes d'aquestes informacions no afecten directament l'RSC, la gestió efectiva de les llengües dins la dinàmica empresarial és la base necessària on construir un compromís lingüístic efectiu, que pugui equilibrar tots els interessos en joc.

Retre comptes i transparència

Els **objectius de millora** que estableixi l'empresa en aquesta matèria poden establir-se sobre uns indicadors d'RSC que permetin mesurar l'evolució al llarg del temps i valorar l'impacte real de les mesures. La rendició de comptes, idealment dins la memòria anual d'RSC, és una part més de la gestió de l'RSC, i constitueix una fase fonamental ja que permet exercir la transparència, mostrar el progrés, marcar noves fites i basar el diàleg en dades objectives i tendències.

Comunicar les pràctiques lingüístiques en clau d'RSC, fent referència als compromisos, acompliment, impactes generats i verificació, millorarà la credibilitat i la confiança alhora que pot brindar solucions innovadores.

Un enfocament d'RSC pot orientar-se a la creació de valor per a totes les parts i a millorar la gestió del conflicte. Vegem algun exemple de com la formulació d'un compromís verificable pot ser altament positiu:



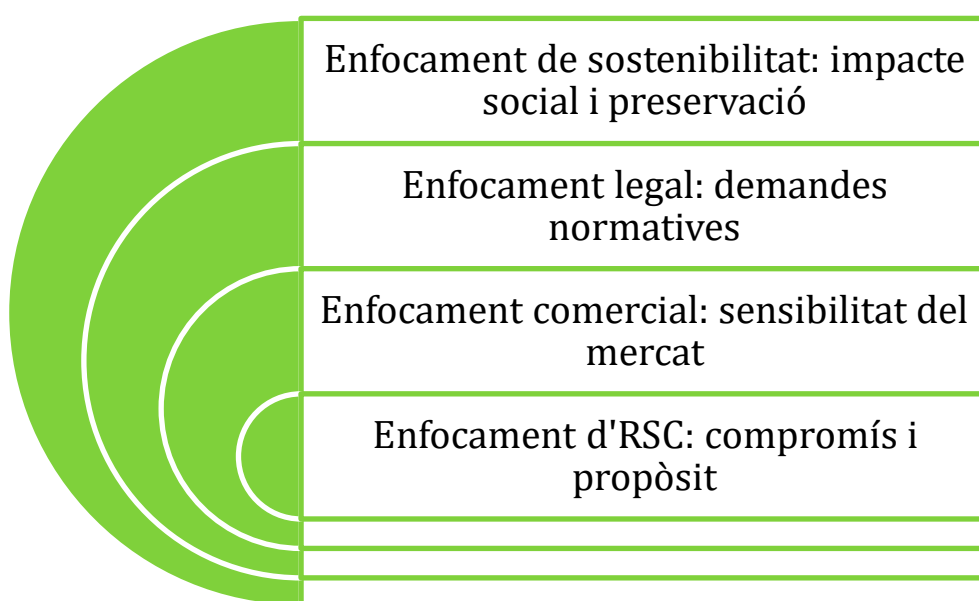
Els aspectes de llengua han de formar part amb normalitat com una matèria més de les que integren les memòries d'RSC. A banda de descriure el rendiment, les empreses que estan per sota de les expectatives han d'explicar els motius i les previsions (seguint la màxima del *comply or explain*, 'compleix o explica').

4 La llengua, entre la llei, el mercat, la societat i la sostenibilitat

Davant una matèria tan sensible com la llengua, les empreses haurien de moure's en quatre enfocaments:

- Marc normatiu: l'enfocament **legal** (garantir-ne el compliment),
- Mercat: l'enfocament **comercial** (incorporar criteris de màrqueting),
- Societat: l'enfocament de **responsabilitat social** (ser sensibles a les inquietuds de la societat), i
- Sostenibilitat: l'enfocament de la **preservació** (mostrar un compromís amb l'impacte)

Els hem enunciat en l'ordre que solen ser gestionats. Però ho podem representar així, de la més interna a la més externa:



En el funcionament de les empreses orientades a l'RSC, aquesta quàdruple consideració no es produeix com a processos independents sinó que forma part de les converses amb la societat: un procés continu d'exploració en profunditat d'una societat canviant.

Marc normatiu	Mercat
<ul style="list-style-type: none"> • L'RSC pressuposa el ple compliment dels marcs legals, més enllà de la possible previsió de sancions. • Però per a un enfocament socialment responsable s'espera alguna cosa més de l'empresa: • Un comportament socialment responsable hauria de tenir en compte no solament l'articulat de la llei sinó la intencionalitat del 	<p>L'RSC és una manera d'atendre el mercat amb una visió més àmplia, per mitjà d'una sensibilitat i una intel·ligència de mercat que porta l'empresa a pensar en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Noves inquietuds i requeriments de la clientela més vinculades a las o no vinculades al producte o servei. • Altres grups d'interès malgrat que no siguin clientela.

<p>legislador: l'exposició de motius i el seu esperit.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una empresa socialment responsable hauria de pretendre no solament complir sinó col·laborar a fer possible per a la societat allò subjacent en la intenció del legislador i per extensió de la societat, ja sigui en aspectes ambientals, laborals, socials o econòmics, tots ells sota la premissa compartida de millorar el bé comú. • No obstant això, les dades mostren que els incompliments en matèria de llengua també afecten empreses que es presenten com a compromeses amb l'RSC. • Així, complir la llei, des d'una òptica d'RSC, no s'hauria d'entendre com evitar la sanció o complir les normes però esquivant la intenció del legislador, sinó prendre un compromís envers la finalitat d'interès general que preveu. • Un enfocament d'RSC respecte a la llengua s'hauria d'encaminar a: • Complir l'articulat. Per exemple: l'Estatut del Consumidor (1993) estableix el dret del consumidor a «rebre en català les informacions pertinents per al consum i l'ús dels béns, els productes i els serveis, i especialment les dades obligatòries relacionades directament amb la salvaguarda de llur salut i seguretat.» • Complir la intencionalitat. Per exemple: malgrat que entre els drets del consumidor que obliguen a disposar d'informació en català no s'hi va incloure —l'any 1993— el canal web, la intenció del legislador és tan nítida que l'empresa no 	<ul style="list-style-type: none"> • Tendències que el mercat comença a introduir per influència de valors socials o nous reptes de sostenibilitat. <p>El mercat català expressa una sensibilitat favorable a rebre productes, serveis i la comunicació en la llengua pròpia per part de les empreses, fins i tot amb la valoració positiva per part de persones d'origen no catalanoparlant que consideren com un acte de normalitat la presència del català en el mercat. El 67,9 % dels consumidors voldrien que l'atenció al públic i telefònica de les seves marques i botigues preferides fos també en català, i 94,3 % en la població que el té com a llengua habitual. Són 4M de persones, només a Catalunya, per a qui el català és un valor afegit.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un comportament socialment responsable hauria de garantir per a les llengües un enfocament de mercat almenys equivalent al que tenen en altres països d'acord amb el seu potencial. <p>No obstant això, les dades mostren que l'oferta de productes en català per part de la iniciativa privada és insuficient, ateses les característiques lingüístiques de la població i les seves preferències, cosa que podria entendre's com una fallada del màrqueting que no sap captar o atendre aquesta demanda latent o bé com una interferència conscient o inconscient de posicionaments polítics partidaris de fer valer una sola llengua per a tot l'àmbit estatal.</p> <p>Malgrat que es diu que el món econòmic prefereix el lliure mercat als entorns regulats, en una matèria com la lingüística sembla que moltes empreses tendeixen a fer una aproximació més normativa en la mesura que no observen un comportament prou basat en criteris de mercat. Però el progrés mitjà vers la normalitat és constant i l'estudi ELAN² va</p>
---	--

² L'estudi *ELAN.cat: són prou multilingües les empreses catalanes?* És una adaptació de l'[informe europeu ELAN](http://www10.gencat.cat/casa/llengues/binaris/opuscle_ELAN_tcm302-122718.pdf) i ha estat dissenyat i coordinat per la Càtedra de Multilingüisme Linguamón-UOC, Linguamón-Casa de les Llengües, el Departament d'Innovació, Universitat i Empresa i la Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya

<p>hauria d'esperar una actualització de la llei per a satisfer aquest dret.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Complir els convenis internacionals. Per exemple: promoure la diversitat lingüística al ciberespai¹. • Projectar-ho al llarg de la cadena. Per exemple, un supermercat hauria d'exigir als productors que incloguessin la llengua catalana en els productes amb denominació d'origen o etiqueta artesanal, en què és obligatòria. 	<p>posar de manifest que l'ús del català en les petites i mitjanes empreses s'ha generalitzat dins del món professional i s'ha convertit en la llengua més emprada en les relacions comercials a Catalunya.</p> <p>Un enfocament d'RSC des d'una òptica de multilingüisme hauria de permetre a les empreses saber trobar l'equilibri i el rol que assignen a cada llengua tenint en compte el mercat propi de cada empresa, sense apriorismes. Un error que es comet avui dia és creure que l'anglès és suficient per fer negocis internacionals, fins i tot per part d'empreses que tenen els seus mercats principals en països veïns amb els quals seria molt més efectiu fer negocis a partir del coneixement de la seva llengua.</p>
--	--

Societat	Sostenibilitat
<p>Avui les empreses no poden negar que formen part de la societat adduint que es deuen sols a les regles del mercat. Les més sensibles i proactives gestionen aquesta ciutadania corporativa mitjançant l'RSC, per mitjà d'un procés que els permet comprendre l'entorn i guanyar legitimitat. L'empresa que gestiona la seva RSC amplia la seva comprensió del mercat amb una comprensió de la societat.</p> <p>Aquesta comprensió de la societat té també un reflex intern, en la cultura organitzativa i en els valors corporatius. Els problemes i reptes que presenta la societat són creixentment complexos i requereixen solucions complexes, mentre que de vegades dins les organitzacions s'ha tendit a cercar solucions que redueixen aquesta complexitat.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un comportament socialment responsable hauria d'incorporar la matèria lingüística en el diàleg amb els grups d'interès. 	<p>La diversitat lingüística forma part dels actius de la humanitat que cal preservar en el marc del desenvolupament sostenible. Així ho estableixen manifestos de referència, que en el cas de la llengua catalana pren una especial força per la voluntat i tenacitat de la pròpia societat.</p> <p>Per a les empreses, compartir el repte ambiciós d'ajudar a construir un país socialment cohesionat i econòmicament capdavanter, on els actius identitaris estiguin al servei de les persones, es vincula amb un compromís d'RSC i també amb el reforçament d'una economia basada en el coneixement i d'uns actius culturals més estretament</p>

¹ Recomanació relativa a la promoció i l'ús del multilingüisme i l'accés universal al ciberespai (2003: <https://es.unesco.org/themes/linguistic-diversity-and-multilingualism-internet/recommendation>. I també altres com la Declaració Universal de la UNESCO sobre la Diversitat Cultural (2001), el Conveni sobre la Salvaguarda del Patrimoni Cultural Immateral (2003) o el Conveni sobre la Protecció i la Promoció de la Diversitat de les Expressions Culturals (2005), També la Declaració Universal de Drets Lingüístics, elaborada per un grup d'ONG encapçalades pel PEN Club Internacional i proclamada a Barcelona el juny del 1996 i encara no assumida formalment.

<p>L'RSC desenvolupa habilitats i confereix a l'empresa noves legitimitats per ser part de la societat més enllà dels mercats, aprenent a desenvolupar-s'hi, comprnent-la, establint-hi compromisos.</p> <p>La societat catalana disposa en la seva llengua pròpia d'un preuat actiu heretat de la història i que vol mantenir per al futur com la llengua d'ús social preferent amb presència normalitzada en tots els àmbits. Aquesta normalització de la llengua catalana en el territori que li és propi constitueix un objectiu social i de país, compartit àmpliament i que forma part de la pròpia autoestima, fins i tot per part dels ciutadans que no tenen el català com a primera llengua. Les persones amb arrels llunyanes que en algun moment de la vida han pres l'opció per la llengua catalana o fins i tot parelles que han pres l'opció que el català sigui la llengua dels seus fills mostra com la llengua no és un factor de separació sinó d'arrelament i construcció d'un futur cohesionat.</p> <p>No obstant això, són poques les empreses que normalitzen els aspectes de llengua en les seves converses amb la societat, optant per una absència que no permet gestionar amb normalitat i sense pors i apriorismes una matèria fonamental.</p>	<p>vinculats a la capacitat de generar valor social i econòmic.</p> <p>La llengua, com a part d'un projecte integral, de model de societat, afecta totes les empreses que operen a Catalunya, incloent-hi aquelles per a les quals el compromís amb la llengua pugui no ser un aspecte específicament considerat dins la seva estratègia. El retorn d'aquesta inversió afecta a tothom i se socialitza com un bé compartit en comú. Aquesta circumstància atorga a aquestes bones pràctiques un mèrit i una responsabilitat davant la societat encara més grans.</p>
---	--

○ 4.1 El marc constitucional i l'impacte

Respecte al marc legal, és interessant fer referència als principis legals de l'Economia del Bé Comú. Aquest model de gestió de l'RSC fonamenta el seu punt de partida en la màxima norma de què s'han dotat les societats democràtiques i constata que *“la majoria de constitucions i normes legals recullen el principi segons el qual l'activitat econòmica ha de servir als interessos generals i, en general, al bé comú o bé públic (common good en anglès i Gemeinwohl en alemany)”*. Així, per exemple: *“Tota activitat econòmica serveix al bé comú”* (Art. 151, Constitució de Baviera). Aquest raonament permet situar la implantació de l'Economia del Bé Comú en l'adaptació de l'economia real actual a una economia basada en els principis constitucionals d'orientació al bé comú i la cooperació.

En el mateix sentit, sovint el capteniment en matèria de llengua no incorpora què estableix la Constitució. Convidem les empreses a fer-se dues preguntes:

1. Donat que la Constitució espanyola estableix una distinció entre nacionalitats i regions, i donat que aquesta diferència té com a elements fonamentals la voluntat històrica d'autogovern i l'existència de llengua i cultura pròpia diferenciada de la castellana, de quina manera el comportament corporatiu té en compte aquesta diversitat reconeguda en la carta magna?
2. Donat que la Constitució espanyola estableix que *“la riquesa de les diferents modalitats lingüístiques d'Espanya és un patrimoni cultural que serà objecte d'especial respecte i protecció”*, que l'Estat espanyol ha subscrit el Pacte Internacional de Drets Econòmics, Socials i Culturals, i també la Carta europea de les llengües regionals o minoritàries, i que el bloc constitucional inclou l'Estatut d'Autonomia de Catalunya, amb quina pro activitat corporativa s'hi contribueix més enllà del mer compliment dels articulats normatius?

- **L'empresa ha de donar resposta a quin és el seu capteniment corporatiu respecte a la distinció constitucional entre nacionalitats i regions i el principi d'especial respecte i protecció de les llengües.**

Aquesta reflexió ha de venir acompanyada de dues consideracions més:

a) Proactivitat en el compliment constitucional

En la línia de reflexions ja aportades, aquell marc que estableix una constitució hauria de suposar l'assumpció d'una voluntat compartida i un compliment amb proactivitat més enllà del fet que un principi hagi estat més o menys desenvolupat normativament.

De fet, una empresa socialment responsable no hauria de poder al·legar la no existència d'una norma precisa per fer-se seu el mandat constitucional, ja que altrament representa que sols compleixen per evitar sancions i no per un compromís autèntic amb el desenvolupament sostenible.

És a dir, en el cas de les llengües, les Corts espanyoles no han desplegat aquest marc de respecte i protecció de les llengües i ni tan sols s'han determinat quines són, però per això es disposa de les institucions científiques i així les empreses no han d'entrar en una matèria que sovint els partits volen polititzar. Al·legar que els partits no es posen d'acord equival a fer el joc a alguns d'aquests partits i mentrestant perjudicar el mandat constitucional. Refusar el compromís al·legant que no es vol entrar en política és fer el joc, quan el que caldria és basar-se en el desenvolupament sostenible i en la mateixa Constitució.

A més, és de suposar que una constitució estableix grans acords transversals i que recull la voluntat general, més enllà dels matisos ideològics de cadascú. Per això, i especialment si ens referim a una empresa, seria una mostra de **transparència** que la presència determinant d'uns valors contraris a la Constitució fos explícita i raonada ja que els seus grups d'interès tenen el dret de disposar d'una informació tal.

És a dir, si una empresa opta per no incomplir aquest precepte constitucional –per bé que no desplegat a nivell estatal– i no mostrar cap respecte ni contribució a la protecció de les llengües, seria necessari que, per transparència, explicités i justificqués la seva postura.

b) Impacte social

En segon lloc, les empreses haurien de ser una palanca de canvi en un aspecte important de les polítiques públiques. Un dels grans problemes de l'Administració Pública és que posa el focus en el *procediment* molt més que en l'*impacte*, de manera que malgrat la bona intenció d'algunes normes, en la seva aplicació real l'*impacte* és minso.

Quan les empreses han canviat el model de relació amb les ONL, evolucionant d'un filantropia basada en la transferència econòmica a un model més singular de l'RSC on hi ha un diàleg, una col·laboració i unes aliances, s'ha entrat en la creació de valor compartit, i algunes empreses han volgut assegurar l'*impacte* de les seves inversions socials, i per això s'hi ha implicat amb voluntariat, formant part d'òrgans de govern, fent processos de cocreació, etc. Aquest aprenentatge que s'ha produït en relació amb les ONL encara no s'ha traslladat a la relació amb el sector públic. Fa unes dècades que algunes administracions van incorporar per vocació pròpia eines de gestió privades, però aquestes encara no han arribat a l'orientació a l'*impacte*, ja que es tractaria d'una transformació cultural inassumible sense una enorme pressió externa i el suport de canvis legals. Seria una bona notícia que les empreses exercissin aquesta pressió i demanessin *impacte* social de les polítiques públiques fetes amb els recursos de tothom. Per començar, però, caldria que les empreses fossin les primeres a gestionar l'*impacte* en les seves actuacions per tal de mostrar exemplaritat i poder transferir les bones pràctiques i augmentar la pressió social.

Respecte a la llengua, la sentència que obligava les escoles catalanes a fer el 25% en castellà seria un exemple de com posar el focus en el procediment. L'important hauria de ser el resultat que totes les persones escolaritzades coneguin les dues llengües oficials, cosa que ara per ara sols es compleix amb el castellà. Però ningú no

podrà demanar responsabilitats si com a conseqüència d'un jutge el resultat en coneixement de la llengua catalana és encara menor i si l'impacte és contrari al mandat constitucional perquè el català perd ús social i, per tant, protecció.

En un marc de responsabilitat social i amb empreses que s'orienten la creació de valor compartit amb un propòsit superior, correspondria que les empreses lideressin la cultura de l'impacte en totes les matèries de desenvolupament sostenible, també en les de caràcter cultural. Aquest plantejament atorgaria nova legitimitat social a les empreses, seria una palanca de canvi cap a la transformació radical de les administracions i defugiria la politització de certs àmbits que bloquegen el desenvolupament sostenible.

○ 4.2 La DISC i la política social de les empreses

La **Directiva Europea sobre Informació de Sostenibilitat Corporativa (DISC)**, coneguda com **CSRD** per les seves sigles en anglès, amplia significativament els requisits de transparència en matèria ambiental, social i de governança (ESG). Aquesta normativa s'aplica a les grans empreses i, progressivament, a altres categories, incloent-hi pimes cotitzades. Els nous estàndards, coneguts com a **Normes Europees d'Informació de Sostenibilitat (NEIS)**, garanteixen un enfocament estandarditzat i detallat, incorporant aspectes com els drets humans, el desenvolupament sostenible i la interacció amb les comunitats locals.

A diferència de l'antic EINF, la DISC exigeix no només informació sobre impactes, sinó també sobre compromisos, estratègies i resultats, promovent un enfocament més proactiu. Això pot incloure:

- **Compromís amb la comunitat i el territori:** Informar sobre les contribucions al desenvolupament local, incloent-hi la protecció del patrimoni cultural i lingüístic.
- **Relacions amb proveïdors:** Incorporar criteris socials i lingüístics en les polítiques de compra i subcontractació.
- **Consumidors:** Garantir que la informació i els serveis respectin els drets lingüístics.
- **Impacte i materialitat:** Reconèixer els temes lingüístics com a aspectes materials en societats amb llengües minoritzades.

Aquest marc es basa en el principi de **dobles materialitat**, que requereix avaluar tant com els factors socials i culturals afecten l'empresa com l'impacte de l'activitat empresarial en la societat i les comunitats.

La DISC no obliga a adoptar polítiques específiques, però fomenta la transparència i genera una expectativa creixent envers les empreses per integrar accions proactives en la seva gestió. Així, es presenta com una oportunitat per formalitzar polítiques de gestió lingüística dins la sostenibilitat empresarial.

Es proposa:

- **Política lingüística formal:** Integrar la llengua com a part de les polítiques socials i culturals de l'empresa.
- **Avaluació d'impacte lingüístic:** Mesurar i reportar l'impacte de l'activitat empresarial en les llengües pròpies de les comunitats locals.
- **Capacitació:** Formar els equips per identificar i abordar aspectes lingüístics en els informes de sostenibilitat.

○ 4.4 Focus de l'RSC a Catalunya

Respecte a la Societat i la Sostenibilitat oferim dos recursos que poden ser d'utilitat per a les empreses a l'hora d'escoltar la societat i la humanitat per poder abordar la gestió de l'RSC, en aquest cas en referència al diàleg amb la societat i en l'abordatge dels ODS.

“Focus de l'RSC a Catalunya” és un programa posat en marxa per l'associació empresarial Respon.cat el 2015 per facilitar que les empreses puguin abordar les matèries d'interès territorial de manera ordenada. El projecte Focus de l'RSC a Catalunya és **l'agenda local de l'RSC: identifiquem els aspectes més rellevants en la gestió de la Responsabilitat Social de les Empreses en clau de territori**. Pretén **estendre l'RSC fomentant que les empreses que operen a Catalunya integrin en la gestió de la seva RSC aquells temes prioritaris en clau local**, que han estat seleccionats de forma participativa entre grups d'interès representatius i de manera dinàmica en el temps.

Sovint les empreses saben què els correspon fer en els vectors ambiental o laboral, amb un coneixement tècnic més elevat, que no en el vector social, sovint menys sistematitzat i tradicionalment més donat a la filantropia.

Una empresa primer de tot ha d'atendre aquelles responsabilitats que són inherents a la seva activitat. Si contamines el riu, si maltractes els treballadors, si enganyes la clientela, si fas elusió fiscal, la teva responsabilitat davant de la societat passa per abordar aquestes matèries. Però un cop estàs abordant aquestes qüestions, és bo que l'empresa miri al seu voltant i es preocupi per les inquietuds de la societat on és present, per allò que la societat espera de les empreses en el seu conjunt.

Per facilitar la selecció d'aquestes inquietuds, Respon.cat va crear el projecte Focus de l'RSC a Catalunya, a partir del qual es van identificar i consensuar vuit grans focus. Per mitjà de sessions participatives *multistakeholder* es van identificar i consensuar vuit focus de l'RSC a Catalunya. A més, cada focus disposa d'una concreció dels temes més rellevants acordats:



Es tracta d'un **projecte pioner** en el camp de la gestió de l'RSC i dona resposta a la voluntat sempre expressada sobre el paper que **les empreses han d'adaptar el seu comportament corporatiu a les diferents societats on operen**.

- **Una empresa que operi a Catalunya, a més de les matèries que li siguin rellevants corporativament, també ha d'identificar aquelles que són rellevants a nivell de territori, com ara en el cas de Catalunya la preservació de la llengua pròpia.**

Focus: Compromís amb la comunitat i aliances

Perspectiva RSC: El discurs de l'RSC sempre emfatitza la necessitat que les empreses facin l'esforç de comprensió de les societats on operen, s'adaptin als contextos locals a partir de principis i valors universals, i tractin de donar suport al seu desenvolupament comunitari. Per mitjà del diàleg amb grups d'interès poden comprendre les inquietuds de la societat i descobrir les millors pràctiques, i travar les aliances i marcs de col·laboració. Una societat civil vertebrada i un ric teixit associatiu són punt de partida imprescindible per a articular el compromís de les empreses amb la societat. La gestió de la diversitat és un aspecte central de l'RSC, i en conseqüència el respecte a les diferents identitats.

Justificació per a Catalunya. El paper de les empreses a l'hora d'operar en societats amb identitats diferenciades és una matèria rellevant en RSC, ja que més enllà del compliment normatiu, una empresa ha de saber valorar la rellevància que tenen aquestes identitats tant en termes de respecte a la diversitat com tenint en compte les expectatives i

inquietuds de les comunitats on l'empresa opera. Catalunya té una societat civil desenvolupada i rica en organitzacions diverses, de manera que l'RSC ha de poder construir aliances amb aquesta societat vertebrada, generar mecanismes de col·laboració amb el teixit associatiu i les entitats no lucratives en particular, respectant el model institucional, associatiu i de voluntariat existent, i fer de les empreses un agent més en la construcció d'un territori socialment responsable.

Detall. La consideració de la societat catalana com un ens nacional al marge de les fronteres polítiques, amb una realitat històrica i una voluntat de continuar existint, i amb una expressió de demanda de voler ser tractada amb aquesta singularitat, hauria de comportar per part de la comunitat empresarial, ja sigui autòctona o que operi a Catalunya, un esforç de comprensió del context de sostenibilitat i de les bones pràctiques més adequades a cada organització, ja sigui en matèria sociocultural, lingüística, vertebració empresarial i institucional, etc. Així mateix, la construcció d'un Territori Socialment Responsable requereix que organitzacions molt diverses incorporin l'RSC, ja siguin grans o petites i privades, socials o públiques, amb una intensitat suficient per fer rellevant aquest enfocament de gestió en la cultura organitzacional del territori, creant marcs de diàleg on identificar i afrontar els reptes de sostenibilitat del territori en els seus diferents vectors i, finalment, incorporar els elements de l'RSC com a atribut de la pròpia marca de territori.

○ 4.5 Els Objectius de Desenvolupament Sostenible

Mentre que els Focus de l'RSE a Catalunya ens permeten entendre aspectes que tenen materialitat territorial, vegem ara els aspectes rellevants a nivell d'humanitat, en aquest cas a partir de l'Agenda 2030, tenint també en compte que Nacions Unides estableix que cal saber localitzar aquests objectius a cada societat.

L'any 2015, Nacions Unides va aprovar l'**Agenda 2030**, amb els **Objectius de Desenvolupament Sostenible** (ODS), una iniciativa molt ambiciosa per al període 2016-2030, que conté **17 objectius i 169 fites** que cal assolir abans del 2030.



A diferència d'altres iniciatives anteriors de NU, l'Agenda 2030 apel·la a totes les organitzacions conjuntament, ja siguin públiques, privades o socials, del Nord o del Sud, grans o petites, i fins i tot a la mateixa ciutadania, ja que solament amb l'esforç de totes les organitzacions es podrà assolir el repte.

Un dels reptes centrals des d'un enfocament d'RSC és precisament la integració normalitzada de la matèria lingüística dins la gestió de la responsabilitat social, entenent que aquella pren totes les característiques per ser considerada material en una gran part d'empreses que operen en una societat com la catalana.

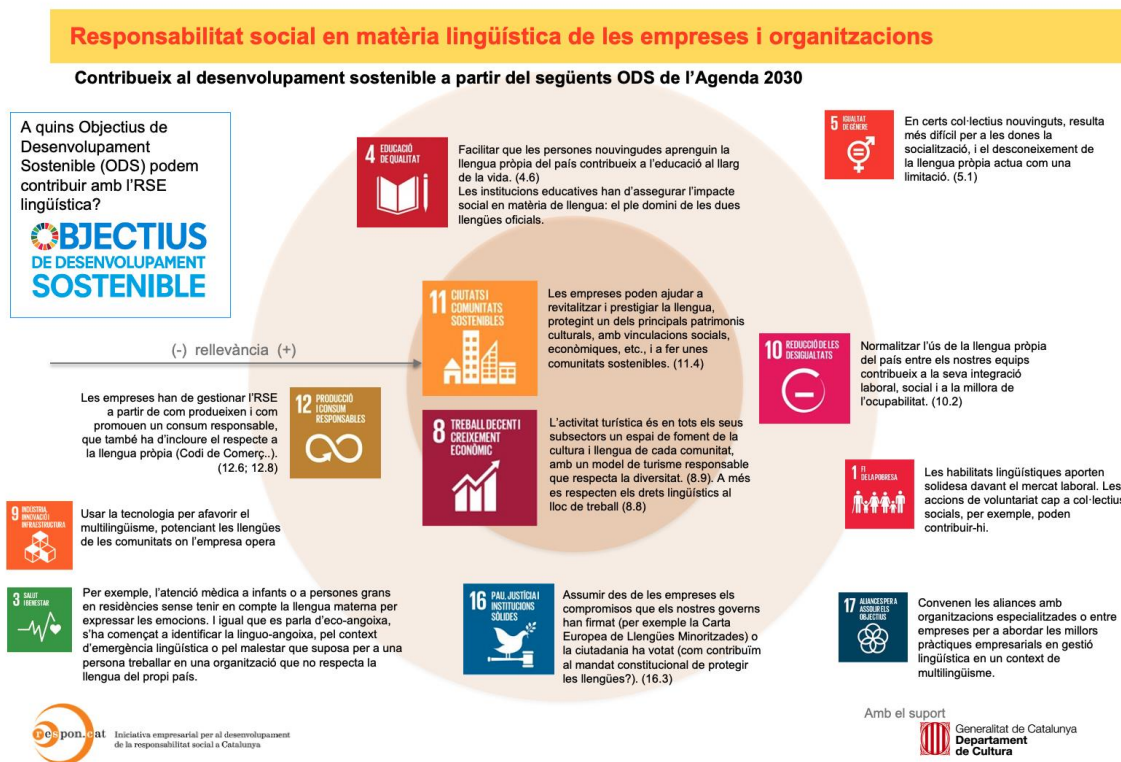
Si bé aquesta és una reflexió que ja s'havia fet anteriorment, amb la irrupció de l'Agenda 2030 i els ODS, i la importància creixent de l'emergència climàtica i els temes ambientals en general, així com ara per ara circumstancialment els derivats de la pandèmia, la matèria lingüística no ha aconseguit situar-se adequadament dins l'agenda de l'RSC i del desenvolupament sostenible.

Tanmateix, no és Nacions Unides qui en té la responsabilitat en traçar el full de ruta de l'Agenda 2030, sinó els qui en fan la localització ja que NU sempre ha remarcat que és cada territori qui ha de fer l'esforç de localitzar al context local.

Si bé és cert que les **matèries culturals** no tenen un ODS propi, sí que són presents a l'Agenda 2030 per mitjà d'alguns objectius i fites concretes. A més, atendre la matèria de la gestió lingüística no queda circumscrit a un enfocament merament de preservació cultural sinó que té relació amb molts altres ODS.

En aquest sentit, els canvis demogràfics que han fet de Catalunya un dels territoris d'arreu del món que han acollit més persones nouvingudes suposen un repte immens de gestió de la **diversitat d'origen**. Justament en aquests darrers anys, coincidint amb l'arribada de persones d'altres cultures i la manca d'eines polítiques per gestionar la integració lingüística, la llengua catalana ha experimentat un retrocés³ molt rellevant en els usos, fet que posa el català en una situació de risc mai vista en democràcia i que ja s'ha denominat "*emergència lingüística*".

Per això, Respon.cat ha fet, per mitjà del grup de treball d'RSC lingüística, una correlació base dels ODS amb la matèria lingüística:



Exactament igual com passa en totes les altres matèries, el **món empresarial** ha esdevingut central en la capacitat de generar impacte, ja sigui positiu o negatiu. La realitat ens mostra que la vitalitat i pervivència de la llengua pròpia de Catalunya depèn en gran mesura del paper de les empreses, al costat de la mateixa ciutadania.

Una de les característiques dels ODS és la seva transversalitat, ja que no té sentit abordar cada ODS de manera desconnectada dels altres ja que es perd eficàcia i eficiència.

³ Institut d'Estadística de Catalunya: <https://www.idescat.cat/pub/?id=eulp&n=7229>

- **Protegir i promoure la llengua catalana també forma part d'un model de desenvolupament sostenible ja que cal mantenir la diversitat i el patrimoni cultural.**
- **Les empreses que aborden els ODS i que operen en territoris amb rellevància dels temes lingüístics haurien d'incorporar l'enfocament lingüístic transversalment en l'abordatge del desenvolupament sostenible.**

○ 4.6 Prevalença de l'abordatge científic

Atesa la politització de moltes matèries que formen part de l'RSC, dels plàstic i combustibles fins a la igualtat de gènere o el canvi climàtic, les empreses han tenir com a criteri d'actuació el rigor científic:

- Davant la pandèmia de Covid 19 hi va haver posicionaments discrepants, però més enllà de les consideracions personals, les empreses responsablement havien de seguir el criteri científic.
- Davant el canvi climàtic hi ha tot un moviment negacionista, però les empreses responsablement han de guiar-se pel criteri científic majoritari avalat per les dades.
- Davant la matèria lingüística també hi ha una gran politització que, per exemple, nega la unitat de la llengua catalana, però les empreses responsablement han de guiar-se pel criteri científic.

Si en els dos primers casos l'empresa socialment responsable no dubtarà a l'hora de guiar-se pel criteri científic al marge que pugui haver-hi persones discrepants fins i tot dins els propis equips, igualment ha de fer amb altres matèries com la llengua, on científicament no hi ha ni els dubtes que poden aparèixer en altres matèries més sobrevingudes.

Disposar d'un criteri basat en la ciència i que s'utilitzi sempre garanteix que no estem fent política i que no estem discriminant persones de dins i fora de l'empresa sinó que acceptem amb normalitat allò que ens diuen les persones expertes en matèries que no formen part del nostre coneixement empresarial.

5 Propòsit empresarial

En pocs anys, la responsabilitat social ha arribat al capdamunt de les corporacions i entre els grans líders s'ha generalitzat l'opinió que no és suficient amb fer les coses bé sinó que cada empresa hauria de desenvolupar un sentit de propòsit empresarial i, en sentit més ampli, caldria passar del capitalisme d'accionistes al capitalisme de grups d'interès. El context ve condicionat per l'emergència climàtica, els enormes reptes socials, la pressió de la clientela i la societat en general i per la pròpia lògica empresarial.

El propòsit empresarial, segons model EFQM, aconsegueix la funció de:

- Explicar per què la seva activitat és important.
- Establir les bases per crear i proporcionar valor als grups d'interès.
- Proporcionar un marc de referència en què assumeixi la responsabilitat de la seva contribució i l'impacte a l'ecosistema en què opera.

El concepte de propòsit empresarial va lligat al de crear valor compartit, és a dir, orientar-se a crear simultàniament valor econòmic i valor social, o dit d'una altra manera, valor per a tots els grups d'interès. Això implica que a l'hora de prendre les decisions una organització no pot limitar-se a tenir en compte un sol grup d'interès com serien els accionistes o la propietat en el cas de les empreses convencionals.

Donat que el propòsit suposa un compromís corporatiu de primer nivell, pres pel màxim òrgan de govern, amb caràcter permanent i amb voluntat d'impacte, no es queda en una declaració sinó que es concreta en polítiques i en accions específiques per fer-lo tangible.

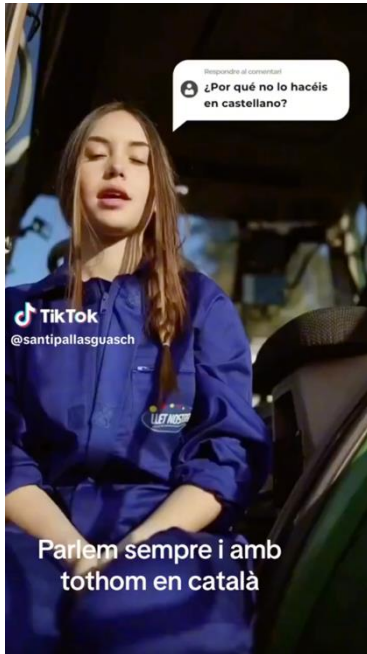
Fins ara, les matèries que més habitualment les empreses han focalitzat en els seus propòsits se situarien en els reptes climàtics i ambientals, o en matèria social, de drets humans, d'igualtat, de diversitat, etc. Però algunes empreses han vist l'oportunitat de prendre un compromís en matèries de vinculació amb la comunitat, entre les quals la llengua.

- **El propòsit empresarial, en tant que nova fórmula de sintetitzar l'RSC des d'un compromís d'impacte i creació de valor compartit, pot suposar una oportunitat de major pro activitat en la vinculació amb el territori i específicament el compromís amb la llengua.**
- **Expressat en negatiu, no té sentit que una empresa parli de propòsit i triple impacte per molt bones pràctiques que tingui en alguna matèria si no mostra respecte per la llengua pròpia de la societat on opera com si fos el cas que no respectés la diversitat sexual, d'origen o altres.**

Activisme empresarial

Al llarg dels darrers anys, algunes empreses han començat a fer el que s'anomena activisme empresarial, prenent posició pública sobre afers d'interès general al marge de la seva activitat de negoci, entenent que les grans marques no poden restar al marge dels temes que preocupen la societat. Malgrat que suposin entrar en una dimensió pre-política, forma part del compromís de responsabilitat envers la societat, ja que són aspectes amb un component ètic, alhora que l'empresa entén que ha de contribuir a fer-se seus els valors emergents, encara que no estiguin prou generalitzats, com una manera de generar

influència social, avançar-se a valors que experimentaran un creixement, i assegurar una complicitat amb segments socials sensibles. Si bé es poden perdre clients, es creu que se'n podrien obtenir més en el futur i, sobretot, que seran més compromesos amb l'empresa.



Òbviament, no seria recomanable que una empresa sense un sentit de propòsit i sense una gestió robusta de l'RSC iniciés aquest camí ja que suposaria un risc.

Podem contemplar casos d'activisme empresarial en matèria de suport a la

llengua catalana, a càrrec de l'empresa Parlem ([Minut de silenci · #TrenquemElSilenciParlemCatalà](#)) o de Llet Nostra.

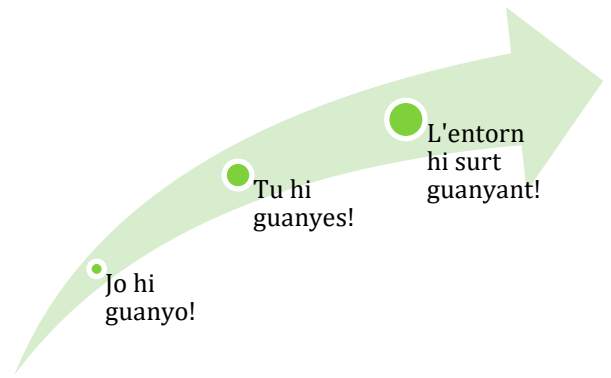


- **L'activisme empresarial, com a presa de posició pública amb voluntat de fer avançar en valors i comportaments socials, suposa una oportunitat per a algunes empreses de focalitzar la vinculació amb el territori i específicament el compromís amb la llengua. Mostrar un compromís amb la llengua fent-ne bandera i vinculant-ho amb un sentit de propòsit empresarial pot ajudar a establir una forma de relació emocional, una complicitat amb la societat.**

6 Triple impacte i valor compartit

És coneguda l'expressió anglesa **win-win** per a referir-se a un tipus de relació en què totes dues parts hi guanyen.

En l'RSC són bàsics els grups d'interès que tenim al voltant de l'empresa i els interessos legítims que se situen fora de l'àmbit estrictament empresarial. Per tant, és adequat referir-se a un model de relacions basades en el triple guany o triple win, és a dir, on les parts en diàleg hi surten guanyant i també els altres grups d'interès, l'entorn, la comunitat, el planeta.



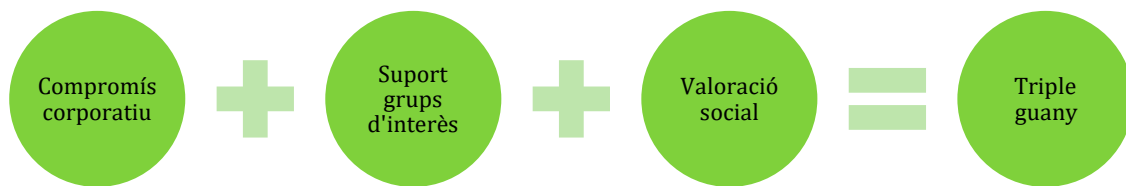
El coneixement i l'ús d'una llengua sempre té un caràcter acumulatiu que augmenta i potencia les capacitats comunicatives i d'accés al coneixement. En el cas de la llengua pròpia d'un territori, la potenciació en l'activitat socioeconòmica permet guanyar-hi a totes bandes, amb unes persones més capacitades i amb millor ocupabilitat, unes empreses més alineades amb les expectatives, i una comunitat més cohesionada i integrada.

Integrar la llengua dins l'RSC no treu protagonisme als altres aspectes, ja siguin ambientals, laborals, socials, etc. És més, atorga **més profunditat al sentit de responsabilitat** social ja que el compromís empresarial no ve determinat únicament per una gestió de riscos o per la pressió d'un grup d'interès sinó que deriva d'un esforç per comprendre la societat en tota la seva integritat.

El rendiment responsable de l'empresa serà més ric perquè integrarà aspectes diferents, fet que li permetrà **focalitzar no unes pràctiques concretes sinó un estil, uns valors**, un enfocament per aplicar transversalment i coherentment. Cal fer compatibles els objectius en els diferents aspectes per a sumar i donar el millor rendiment:

- L'RSC no consisteix en un llistat de tòpics que cal complir sinó en un estil de gestió que ha d'afectar tota l'empresa i ha de desvetllar la sensibilitat per comprendre les expectatives que la societat té dipositades en l'empresa.
- La defensa de la biodiversitat i de la sostenibilitat també demanen prestar atenció a la diversitat cultural com a part d'un ecosistema humà més ric, guiat per uns valors de respecte.
- L'acció social de l'empresa és un camp propici al desenvolupament de la sensibilitat lingüística, on treballar plegats els reptes socials i culturals en un mateix esforç.
- El desenvolupament dels recursos humans no es pot fer a banda de la capacitació en llengües i el desenvolupament d'habilitats socials i comunicatives.
- Els impactes econòmics que l'RSC demana tenen una realitat més en el valor creat per mitjà del foment del català. Les llengües tenen i generen un valor econòmic i la normalització d'ús socioeconòmic el fa revertir per a tot el territori i els seus agents; invertir en els actius intangibles del territori és un vector necessari d'un model sostenible

El triple guany ve finalment de la complicitat entre el compromís de l'empresa, els seus grups d'interès i la societat en el seu conjunt:



7 Beneficis

Beneficis de la incorporació dels aspectes lingüístics dins l'RSC

- **Negoci:** El català a l'empresa amplia les oportunitats de negoci en un mercat de més de 10 milions de persones. La llengua catalana orienta l'empresa cap a les necessitats dels consumidors, fidelitza els clients i permet guanyar qualitat, valor afegit i competitivitat. A més, amb la disponibilitat del català, l'empresa compleix la legislació lingüística, garanteix els drets dels consumidors i fa tangible la seva responsabilitat social.
- **Propòsit.** L'empresa amb propòsit ha de contribuir a construir un món millor, deixant un llegat basat en la sostenibilitat. Un propòsit creïble que posi el focus en alguna matèria ha de construir-se sobre una gestió sistemàtica de l'RSC, que integri tot d'altres aspectes materials, com el respecte a la comunitat.
- **Compliment.** L'empresa compromesa ha de complir els requeriments de la societat que han esdevingut normes legals, prestant atenció a la intencionalitat de la norma i amb l'aval del rigor científic que permeti tenir criteris homogenis per a totes les circumstàncies de l'RSC i sense lliscar pel pendent de la politització.
- **Coherència.** Sinergia en les polítiques d'RSC de l'empresa en abordar totes les diferents matèries de manera més integrada, facilitant una major alineació dins els objectius, estratègia i valors i prestant atenció a crear valor per a totes les parts, assegurant el 'triple guany', vetllant per la sensibilització de cada grup d'interès i per la construcció de valors compartits.
- **Confiança.** Per mitjà de la comunicació amb transparència dels compromisos i el rendiment dins el format d'RSC, es millora la credibilitat i la confiança, amb una sensibilització i comprensió més clara per al personal i els altres grups d'interès.
- **Impacte.** La cohesió social és un dels impactes més lloables amb què pot contribuir el teixit empresarial, fet que a Catalunya té una de les arestes més sensibles en la llengua pròpia com a factor d'integració, socialització i creació de comunitat, fet que ha de reportar un reconeixement a les empreses compromeses.
- **Marca.** El mercat del s. XXI és una gran conversa on el català és indispensable per connectar amb els consumidors. La disponibilitat del català a l'empresa fa marca, aporta solidesa reputacional. L'empresa compromesa pot desenvolupar orgull de pertinença pel compromís amb el país, s'hi vincula de manera emocional i efectiva contribuint a la seva cohesió social i a la preservació de la llengua i la cultura i la personalitat nacional.
- **Creativitat.** Canalitzar les demandes en una matèria sensible es pot fer millor dins la lògica de la gestió del conjunt de l'RSC, essent més capaç de mostrar sensibilitat, transformar en compromisos i donar-hi solucions innovadores de d'una visió empresarial anant més enllà de l'abordatge politicoadministratiu de les llengües i complementar-lo amb un enfocament d'empresa compromesa.

- **Innovació.** Des de l'RSC, l'empresa opta a poder comprendre millor la societat, els seus grups, les seves inquietuds, les seves tendències, anticipant-se a possibles riscos i captant les oportunitats. El diàleg amb grups d'interès específics hi pot ajudar. La innovació, adequadament comunicada, pot facilitar una transferència del model cap a altres empreses, ajudant a normalitzar l'abordatge socialment responsable del repte.
- **Excel·lència.** Excel·lir en el model d'RSC i llengua i posicionar Catalunya com a territori de convivència lingüística on les organitzacions poden accedir a models avançats de gestió lingüística d'interès empresarial global.

També podeu consultar aquesta infografia amb 50 raons per fer marca en català:

https://llengua.gencat.cat/ca/serveis/empresa/_emmarcat/50-raons-marca-catala/

8 Bones pràctiques

Les propostes concretes de bones pràctiques no formen part del cos de la publicació sinó que s'aniran publicant al web per tal de donar-hi un major dinamisme, actualitat i fomentar les propostes per part de les pròpies empreses.

Així podreu trobar-hi bones pràctiques aplicables a les diferents àrees de gestió empresarial com ara:

- Atenció a la clientela
- Proveïdors
- Implicació en la comunitat
- Altres grups d'interès
- Comunicació interna
- Comunicació externa: màrqueting, publicitat, webs i xarxes socials
- Etiquetatge, retolació, megafonia, tiquets...
- Propòsit i activisme empresarial
- Integració a la gestió RSC

Accés a la *landing*: <https://respon.cat/llengua/>

9 Conclusions

La gestió de la llengua sempre hauria d'haver format part de l'RSC en un context territorial on es fa molt evident que és un aspecte que pren materialitat. Les guies d'RSC, sovint copiades de models estàndards internacionals, igualment com les pautes de certes consultores, han estat un obstacle per fer emergir aquesta matèria.

El desenvolupament de l'RSC s'ha produït, a més, en paral·lel a l'emergència lingüística de la llengua catalana, motivada per diferents circumstàncies, però sota el context d'arribada d'un 15% de persones nouvingudes, que en bona part no han trobat prou incentius o facilitats a la integració lingüística.

Ara el repte és molt més gran. L'RSC ha passat de desenvolupar-se com un enfocament de gestió, que sovint es reduïa a una suma de bones pràctiques, a un enfocament molt més proactiu de contribuir a abordar amb eficàcia els reptes de la societat.

Les empreses som actors de transformació social amb capacitat per millorar el món en aquelles àrees on per activa o per passiva intervenim. La cohesió social té molts inductors, i en el cas de Catalunya un és la llengua i la cultura pròpies. Per a les empreses ha arribat el torn de contribuir amb sentit de propòsit a abordar l'enfortiment de la cohesió social de les societats on operem. I la llengua n'és un element cabdal.

Aquesta guia ens dona eines i recursos, començant pel propi relat, sobre el necessari abordatge de la llengua i la seva normal integració en la gestió de la responsabilitat social empresarial.

10 Bibliografia i referències

Marc normatiu i de referència

- Accés al marc legal de la llengua catalana: <https://llengua.gencat.cat/ca/el-catala/marc-legal>
- Carta Europea de les Llengües Regionals o Minoritàries (1992, vigent a l'Estat espanyol dels del 2001): <http://www20.gencat.cat/docs/Llengcat/Documents/Legislacio/Recull%20de%20Onormativa/Altres/cartaeur.pdf>
- Declaració Universal dels Drets Lingüístics. <https://www.pencatala.cat/programes/drets-linguistics/declaracio-universal-dels-drets-linguistics/>

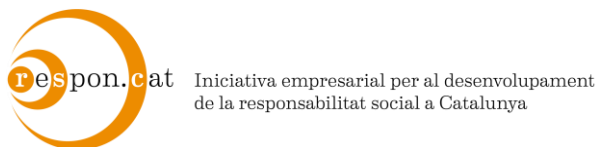
Recursos i grups d'interès

- Generalitat de Catalunya – Llengua Catalana: <https://llengua.gencat.cat/ca/inici/>
- Consorci per la Normalització Lingüística: <https://www.cpln.cat/>
- Plataforma per la Llengua: <https://www.plataforma-llengua.cat/>
- Fundació Vincle: <https://www.fundaciovincl.com/>

Publicacions i articles

- Guia de bones pràctiques de llengua catalana a l'empresa. Cecot: <https://cecot.org/wp-content/uploads/2024/12/guia-de-bones-practiques-de-llengua-catalana-a-lempresa.pdf>
- RSE i ús de la llengua catalana. Pimec:
 - MICROCAT. Responsabilitat Lingüística Empresarial. Guia de normativa i bones pràctiques per a l'ús del català en els sectors empresarials de comerç, restauració, serveis i industrial: https://www.fundaciopimec.org/wp-content/uploads/2022_guia_microcat_per_sectors-1.pdf
 - https://www.fundaciopimec.org/wp-content/uploads/guia_rsc_de_bones_practiques-1.pdf
- Secció RSC i llengua al blog ResponsabilitatGlobal.com amb articles, vídeos i reflexions. <https://responsabilitatglobal.blogspot.com/2010/02/memoria-responsabilitat-social-i.html>

Amb el suport:



L'elaboració d'aquest document ha comptat amb el suport del Departament de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya, amb l'objectiu expressat per Respon.cat de contribuir a normalitzar la promoció de la llengua catalana dins les metodologies de treball de la Responsabilitat Social de les Empreses i les prioritats d'abordatge.