Publicado en Barcelona el 25/08/2016

El 2016: un año clave para la transparencia empresarial

Para el 64% de los directivos, la responsabilidad social corporativa es uno de los pilares estratégicos en su empresa

Es el núcleo de la gestión empresarial. La responsabilidad social corporativa se consolida como un elemento clave para las compañías. Así lo aseguran el 64% de los directivos que han sido entrevistados en la XIX Encuesta Mundial de CEOs, elaborada por PricewaterhouseCoopers. Esta responsabilidad social es uno de los caminos más importantes para crear confianza y ser así más transparentes con la sociedad.

Antes que una tendencia, se trata de un cambio de mentalidad en las empresas. Y, además, involucra a toda la plantilla. Ya no solo importan los resultados que se obtienen. Ahora ha pasado a un primer plano la manera de obtenerlos. El sentido de esta responsabilidad, cuando nos referimos a las compañías, es que, además de los fines comerciales o productivos, no se pierdan de vista los sociales.

Las empresas no son ajenas a su entorno así que se espera, por su parte, una actuación responsable y ética. Así, la misma encuesta revela que un 53% de los directivos quiere crear valor para sus clientes mientras que un 31% amplía el foco y se atreve a pensar en global, es decir, en la sociedad en general. No obstante, la RSC es voluntaria y solo las compañías tienen la última palabra a la hora de decidir si dar un paso hacia esa dirección y reflejar su compromiso por la misma; un compromiso que, por otra parte, debe ir más allá de las palabras.

La RSC es un camino

En la economía española, este reto ya se ha asumido por algunas empresas, Entre ellas Grupo Cuñado, que empezó su actividad a finales de los años setenta y que se dedica a la prestación de servicios de suministro integral a la industria. En su caso, afirman que en un mercado cada vez más competitivo, sigue siendo una prioridad crear una cultura de servicio al cliente, a los colaboradores y a la sociedad basada en la profesionalidad, la eficacia y la cercanía.

Un ejemplo: su compromiso con el medio ambiente. La compañía recibió el reconocimiento a su Sistema de Gestio?n Ambiental a trave?s de la certificacio?n de acuerdo a la ISO 14001:2004, lo que refleja la responsabilidad social de la compañía en esta materia. La concienciacio?n ambiental les ha impulsado a adaptar todas sus actividades hacia un exhaustivo respeto del entorno.

Desarrollar acciones sociales y de voluntariado, no engañar a los clientes o promover la igualdad de oportunidades mejoran la RSC.

Más transparencia, más beneficios

Una empresa responsable se caracteriza por ser transparente y abrir sus puertas a la sociedad. Por lo tanto, uno de los mayores beneficios es la reputación que consigue. Además, también tiene efectos sobre la rentabilidad. En este sentido, destaca la gestión de Grupo Cuñado y su apuesta por la reinversión de sus beneficios para el constante desarrollo. Por todas estas razones, el 2016 sigue afianzándose como un año decisivo para demostrar la importancia de la RSC en el mundo empresarial.

En lo que respecta a Grupo Cuñado, es un conjunto de empresas dedicadas al suministro de tubos, válvulas, accesorios y misceláneos que distribuye a determinadas industrias: qui?mica y petroqui?mica, proyectos de explotacio?n de petro?leo y gas, centrales nucleares y te?rmicas, metalu?rgicas, siderometalu?rgicas, construccio?n naval, sector de las papeleras, alimentacio?n, plantas de tratamiento de aguas o de procesado de gas, entre otras.

Datos de contacto:
Mireia
932696160

Nota de prensa publicada en: Barcelona

Categorías: Nacional Comunicación Marketing Sociedad Recursos humanos Construcción y Materiales

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es