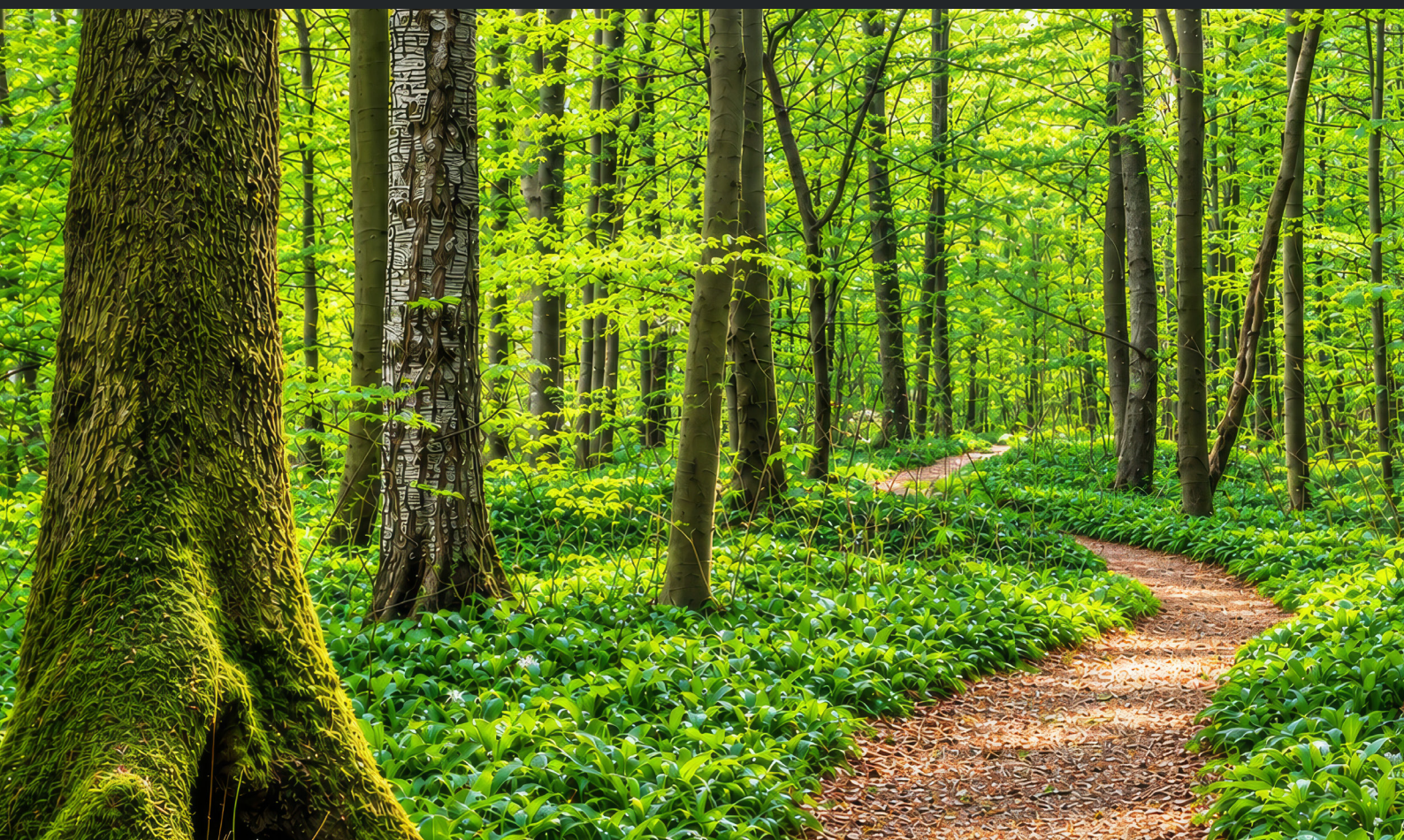
Intercol·legial

Col·legi de Censors Jurats de Comptes de Catalunya = EL CØL·L3G1

Guia de transparència i sostenibilitat per a col·legis professionals

Catalunya 2030



Aquesta Guia ha estat elaborada en el marc dels compromisos aportats per l'Associació Intercol·legial de Col·legis Professionals de Catalunya en el moment de signar l'Acord nacional per l'Agenda 2030 a Catalunya.

Constituïda com a Associació el 28 d'abril de 2011, la Intercol·legial de Col·legis Professionals de Catalunya representa més de 100 corporacions professionals de Catalunya, amb més de 200.000 col·legiats i col·legiades de tots els sectors professionals.

© Associació Intercol·legial 2025. Tots els drets reservats

El Col·legi de Censors Jurats de Comptes de Catalunya és una corporació de dret públic, amb personalitat jurídica pròpia, creada per la Llei 7/1995, de 28 de juny, aprovada pel Parlament de Catalunya. Es regeix per la Llei 7/2006, de 31 de maig, de l'exercici de professions titulades i dels col·legis professionals i pels seus Estatuts, declarats adequats a la legalitat per Resolució del Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya de 29 de juny de 2017.



Índex

Pròleg 01

Presentació de la Guia 03

Com ens afecten el criteris ASG i la nova normativa de sostenibilitat a Europa 05
Marga de Rosselló

La responsabilitat social dels col·legis professionals: del compromís al lideratge transformador 16
Josep Maria Canyelles i Pastó

La importància del càlcul del Valor Social Integrat en el col·legis professionals 34
Silvia Ayuso i Xavier Carbonell

L'impacte del medi ambient en l'àmbit col·legial 49
Xavier Angrill

Els aspectes socials en l'entorn col·legial 60
Noelia Acosta

La importància del bon govern i la transparència en els col·legis professionals 77
Joan Fontrodona

Com reportar el desenvolupament de la sostenibilitat?. Els fluxos d'informació 103
Carlos Cerdán

Com evitar el blanqueig social i mediambiental 116
Patricia Reverter

Eines de comunicació en sostenibilitat per a col·legis professionals 126
Marcos González

Exemples de bones pràctiques 145
Jordi Martí

PRÒLEG



Els col·legis professionals ocupem un espai rellevant en la vida institucional, econòmica i social del nostre país. Som corporacions arrelades al territori, pròximes als i les professionals i amb una clara vocació de servei públic. Aquesta posició ens atorga una responsabilitat que va més enllà de l'ordenació de l'exercici professional: la de contribuir activament a una cultura institucional més transparent, més responsable i més compromesa amb l'interès general.

Des de l'Associació Intercol·legial de Col·legis Professionals de Catalunya impulsem aquesta Guia amb la voluntat d'oferir als col·legis una eina útil per avançar en aquest camí. El nostre propòsit és clar: reforçar la transparència i el retiment de comptes, promoure la incorporació de bones pràctiques de sostenibilitat i afavorir una mirada compartida entre corporacions professionals davant reptes que ja formen part del present institucional europeu i català.

La transparència és avui un requisit de qualitat institucional. No només enforteix la confiança de la ciutadania, sinó que també millora la manera com governem, decidim i expliquem la nostra activitat. En el cas dels col·legis professionals, aquesta exigència pren una especial rellevància, atesa la nostra naturalesa de corporacions de dret públic i la funció social que desenvolupem.

Aquesta Guia també vol facilitar l'adopció de bones pràctiques que ajudin a integrar, de manera gradual i rigorosa, els criteris ambientals, socials i de bon govern en la gestió col·legial. No es tracta d'un exercici merament formal, sinó d'una oportunitat per revisar prioritats, sistemes de gestió i formes de relació amb els grups d'interès, tot reforçant la utilitat social dels nostres col·legis.

Finalment, aquest treball expressa una convicció que defineix l'Associació Intercol·legial: la millor manera d'avançar és fer-ho conjuntament. Compartir experiències, sumar coneixement i construir referents comuns ens permet donar respostes més sòlides i més útils. La col·laboració intercol·legial no és només una forma de cooperació institucional, sinó una manera d'enfortir el conjunt del sistema col·legial i la seva aportació al bé comú.

Confio que aquesta publicació sigui una eina d'orientació i de treball per als col·legis professionals de Catalunya, i que contribueixi a consolidar institucions més obertes, més solvents i més preparades per respondre a les demandes d'una societat que reclama exemplaritat, coherència i responsabilitat.

Finalment, vull expressar el meu agrament a l'Observatori Intercol·legial de Transparència i Retiment de Comptes, que presideix el Col·legi de Censors Jurats de Comptes de Catalunya, i a totes les persones que han fet possible aquesta obra. La seva contribució reforça la idea que els col·legis professionals no només han d'adaptar-se als canvis, sinó també ajudar a orientar-los des de l'ètica, la responsabilitat i l'excel·lència.

Cristina Vallejo Ros

Presidenta de l'Associació Intercol·legial de Col·legis Professionals de Catalunya



La Guia de transparència i sostenibilitat per a col·legis professionals neix d'un compromís compartit: reforçar el paper dels col·legis professionals com a agents clau en la construcció d'una societat més justa, íntegra i sostenible. Com a corporacions de dret públic, tenim una responsabilitat clara envers la ciutadania i envers els professionals que representem. En un entorn de transformacions socials, ambientals i reguladores, la transparència, el retiment de comptes i la bona governança deixen de ser opcionals per esdevenir una exigència ètica i estratègica.

Del compromís davant l'Aliança Catalunya 2030, va esdevenir aquesta guia com a expressió pràctica de la voluntat d'alinear la nostra actuació amb els reptes globals de la sostenibilitat. El perquè d'aquesta guia és clar: sense transparència no hi ha confiança, i sense confiança no hi ha legitimitat institucional. Els col·legis professionals no en som una excepció; al contrari, som un referent que ha de predicar amb l'exemple. Incorporar la sostenibilitat, en la seva triple dimensió ambiental, social i de bon govern, a l'ADN dels col·legis és una oportunitat per reforçar el propòsit col·legial, el vincle amb els col·legiats i incrementar la nostra aportació de valor al conjunt de la societat.

Aquesta publicació vol ser una eina pràctica, pensada per a equips de govern, gerències, comissions especialitzades i equips tècnics que vulguin avançar, amb rigor i de manera gradual, en la integració de la sostenibilitat en la gestió i en la manera de donar compte a la societat. Per això aborda, amb un enfocament divulgatiu i aplicat, qüestions com l'impacte dels criteris ESG i de la nova normativa europea, la importància del propòsit, el càlcul del valor social integrat, la dimensió ambiental, social i bon govern en l'àmbit col·legial, com reportar la sostenibilitat, la prevenció del blanqueig social i mediambiental, les eines de comunicació i diversos exemples de bones pràctiques.

Vull expressar un agraïment molt sincer a totes les persones que han fet possible aquesta publicació: als autors i autores dels capítols, per la seva generositat, el seu temps i la seva expertesa; a la Comissió de Sostenibilitat del Col·legi, pel seu impuls i visió; i a l'Associació Intercol·legial, per compartir el convenciment que els col·legis professionals tenim un paper determinant en la promoció d'institucions més transparents, responsables i orientades al bé comú. Sense aquesta suma d'esforços, aquesta guia no hauria vist la llum. Convido tots els col·legis professionals a fer seva aquesta eina, a adaptar-la a la seva realitat i a utilitzar-la per enfortir el seu compromís amb la transparència i la sostenibilitat. Contribuïnt així a institucions més sòlides i confiables, i a reforçar el paper dels col·legis professionals com a actors imprescindibles en l'assoliment d'una societat més equitativa, inclusiva i sostenible.

Joan Vall Gil

President del Col·legi de Censors Jurats de Comptes de Catalunya

PRESENTACIÓ DE LA GUIA

L'Associació Intercol·legial de Col·legis Professionals de Catalunya (la Intercol·legial) i el Col·legi de Censors Jurats de Catalunya (CCJCC) van adquirir un compromís davant l'Aliança Catalunya 2030. L'esmentat compromís consistia en impulsar la transparència i retiment de comptes dels col·legis professionals de Catalunya amb relació a la sostenibilitat, contribuint a assolir els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS), en concret Pau, justícia i institucions solides (ODS 16) i Aliances per aconseguir els objectius (ODS 17). Aquest compromís consistia en impulsar la realització d'una guia pràctica sobre transparència i retiment de comptes dins de l'àmbit de la sostenibilitat dirigida als col·legis professionals de Catalunya.

Ens plau presentar aquesta **Guia de Transparència i Sostenibilitat per a Col·legis Professionals**, fruit del treball col·laboratiu i del compromís ferm amb la construcció d'una societat més justa, ètica i sostenible. Aquesta guia, tal com s'ha comentat anteriorment, neix en el marc de l'adhesió de la Intercol·legial i del CCJCC a l'Aliança Catalunya 2030 impulsada pel Govern de la Generalitat de Catalunya i s'alinea amb els ODS definits per les Nacions Unides. Com a col·legis professionals creiem fermament en el paper transformador de les nostres organitzacions per avançar cap a una governança més transparent, responsable i alineada amb els reptes globals de la sostenibilitat.

L'elaboració d'aquesta guia ha estat possible gràcies a la implicació activa dels autors dels diferents capítols que conformen aquesta publicació. El seu coneixement com a experts de les diferents matèries desenvolupades ha estat fonamental per donar forma a una eina útil i aplicable a la realitat dels col·legis professionals. Volem agrair especialment a cadascun dels autors la seva generosa contribució, el seu temps i la seva dedicació. El seu treball col·lectiu, juntament amb les aportacions de la Comissió de Sostenibilitat del CCJCC, ha permès dotar aquesta guia d'un enfocament rigorós, transversal i profundament alineat amb els principis ESG (ambiental, social i bon govern).

Esperem que aquesta publicació, que no pretén ser un document tècnic sinó un document divulgatiu, serveixi d'inspiració i referent a altres col·legis i entitats

professionals contribuint a enfortir el paper que, com a corporacions de dret públic, tenim en l'empenta d'una societat més transparent, equitativa i sostenible.

Xavier Cardona

Col·legi de Censors Jurats

De comptes de Catalunya

Juanjo Climent

Il·lustre Col·legi de l'Advocacia

de Barcelona

COM ENS AFECTEN EL CRITERIS ASG I LA NOVA NORMATIVA DE SOSTENIBILITAT A EUROPA

Marga de Rosselló,

Sòcia de Sostenibilitat i Canvi Climàtic de PwC

RESUM

La sostenibilitat s'ha convertit en un eix central per a les empreses de la Unió Europea, impulsada per marcs normatius i objectius globals. Aquest capítol aborda com la sostenibilitat impacta positivament en les empreses i el nou marc normatiu que guia aquestes pràctiques, convertint desafiaments en oportunitats de negoci.

Ens enfrontem a grans problemes, i la seva magnitud i velocitat marquen l'emergència i la situació excepcional en què ens trobem. La mesura de l'impacte Ambiental, Social i de Governança (ASG) és fonamental, i els col·legis professionals juguen un paper crucial en la promoció de pràctiques sostenibles. La informació de sostenibilitat és crítica per al rendiment empresarial, i la seva integració és vital per a un futur competitiu, utilitzant la sostenibilitat com a motor de desenvolupament. Hem d'actuar ràpid i des dels col·legis professionals tenim el deure i la responsabilitat de ser agents del canvi cap a un món més sostenible, just i inclusiu.

Paraules clau: #Sostenibilitat, #CriterisASG, #ObjectiusDesennvolupamentSostenible, #RevolucióDel'Impacte, #PacteVerdEuropeu, #InformacióPrefinancera

1. PER QUÈ PARLEM DE SOSTENIBILITAT? EL MÓN EN EL QUAL VIVIM

Vivim en una era d'extinció massiva de plantes i animals, amb una taxa d'extinció unes 10.000 vegades més ràpida del normal. Els incendis forestals a l'Amazones, Califòrnia o d'altres regions, el desgel a Groenlàndia, l'Antàrtida, o a les glaceres de l'Himàlaia, Islàndia o els Alps, i la pujada del nivell del mar (que amenaça ciutats com Jakarta, Bangkok, Amsterdam, Manila, Xangai, Lagos, Londres, Nova Orleans o Miami) són alguns dels efectes visibles del canvi climàtic. Les sequeres, les onades de calor o les inundacions són cada vegada més freqüents i intenses, com hem vist per exemple amb l'impacte de les DANA al Llevant espanyol. L'illa de plàstics al Pacífic és més gran que França. La contaminació de l'aire s'estima que causa uns 8 milions de morts anuals (uns 93.000 morts a Espanya en una dècada), i la demanda de recursos (com energia, aigua i aliments) augmenta amb la població mundial, que es preveu que arribi a uns 8,6 mil milions el 2030. La desigualtat està augmentant, amb conseqüències socials i econòmiques significatives, i la representació de les dones en l'economia i la societat i el progrés cap a la igualtat salarial és massa lent. Aquest és el món en el qual vivim. Ens enfrontem, com a societat i com a espècie, a múltiples reptes mediambientals, socials i de governança, que requereixen de professionals formats i conscients de l'impacte, positiu o negatiu, que les nostres accions tenen sobre el planeta i les persones, i de la importància d'enfocar els nostres esforços a incorporar els criteris ambientals, socials i de governança (ASG) en les nostres actuacions com a persones, empleats, consumidors, empresaris, inversors o ciutadans.

2. AGENDA 2030 DE SOSTENIBILITAT GLOBAL: ELS ODS DE LES NACIONS UNIDES

Els objectius de desenvolupament sostenible (ODS) representen una agenda global per transformar el món amb un horitzó 2030. Acordats per 193 països, els ODS inclouen 17 objectius, 169 metes i 230 indicadors, proporcionant un marc comú per a tots. Les empreses poden participar activament en abordar aquests desafiaments globals, generant impacte econòmic significatiu. Segons l'informe "*Better Business, Better World*" de la Business & Sustainable Development Commission, publicat el gener de 2017, la consecució dels ODS representa una oportunitat de 12,3 bilions de dòlars per al sector privat, amb 12 àrees d'activitat destacades com els sectors de mobilitat, energia, construcció, fabricació o salut, entre d'altres (Figura 1).

Figura 1. Les 12 àrees més importants en una economia mundial dirigida a la consecució dels ODS



Font: Informe "*Better Business, Better World*" de la Business & Sustainable Development Commission, publicat al gener de 2017.

En aquest context, la tasca de tots els professionals que treballen en els diferents sectors d'activitat cobra especial rellevància, donat el seu impacte directe en transformar la

manera com fem les coses en cadascuna de les indústries i àrees de l'economia i entorn social.

3. LA REVOLUCIÓ DE L'IMPACTE ASG: TRANSFORMANT REPTES EN OPORTUNITATS

La revolució de l'impacte consisteix en fer el bé i mesurar-lo, millorant la vida de les persones i el medi ambient mentre es genera impacte econòmic i desenvolupament. Això implica mesurar la informació no financera o de sostenibilitat i visualitzar-la per prendre decisions informades com a consumidors, ciutadans, empleats o inversors. La transparència i la rendició de comptes de les nostres actuacions i del nostre impacte, tant positiu com negatiu, és la base que ens ha d'impulsar a actuar millor, amb una acció decidida, ambiciosa i ràpida que ens permeti transformar el món en què vivim, cap a un món més inclusiu, just i sostenible, com ens marca el far dels ODS.

I és en aquesta revolució de l'impacte on els col·legis professionals poden tenir un paper molt significatiu, impulsant que els professionals i empreses compleixin amb les normatives de sostenibilitat i integrin els factors ASG en les seves actuacions, promovent pràctiques responsables i sostenibles, buscant la reducció dels impactes ambientals, socials i de governança negatius i amplificant els impactes i les contribucions positives:

- Impacte Ambiental: els col·legis professionals han de fomentar la minimització de l'impacte ambiental entre els membres, promovent l'ús eficient dels recursos, la reducció de les emissions de carboni i la implementació de pràctiques sostenibles. Això inclou la formació i l'assessorament sobre les millors pràctiques ambientals.
- Impacte Social: els criteris socials inclouen aspectes com la diversitat, la igualtat i la inclusió, així com les condicions laborals i els drets humans, i la seguretat i salut dels empleats, clients i consumidors. Els col·legis professionals han de garantir que els seus membres respectin aquests criteris, promovent un entorn de treball just, segur i inclusiu.

- **Impacte de Governança:** la governança inclou la conducta i ètica empresarial, la transparència i la rendició de comptes. Els col·legis professionals han de assegurar que els membres implementin pràctiques de governança sòlides, garantint la transparència en les operacions i la rendició de comptes davant els grups d'interès.

Segons informes recents, el 40% de les pimes espanyoles incorpora criteris ASG en la gestió de l'empresa (informe "*Situación de la ASG en la pyme española*" de la Cámara de Comercio de España, publicat el maig de 2024), mentre que el 82% de les gestores espanyoles de capital risc es troben en un estat de maduresa intermedi o avançat en la integració dels criteris de sostenibilitat en els seus processos d'inversió ("*Evaluación sobre la madurez ASG del mercado español de Private Equity 2024*" de EthiFinance, publicat el febrer de 2025). Així mateix, en relació amb l'atracció i retenció del talent, més del 65% dels empleats considera importants els aspectes ASG a l'hora de triar una companyia en la qual treballar ("*Global Workforce ESG Preferences Study 2024*" de PwC, publicat l'abril de 2024). I per part dels consumidors, una mitjana del 9,7% estan disposats a pagar més per productes produïts o obtinguts de manera sostenible i el 85% reporten experimentar els efectes disruptius del canvi climàtic en les seves vides diàries ("*Voice of the Consumer Survey 2024*" de PwC, publicat el maig de 2024), la qual cosa influeix en les seves decisions de compra. Aquestes dades subratllen la importància de la sostenibilitat i els criteris ASG per a les empreses i els col·legis professionals, impulsant l'acció conjunta per a transformar el nostre model econòmic i social cap a un model sostenible.

4. EL NOU MARC NORMATIU SOBRE LA SOSTENIBILITAT A LA UE: EL PACTE VERD EUROPEU

El Pacte Verd Europeu, presentat el desembre de 2019, és el full de ruta que aspira a compatibilitzar creixement econòmic i respecte mediambiental, definint línies estratègiques i accions concretes. La Unió Europea (UE) es compromet a ser climàticament neutra per al 2050, i a protegir la vida humana, els animals i les plantes,

ajudant les empreses a convertir-se en líders mundials en productes i tecnologies netes, garantint que aquesta transició cap a una economia sostenible sigui justa i inclusiva per a tothom, sense deixar ningú enrere.

Els objectius principals del Pacte Verd Europeu inclouen:

- **Neutralitat climàtica per al 2050**: la UE es compromet a tenir zero emissions de gasos amb efecte d'hivernacle per al 2050, és a dir, que el balanç entre el carboni emès i fixat sigui zero.
- **Reducció d'emissions**: reduir les emissions netes de gasos amb efecte d'hivernacle en almenys un 55% per al 2030, en comparació amb els nivells de 1990.
- **Energia neta i eficient**: accelerar la transició cap a una energia neta i eficient.
- **Transport sostenible**: proveir transport eficient, segur i respectuós amb el medi ambient.
- **Estratègia industrial verda**: desenvolupar una estratègia industrial competitiva, verda i digital.
- **Sistema alimentari saludable**: promoure un sistema alimentari saludable per a les persones i el planeta.
- **Protecció de la biodiversitat**: protegir la biodiversitat i els ecosistemes i plantar 3 mil milions d'arbres addicionals a la UE per al 2030.
- **Desacoblament del creixement econòmic de l'ús de recursos**: promoure un creixement econòmic que no depengui de l'ús intensiu de recursos naturals.
- **Inclusió social**: assegurar que cap persona ni lloc quedi enrere en la transició cap a una economia verda.
- **Investigació i innovació**: impulsar la investigació i la innovació per al canvi transformador.
- **Finançament i desenvolupament regional**: assegurar el finançament i el desenvolupament regional per donar suport a la transició verda.

Amb aquests objectius, el Pacte Verd Europeu inclou el desplegament de diferents paquets normatius enfocats a impulsar aspectes com:

- La lluita contra el canvi climàtic, amb la Llei europea del clima, les normatives sobre energies netes i l'eficiència energètica, o el mecanisme per a gravar el carboni en les importacions (CBAM, per les seves sigles en anglès).
- L'impuls a una economia circular, amb les normatives de Responsabilitat Ampliada del Productor per a diferents fluxos de productes, com els envasos i residus d'envasos (fomentant la reutilització), els residus d'aparells elèctrics i electrònics (RAEE), el tèxtil, o els mobles, entre d'altres, i normatives d'ecodisseny per a productes sostenibles.
- La fiscalitat ambiental, amb impostos al carboni o al plàstic, per exemple.
- La protecció de la biodiversitat, amb l'estratègia de biodiversitat i la normativa de desforestació.
- La diligència deguda en sostenibilitat i drets humans., amb la Directiva sobre diligencia deguda de les empreses en matèria de sostenibilitat (coneguda com a CSDDD o CS3D, per les seves sigles en anglès).
- L'apoderament dels consumidors per a la transició ecològica, amb la normativa sobre al·legacions ecològiques, on s'estableixen requisits per a les al·legacions ambientals, assegurant que siguin honestes i verificades per tercers independents, o el reglament sobre productes sostenibles que exigeix ecodisseny de productes, durabilitat, reparabilitat i reciclabilitat, proporcionant informació al consumidor a través d'un passaport digital de producte.
- La transparència i el rendiment de comptes, amb normatives de divulgació d'informació sobre sostenibilitat com la Directiva d'Informació Corporativa sobre Sostenibilitat (CSRD, per les seves sigles en anglès).

La Directiva CSRD, amb un calendari d'aplicació progressiu des de 2024 en endavant, amplia significativament l'abast del *reporting* de sostenibilitat per a empreses cotitzades

i grans empreses no cotitzades a la UE. La UE ha desenvolupat els seus propis estàndards de divulgació de sostenibilitat, amb les Normes Europees d'Informació de Sostenibilitat (ESRS, per les seves sigles en anglès), amb un enfocament de doble materialitat obligatori (materialitat d'impacte de les activitats de les empreses sobre les persones o el medi ambient, positius o negatius, i materialitat financera dels aspectes de sostenibilitat com a desencadenants d'efectes financers significatius a l'empresa, en forma de riscos o oportunitats) i un èmfasi en la cadena de valor. Aquesta informació sobre sostenibilitat haurà de ser un component obligatori de l'informe de gestió que acompanya als comptes anuals, i no podrà ser presentada com a un document o informació separada dels estats financers, i haurà de ser etiquetada digitalment, amb un format electrònic XBRL d'acord amb un format únic europeu (ESEF, per les seves sigles en anglès). La Directiva explicita també la responsabilitat de la direcció i els òrgans de govern de les empreses en la preparació, supervisió i formulació de la informació sobre sostenibilitat (amb un nou rol del Comitè d'Auditoria), així com la seva verificació obligatòria per un verificador extern independent.

I en el cor del Pacte Verd Europeu se situa el **finançament**, amb el Pla d'Acció de Finances Sostenibles de la UE, aprovat el 2018 com a mecanisme per a assegurar el finançament i la implementació de les seves accions, i que neix amb l'objectiu principal de reorientar els fluxos de capital, tant públics com privats, cap a activitats sostenibles, gestionant els riscos financers derivats de la sostenibilitat i fomentant la transparència i el llarg termini en les activitats financeres. Com a palanca per a impulsar aquesta transformació del nostre model econòmic i ajudar els agents financers en les seves decisions d'inversió, es desenvolupa també la regulació de taxonomia verda de la UE, un sistema de classificació que defineix activitats econòmiques sostenibles, que contribueixen significativament als objectius mediambientals de la UE complint unes salvaguardes mínimes de caire social. La correcta aplicació de la taxonomia depèn de la disponibilitat d'informació detallada i fiable, ajudant a promoure i finançar activitats sostenibles i combatre el *greenwashing*.

Cal mencionar que la Comissió Europea es troba immersa en una iniciativa de simplificació normativa, denominada "Òmnibus", que té com a objectiu principal reduir la càrrega

administrativa a la qual es troben sotmeses les companyies europees. Aquesta simplificació afecta, entre d'altres regulacions, la Directiva CSRD mencionada anteriorment (que encara es troba pendent de transposició a l'Espanya), reduint la informació a reportar i l'abast d'empreses afectades, o la CSDDD de diligència deguda. Tot i aquesta iniciativa simplificadora, la Comissió ha manifestat que els objectius comuns del Pacte Verd europeu segueixen plenament vigents, mantenint la competitivitat, el creixement sostenible i la resiliència econòmica com a prioritats principals.

5. CONCLUSIÓ: LA IMPORTÀNCIA DE LA INFORMACIÓ SOBRE SOSTENIBILITAT

La sostenibilitat és crucial per a les empreses, afectant la seva reputació i rendiment. Els grups d'interès, inclosos clients i consumidors, finançadors i accionistes, administracions públiques o la societat civil, han inclòs la sostenibilitat com un eix central de les seves activitats. L'adopció de polítiques públiques i regulacions en sostenibilitat s'ha accelerat, i cada vegada més empleats reconeixen la sostenibilitat com un element clau a l'hora de buscar feina o els consumidors estan disposats a pagar més per productes produïts amb respecte per les persones i el medi ambient. A més, l'interès dels ciutadans ha promogut la presència de continguts de sostenibilitat als mitjans de comunicació, i el cuidar la reputació de les empreses s'ha convertit en un risc i alhora una oportunitat per als negocis.

Les empreses han d'adoptar estratègies d'integració de la sostenibilitat en el seu model de negoci, assegurant un futur sostenible i competitiu, i per això es necessiten dades. Dades per a poder gestionar i per a poder visibilitzar els impactes, riscos i oportunitats de la sostenibilitat, per tal de prendre decisions informades, ja sigui com a directiu o gestor d'una organització, com a inversor o accionista, com a empleat, com a client o consumidor, o com a ciutadà. I en aquest sentit, cal tenir ben present que la informació sobre sostenibilitat no és només informació no financera (com moltes vegades se l'ha

denominat, com si fos un ens totalment separat i independent de la informació i el rendiment financer de les companyies i els seus beneficis), sinó que la informació de sostenibilitat és **informació prefinancera**, que tard o d'hora impactarà d'una manera o una altra en el compte de resultats de la companyia i en la seva sostenibilitat a futur. O és que ens pensem que dades com la satisfacció dels empleats o la fidelitat dels clients no tenen impacte en el negoci?

I amb aquesta informació de sostenibilitat, les empreses poden adoptar diferents enfocaments estratègics per tal d'integrar la sostenibilitat en el seu model de negoci, des d'un mer compliment de regulacions obligatòries, fins a entendre que la sostenibilitat és una palanca per a la transformació estratègica i el lideratge en el mercat. La sostenibilitat pot ser una font d'ingressos, una manera de reforçar la competitivitat i l'atractiu per a clients, talent i inversors, i un motor de rendiment.

I és en aquesta transformació on els col·legis professionals hem d'assumir un rol de lideratge cap a un món més sostenible, just i inclusiu, impulsant l'acció conjunta dels professionals i empreses, amplificant les pràctiques responsables i les contribucions positives, oferint informació transparent i verificada, i liderant amb l'exemple utilitzant la sostenibilitat com a motor de desenvolupament.

BIBLIOGRAFIA

- Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de Nacions Unides, publicats al setembre de 2015
- Informe "Better Business, Better World" de la Business & Sustainable Development Commission, publicat al gener de 2017
- Informe "Situación de la ASG en la pyme española" de la Cámara de Comercio de España, publicat al maig de 2024
- Informe "Evaluación sobre la madurez ASG del mercado español de Private Equity 2024" de EthiFinance, publicat al febrer de 2025

- Informe “Global Workforce ESG Preferences Study 2024” de PwC, publicat a l’abril de 2024
- Informe “Voice of the Consumer Survey 2024” de PwC, publicat al maig de 2024

LA RESPONSABILITAT SOCIAL DELS COL·LEGIS PROFESSIONALS: DEL COMPROMÍS IMPLÍCIT AL LIDERATGE TRANSFORMADOR

Josep Maria Canyelles i Pastó

Expert en RSC. Director de Respon.cat. Soci consultor de Vector5.

RESUM

Els col·legis professionals poden continuar actuant com a gestors eficients i proveïdors de serveis, però la societat actual espera d'ells molt més: lideratge ètic, incidència pública i una connexió genuïna amb la comunitat. Aquest capítol proposa una mirada crítica i transformadora sobre la responsabilitat social col·legial, tot plantejant que cal passar del compromís implícit a una acció estructural, valenta i alineada amb un propòsit col·lectiu.

S'hi exploren reptes com la governança responsable, l'activisme institucional, la relació amb el territori, l'arrelament lingüístic i la necessitat d'identificar els impactes materials reals de cada professió. Amb un estil que interpel·la i qüestiona, es convida els col·legis a sortir de la zona de confort i repensar-se com a institucions públiques compromeses amb el bé comú. No es tracta només de fer més coses, sinó de fer-se millors preguntes. I d'actuar amb coherència, coratge i sentit de futur.

Paraules clau: propòsit institucional, lideratge col·lectiu, responsabilitat social, compromís comunitari, governança ètica, col·legis professionals.

1. INTRODUCCIÓ: UNA NOVA MIRADA SOBRE EL ROL DELS COL·LEGIS

La responsabilitat social no és una moda ni un afegit estètic: és una exigència creixent de legitimitat per part de la societat. I en aquest context, els col·legis professionals tenen una oportunitat i una responsabilitat que no poden eludir. Des de la seva naturalesa jurídica ja tenen assignades funcions públiques. Però més enllà de la seva base normativa, hi ha una dimensió profunda, sovint menys articulada: el seu rol com a institucions de confiança, referents de valors i arquitectes del capital social. No n'hi ha prou amb representar, ordenar i donar serveis: el repte és liderar amb sentit i aportar valor compartit a la societat.

Aquest capítol parteix de la convicció que cal fer un pas més. No perquè els col·legis no hagin actuat amb una gestió de la responsabilitat envers la societat sinó perquè els temps actuals demanen una responsabilitat sistematitzada, proactiva i amb voluntat d'incidència. En un moment de crisis superposades –sanitària, climàtica, institucional, democràtica–, el model col·legial pot esdevenir un espai central per ajudar a vertebrar una societat més cohesionada, ètica i sostenible.

Aquesta no és una proposta de més gestió ni de més burocràcia. Tampoc una llista de bones pràctiques. És una crida a fer un salt qualitatiu. A repensar el rol dels col·legis en clau de propòsit institucional, de coherència ètica i de responsabilitat sistèmica. Perquè gestionar responsabilitat no és només tenir bones intencions ni acumular accions benintencionades: és alinear el model de governança, la cultura organitzativa i la relació amb els grups d'interès a partir d'uns valors explícits i operatius.

El lector no hi trobarà aquí una defensa de l'RSC com a còpia del que fan les empreses. El model col·legial té especificitats que el fan únic. Però sí que s'hi proposa una lectura exigent: que la responsabilitat social no s'assumeixi com un formalisme sinó com una estructura. I que esdevingui, a la vegada, una eina per enfortir la confiança social, per

articular aliances i per afrontar els reptes de futur des d'una posició valenta i compromesa.

Aquest article és, doncs, una invitació a mirar-se la pròpia institució amb esperit crític i amb ambició transformadora. A veure-hi no només allò que ja funciona, sinó allò que pot esdevenir. I a assumir que els col·legis no són només espais de servei, sinó agents amb capacitat real d'incidir en el model de societat que volem construir.

2. SUPERAR EL MARC TÀCIT: INSTITUCIONALITZAR EL COMPROMÍS COL·LEGIAL

El compromís dels col·legis professionals amb la societat ha estat històricament més implícit que explícit. A la pràctica, moltes institucions col·legials han actuat amb responsabilitat, però sovint des d'una lògica reactiva, fragmentària o no sistematitzada. La responsabilitat social ha existit, però com una actitud, no com una política integrada. El moment actual exigeix fer el pas de la cultura tàcita a la governança deliberada.

És un canvi de mirada. No es tracta només de continuar fent "accions socials" o bones pràctiques disperses, sinó de situar la responsabilitat social com a eix estructurant de la identitat i el funcionament col·legial. I això vol dir incorporar-la en l'estratègia, en la presa de decisions, en la relació amb els col·legiats i amb l'entorn. Vol dir passar de l'anècdota a l'estructura, del voluntarisme a la sistematització.

Per institucionalitzar aquest compromís cal reconèixer que la responsabilitat col·lectiva no es pot delegar a una comissió específica o a una acció puntual. Ha d'impregnar tota l'organització: el plenari, les juntes, les comissions, els serveis tècnics i el personal de gestió. I ha de quedar recollida de manera clara en els documents estratègics, els codis interns, els sistemes d'avaluació i la rendició de comptes.

La institucionalització del compromís també implica un exercici d'autodiagnosi. Com estem generant valor social? En què som referents? On tenim mancances ètiques, de transparència o de sostenibilitat? Quin impacte generem amb les nostres accions, complicitats, omissions o silencis? Només des del reconeixement del que som podem avançar cap al que volem ser.

Finalment, cal tenir present que institucionalitzar el compromís no és perdre llibertat o flexibilitat. És, justament, guanyar coherència, robustesa i credibilitat. És poder afirmar, sense por, que som una institució pública que actua amb responsabilitat i que s'exigeix a si mateixa el que també espera dels col·legiats i col·legiades. I és entendre que, en un món que exigeix confiança, la millor reputació és la que es fonamenta en la coherència i la transparència.

3. DEL SERVEI CORPORATIU AL PROPÒSIT COMPARTIT

Els col·legis professionals han desenvolupat, històricament, una funció eminentment corporativa: representar els interessos del col·lectiu, vetllar per la qualitat de l'exercici professional i oferir serveis útils als col·legiats i col·legiades. Aquesta funció continua sent essencial, però ja no és suficient. La societat actual n'espera més, de les empreses i de totes les institucions. Espera que les institucions col·legials articulin un **propòsit compartit**, que transcendeixi la defensa dels interessos de part per vincular-se amb els valors que cohesionen la comunitat i amb els grans reptes socials.

Parlar de propòsit no és fer poesia. És fer estratègia. El propòsit col·legial hauria de formular-se com la **raó de ser institucional al servei del bé comú**, explicitant quina contribució vol fer la professió al conjunt de la societat. Aquesta formulació ha de ser genuïna, clara, creïble i capaç d'inspirar l'acció. No es tracta de crear un nou eslògan ni de substituir la missió formal, sinó de reconnectar profundament amb allò que dona sentit a l'existència del col·legi en el segle XXI.

Hi ha professions que ho tenen més a mà: les sanitàries, les educatives, les ambientals... Però fins i tot en aquells sectors on l'impacte social és menys percebut a primera vista, es pot identificar un propòsit compartit si es fa l'exercici adequat. Un col·legi pot decidir ser garant d'ètica professional, promotor d'una economia més justa, agent de cultura democràtica, articulador de coneixement, constructor de confiança...

Aquest propòsit s'hauria de reflectir en l'estratègia i en l'activitat quotidiana: des del tipus de formació que s'ofereix, fins a les causes que es defensen públicament, passant per les col·laboracions que s'estableixen i el posicionament davant els debats socials. També hauria d'orientar la manera com es comunica: el relat institucional ha de projectar propòsit, no només gestió o prestació de serveis.

Assumir aquest propòsit compartit no vol dir renunciar al vessant corporatiu. Ans al contrari, el reforça. Quan un col·legi és capaç de mostrar la seva aportació al bé comú, guanya legitimitat, reforça la identitat professional i enforteix la comunitat col·legial. Els col·legiats i col·legiades volen formar part d'una institució que **no només els defensa, sinó que els representa amb orgull davant la societat**.

En aquest sentit, el moviment de les "empreses amb propòsit" pot inspirar els col·legis professionals. El Manifest per una Economia amb Propòsit –impulsat des de Respon.cat i amb una àmplia adhesió institucional– planteja que les organitzacions han d'orientar la seva activitat cap a un triple impacte: econòmic, social i ambiental. Aquesta lògica també és aplicable al món col·legial: el propòsit no és ornamental, és estratègic. I si és autèntic, es converteix en criteri d'actuació, en far i en compromís.

Finalment, cal recordar que en aquests temps de transformacions profundes, **les institucions que no revisen el seu sentit poden acabar perdent el seu lloc**. Un propòsit col·lectiu, assumit i compartit, és el millor antídot contra la irrellevància. I és també el millor camí per fer dels col·legis espais vius, útils i amb capacitat de transformació.

4. LA RESPONSABILITAT SOCIAL COM A EIX DE LIDERATGE COL·LEGIAL

Si assumim que el propòsit ha de ser el motor de l'acció col·legial, la responsabilitat social n'esdevé el vehicle concret per fer-lo operatiu. Parlar de responsabilitat social en el context col·legial és dotar la institució d'un enfocament transversal que integri la dimensió ètica, l'impacte social, l'eficiència institucional i la capacitat relacional, pensant en per quin món treballen des de la nostra actuació i estil. És, en definitiva, una manera de governar-se que expressa amb coherència els valors que es volen promoure en l'exercici professional.

El lideratge col·legial s'ha d'expressar no només en la representació institucional o en la capacitat d'interlocució amb l'administració, sinó també en la manera com la pròpia organització es gestiona i es posiciona davant els reptes col·lectius. Un col·legi que exerceix la responsabilitat social com a eix de lideratge és aquell que:

- Dona exemple en matèria de bon govern, transparència i rendició de comptes.
- Promou activament valors professionals alineats amb els drets humans, la sostenibilitat i la justícia social.
- Es vincula amb el seu entorn i amb els grups d'interès des de l'escolta i la col·laboració.
- Assumeix compromisos concrets que transcendeixen la lògica corporativa per incidir en el bé comú.

Aquesta responsabilitat no pot recaure en una comissió perifèrica ni quedar encapsulada en un àmbit tècnic. Ha de ser un criteri de direcció. Ha d'impregnar l'agenda institucional, les prioritats pressupostàries i els mecanismes de planificació.

5. REPTES EMERGENTS PER ALS COL·LEGIS COM A INSTITUCIONS AMB RESPONSABILITAT SOCIAL

Els reptes als quals s'enfronten avui les institucions col·legials no són només els que afecten les professions que representen, sinó també els que impacten el conjunt de la societat. En aquest context, la responsabilitat social s'ha d'entendre com una eina per llegir adequadament el moment, anticipar escenaris i oferir respostes col·lectives amb capacitat d'incidència.

Un primer repte és la **crisi de confiança institucional**. La ciutadania tendeix a desconfiar de les organitzacions formals, especialment si percep que aquestes actuen amb opacitat, endogàmia o desconnexió. Els col·legis poden trencar aquesta lògica si aposten per la transparència radical, la participació activa dels col·legiats i una comunicació propera, pedagògica i bidireccional. La confiança no s'improvisa: es construeix des de la coherència i la proximitat.

Un segon repte és l'**emergència climàtica i ecològica**. Cap institució pot restar-ne al marge. Els col·legis han d'assumir que la sostenibilitat és un imperatiu ètic i una responsabilitat transversal. Això inclou des de la gestió interna (consum d'energia, mobilitat, compres, digitalització sostenible) fins al foment d'una cultura professional ambientalment responsable. Algunes professions tenen un paper clau en aquesta transició, i els col·legis poden ser impulsors de criteris i orientacions per facilitar-la.

Un tercer repte és la **desigualtat social** i la necessitat de reforçar la cohesió, la vertebració social. Les bretxes d'oportunitats, gènere, territori o condició socioeconòmica són persistents i, en alguns casos, creixents. Els col·legis poden actuar com a agents de democratització professional, fomentant l'equitat en l'accés, combatent les discriminacions i promovent valors inclusius. També poden incidir en l'orientació de la responsabilitat individual dels professionals cap a una pràctica més compromesa

socialment. No som conscients de la pèrdua accelerada de capital social que estem experimentant, i que pot comportar una davallada en la vertebració social.

El quart repte és la **transformació digital**. Lluny de ser només una qüestió tecnològica, la digitalització interpel·la el model relacional, la governança, la gestió del coneixement i la pròpia cultura institucional. Els col·legis han de saber aprofitar les oportunitats que ofereix, però també han de vetllar per no reproduir noves formes d'exclusió o deshumanització. Una digitalització responsable hauria de ser un compromís explícit.

En aquest mateix sentit, trobem **la desinformació**. En un món de fluxos constants d'informació, rumors i narratives polaritzadores, els col·legis poden esdevenir **fonts de criteri, de coneixement expert i de referencialitat**. Per fer-ho, cal mantenir una veu institucional sòbria, ben fonamentada i connectada amb les preocupacions reals de la ciutadania. No és exagerat afirmar que la pròpia democràcia pot estar en risc d'esdevenir una mera ficció per a una societat poc capaç d'abordar els reptes de manera madura, assumint la complexitat dels reptes, i la necessitat de crear dinàmiques que recuperin el sentit col·lectiu i comunitari.

Aquests reptes són, de fet, oportunitats per legitimar el paper col·legial. Si saben llegir bé l'escenari, els col·legis poden posicionar-se com a espais rellevants per a la regeneració institucional, la innovació cívica i la sostenibilitat democràtica. La responsabilitat social, entesa com una estratègia integral de compromís, és l'eina que pot permetre fer aquest salt qualitatiu amb solidesa i sentit.

6. L'ACTIVISME COL·LEGIAL RESPONSABLE

En un entorn social en transformació, el lideratge dels col·legis professionals no pot limitar-se a la gestió corporativa o a la regulació tècnica de l'exercici professional. Cal recuperar i potenciar una dimensió més proactiva, que es podria qualificar com a

activisme col·legial responsable: una actitud institucional valenta, compromesa i al servei de la transformació social des dels valors de la professió.

Aquest activisme no s'ha d'entendre com a militància ideològica, sinó com a expressió de coherència entre el propòsit institucional i les preses de posició públiques davant els grans reptes col·lectius. Els col·legis, pel seu caràcter institucional i per la legitimitat democràtica que els atorga la base col·legiada, tenen la capacitat –i sovint la responsabilitat moral– d'**alçar la veu** quan hi ha qüestions que afecten la dignitat de la professió, la qualitat de vida de les persones o els drets fonamentals.

L'activisme responsable pot expressar-se de diverses formes:

- **Emetent posicionaments públics** ben argumentats i fonamentats davant situacions de regressió social, crisi ambiental, vulneració de drets o conflictes ètics vinculats a l'exercici professional.
- **Impulsant campanyes institucionals** per sensibilitzar tant la societat com els propis professionals sobre valors i bones pràctiques.
- **Generant espais de debat** i reflexió col·lectiva, assumint un paper dinamitzador del pensament crític i el coneixement professional.
- **Col·laborant activament amb altres actors** socials i institucionals per articular respostes compartides davant desafiaments sistèmics.

Aquest activisme, per ser legítim i efectiu, ha de sorgir d'un **procés intern deliberatiu**: ha de comptar amb l'aval col·legial, estar alineat amb els valors declarats i respectar la pluralitat interna. És a dir, no pot ser una reacció improvisada ni una iniciativa personalista, sinó una expressió col·lectiva de compromís.

Quan s'exerceix amb prudència i ambició alhora, l'activisme col·legial pot fer dels col·legis institucions rellevants en l'espai públic. Pot connectar la professió amb la ciutadania, donar sentit a la vocació de servei i contribuir a regenerar el debat públic des d'una perspectiva experta, rigorosa i ètica.

En moments en què la societat reclama institucions que prenguin partit per la justícia, la sostenibilitat i la dignitat, els col·legis tenen una oportunitat per mostrar que no són mers administradors de llicències o serveis, sinó actors compromesos amb el benestar col·lectiu i el futur del país. Aquest activisme no només reforça la legitimitat externa, sinó que **dona sentit intern i cohesiona la comunitat col·legial** entorn d'un projecte amb valors.

Ens hem preguntat realment què espera la ciutadania d'un col·legi professional? Hem explorat què faríem si volguéssim reconstruir la nostra institució des de zero? Si avui la societat ens hagués de tornar a crear, quina missió ens encomanaria?

7. BONES PRÀCTIQUES, RISCOS I CONTRADICCIONS

La responsabilitat social, quan és autèntica, es tradueix en accions coherents, sistemàtiques i amb impacte. Tanmateix, no totes les iniciatives que es presenten com a bones pràctiques compleixen aquest criteri. En aquest apartat, proposem fer una lectura crítica que ajudi a distingir entre accions amb valor estratègic i accions merament ornamentals.

Les bones pràctiques han de respondre a tres criteris bàsics: **pertinència, coherència i impacte**. És a dir, han d'estar alineades amb el propòsit i els valors del col·legi, han de formar part d'una estratègia global i han de generar un resultat positiu tangible en l'entorn o en la comunitat col·legial. Quan una pràctica només compleix una d'aquestes condicions –o cap– es pot convertir en una acció superficial, desconnectada o fins i tot contraproduent.

Un dels riscos més habituals és el de la **desconnexió estratègica**: accions aïllades, simbòliques o esporàdiques que no formen part d'un pla estructurat. També és freqüent el que podríem anomenar **ornamentalisme responsable**, és a dir, pràctiques que busquen millorar la imatge del col·legi sense una voluntat real de transformació. Aquest tipus

d'accions poden generar cinisme, tant dins com fora de la institució, i erosionar la confiança.

Per evitar-ho, és essencial disposar d'un marc d'avaluació i seguiment de les iniciatives de responsabilitat social. Aquest marc hauria d'incloure indicadors de resultats, criteris de qualitat i espais de revisió participativa. També cal fomentar una cultura de **millora contínua**, on l'objectiu no sigui "tenir bones pràctiques", sinó **ser una bona pràctica institucional** en si mateixa.

Ara bé, tampoc podem caure en l'excés de burocratització o tecnificació. La responsabilitat social requereix mètodes, però també convicció i coratge. És legítim equivocar-se si s'està intentant avançar amb honestedat. El que cal evitar és actuar només per conveniència o per pressió reputacional, sense compromís real.

Una altra contradicció habitual és la **incoherència interna**: col·legis que impulsen accions socials mentre mantenen dinàmiques internes opaques o autoritàries. En aquests casos, el discurs responsable es buida de contingut i pot esdevenir un obstacle més que un actiu. La coherència és, doncs, la millor garantia d'autenticitat.

En definitiva, més que recopilar bones pràctiques per mostrar-les, els col·legis haurien d'assumir que la millor pràctica és **fer-se bones preguntes**, revisar el sentit de cada acció i mantenir un compromís constant amb la millora institucional. Només així es pot evitar l'autoengany i caminar cap a una responsabilitat social efectiva, rellevant i transformadora.

8. IDENTIFICAR LA MATERIALITAT

Un altre element clau és la necessitat que **cada col·legi identifiqui quins són els aspectes materials vinculats a la seva professió**. No totes les professions impacten igual, però totes tenen àmbits on poden generar valor o contribuir a millorar la societat. Detectar aquests

aspectes materials requereix un exercici de lucidesa, però també de valentia, perquè sovint implica qüestionar pràctiques o supòsits molt arrelats.

Per exemple, caldria interrogar-se si la interpretació que fem del compliment normatiu és suficientment responsable. Des del paradigma de la responsabilitat social, **complir la llei no vol dir només seguir l'articulat literal**, sinó fer-se pròpia la intenció social que la norma vol promoure. Aquesta lectura més profunda sovint es recull en els preàmbuls legislatius, on s'explicita el sentit i la voluntat de la norma. Ignorar-ho pot portar a pràctiques d'elusió, fraus legals o comportaments poc ètics, encara que formalment siguin legals.

Aquesta lectura responsable del marc normatiu hauria d'estar present en tots els col·legis, especialment quan assessoren, formen o orienten la pràctica professional. És una manera de situar la professió com a **constructora de confiança social** i no com a simple gestora d'interessos privats.

9. NOVES TENDÈNCIES I REFORÇ DEL VINCLE AMB LA COMUNITAT

La responsabilitat social dels col·legis professionals no pot mantenir-se aliena a les grans tendències que han emergit amb força en els darrers anys. Conceptes com **l'economia circular, l'empresa saludable, el propòsit empresarial i els reptes socials globals** han redefinit el sentit del compromís institucional. Així mateix, la mirada local i comunitària ha guanyat pes com a estratègia per generar arrelament, confiança i impacte significatiu.

Els col·legis, a diferència de moltes empreses, tenen un **potencial de proximitat molt més gran** amb la seva comunitat. Aquesta condició els permet ser no només agents reguladors o proveïdors de serveis, sinó **institucions d'arrelament territorial** que poden escoltar, cocrear i actuar amb agents locals, socials i culturals. Resulta simptomàtic que mentre

grans corporacions busquen fórmules per aparentar compromís amb el territori, els col·legis –que ja parteixen d'una relació arrelada i d'una missió pública– encara no aprofitin plenament aquest actiu. El risc és que qui podria transformar, s'acontenti amb gestionar.

En aquest context, aprofundir en el **sentit de propòsit col·lectiu** és fonamental. Quan una institució té clar el seu propòsit i aquest s'enllaça amb les necessitats i les esperances del seu entorn, es genera una connexió significativa que consolida el valor públic de l'organització. Aquest propòsit no pot ser una declaració genèrica, sinó un vector operatiu: ha d'orientar polítiques, serveis, relacions i prioritats.

Això adquireix especial importància en àmbits com:

- **El compromís amb la sostenibilitat i l'economia circular**, afavorint pràctiques que redueixin l'impacte ambiental i promoguin un ús responsable dels recursos.
- **El foment de la salut i el benestar laboral**, tant en la pròpia organització com impulsant pràctiques saludables entre els col·legiats i les col·legiades.
- **L'atenció als nous reptes socials**, com la pobresa, l'exclusió, les bretxes digitals, la crisi climàtica o la soledat no volguda.

Un aspecte clau d'aquest vincle comunitari és el **compromís amb la llengua i la cultura pròpies**. En un moment especialment sensible per a la llengua catalana, els col·legis poden i han de tenir un rol actiu en la seva promoció i ús habitual, com a expressió de respecte i de contribució a la cohesió social. No només per lleialtat institucional, sinó perquè una comunitat professional que **comunica i es relaciona en la llengua pròpia del país** contribueix a mantenir viu el teixit cultural i comunitari.

En definitiva, l'RSC col·legial ha d'estar profundament arrelada al país, tot incorporant les tendències globals des d'una mirada pròpia. El que avui es reclama a les empreses –propòsit, sostenibilitat, impacte social, vincle comunitari– és una invitació directa als

col·legis professionals a **mostrar-se com el que són: institucions amb vocació pública i capacitat transformadora.**

La reflexió va de situar-nos al llarg d'una corda on en un extrem hi ha l'organització de serveis i en l'altre un sentit de propòsit. Podem ser un cercle tancat de professionals o ens podem obrir com una plaça pública del coneixement i la responsabilitat compartida. Ens podem preguntar si ens limitem a defensar els interessos corporatius de la professió o bé defensem el bé comú per mitjà de l'exercici de la professió.

10. CAP A UN MODEL DE GOVERNANÇA COL·LEGIAL RESPONSABLE

Assolir una responsabilitat social institucional i autèntica requereix revisar a fons la manera com es governa el col·legi. La governança no és només un conjunt de normes o d'organigrames: és la manera com es prenen les decisions, com es gestiona el poder, com es rendeixen comptes i com es construeix confiança.

Un model de **governança col·legial responsable** ha de respondre a tres grans principis: legitimitat, coherència i sostenibilitat. Això implica que les estructures col·legials siguin representatives, ètiques i eficients, però també que tinguin la capacitat d'escoltar, adaptar-se i liderar des del compromís amb el bé comú.

Alguns eixos que defineixen aquest model podrien ser:

- **Participació efectiva**: canals reals, accessibles i influents per a la participació dels col·legiats i col·legiades.
- **Pluralisme i inclusió**: presència de la diversitat professional, generacional, territorial i de gènere en òrgans de decisió.

- **Cultura del diàleg i del servei**: lideratge centrat en l'escolta, la deliberació i l'atenció a les necessitats socials emergents.
- **Transparència i rendició de comptes sistemàtica**: accés fàcil i obert a la informació institucional rellevant (econòmica, decisional, programàtica), informes de gestió amb impacte, indicadors clau i capacitat d'avaluació externa.

Aquest model no és només una aspiració normativa: és també un recurs estratègic. En un context on la confiança social en les institucions és fràgil, una governança responsable pot marcar la diferència entre ser rellevants o ser percebuts com a inerts. I és, alhora, una eina per cuidar millor el talent, l'expertesa i el compromís que les persones col·legiades dipositen en la institució.

Construir aquest model demana temps, processos i coratge. Però també una visió clara: que el col·legi no és només un aparell organitzatiu, sinó **una comunitat institucional amb vocació de servei públic**.

11. CONCLUSIONS

Els col·legis professionals es troben avui davant una cruïlla significativa. Poden continuar operant amb lògiques tradicionals, centrades en la gestió de serveis i la representació formal, o poden optar per esdevenir institucions de referència que exerceixen un lideratge transformador des del propòsit i la responsabilitat social. Aquest capítol ha defensat la segona opció com a via d'evolució natural i necessària.

Assumir la responsabilitat social no és afegir una nova capa funcional, sinó reformular el sentit de la institució. Vol dir reconèixer que el valor del col·legi no es mesura només per allò que fa, sinó per com ho fa, per què ho fa i amb quin impacte ho fa. És una crida a passar de la gestió a la missió; de la rutina a la intenció; de la reacció a la proposta.

Hem vist que el propòsit ha de ser el nucli que orienti l'acció col·legial, i que la responsabilitat social n'és el desplegament pràctic. També hem plantejat que els col·legis poden liderar des de l'exemple, la transparència, la coherència i la capacitat d'incidència. Això implica institucionalitzar el compromís, sistematitzar les pràctiques, assumir riscos i evitar el confort de l'autojustificació.

Els reptes actuals –crisi climàtica, desigualtats, pèrdua de confiança institucional, transformació tecnològica– exigeixen institucions madures, valentes i capaces de generar respostes col·lectives amb sentit. En aquest escenari, els col·legis professionals tenen molt a aportar. No només com a espais de regulació o prestació de serveis, sinó com a plataformes de valors, de pensament crític i de construcció social.

Per tot això, aquest text no ha volgut ser un manual d'instruccions, sinó una invitació a la reflexió estratègica i a l'acció compromesa. Cada col·legi haurà de trobar el seu camí, però tots poden partir d'una mateixa convicció: que **la responsabilitat social no és una opció per quedar bé, sinó una condició per ser rellevants**. I que exercir-la amb honestedat, ambició i sentit pot ser la millor contribució a la professió i a la societat.

ANNEX. INDICADORS I EINES PER A L'AUTODIAGNOSI COL·LEGIAL

Per avançar cap a una responsabilitat social institucionalitzada i efectiva, els col·legis professionals han de disposar de mecanismes que els permetin **mesurar el grau d'alineació entre el seu propòsit, la seva pràctica i l'impacte que generen**. L'autodiagnosi és una eina estratègica que hauria de formar part del cicle natural de planificació, execució, avaluació i millora.

Un bon procés d'autodiagnosi col·legial hauria de ser participatiu, transversal i sistemàtic. Ha d'ajudar a identificar fortaleses, debilitats, incoherències i oportunitats de millora. Per fer-ho operatiu, cal disposar d'indicadors i eines que permetin estructurar la reflexió.

A continuació es proposa una bateria inicial d'àmbits i indicadors qualitatius i quantitatius per iniciar el procés:

Àmbits clau d'autodiagnosi

1. Governança i transparència
    - Existència i aplicació d'un codi ètic institucional
    - Mecanismes de rendició de comptes i publicació d'informació rellevant
    - Participació col·legial efectiva i representativa
2. Propòsit i estratègia
    - Definició clara del propòsit col·legial
    - Alineació del pla estratègic amb valors socials i ambientals
    - Integració dels ODS i altres marcs de sostenibilitat
3. Impacte social i ambiental
    - Iniciatives orientades al bé comú (programes, projectes, posicionaments)
    - Política ambiental i sostenibilitat interna (mobilitat, compres, energia)
    - Inclusió i diversitat en l'accés i governança
4. Relació amb els grups d'interès
    - Canals de diàleg sistemàtic amb col·legiats i altres agents
    - Aliances i col·laboracions amb entitats socials, acadèmiques, públiques
    - Valoració externa de la institució (enquestes, percepció pública)
5. Cultura i desenvolupament institucional
    - Formació i sensibilització interna en valors de responsabilitat social
    - Iniciatives de foment de la innovació i la qualitat institucional
    - Espais de deliberació i reflexió estratègica

Eines complementàries suggerides

- **Qüestionaris d'autopercepció** per equips de govern i personal tècnic
- **Tallers participatius** amb grups d'interès interns i externs
- **Mapa de riscos ètics i de sostenibilitat**
- **Quadres de comandament ètic** adaptats al món col·legial
- **Autoavaluació inspirada en estàndards com ISO 26000 o GRI**

Una eina d'autodiagnosi no només serveix per "fer balanç", sinó per obrir espais de debat i generació de consens sobre el rumb institucional. És una oportunitat per preguntar-se no només què es fa, sinó per què es fa i com es podria fer millor.

Amb aquest enfocament, el col·legi deixa de ser només una organització que actua, i esdevé una institució que **aprèn i es transforma** a través del diàleg amb si mateixa i amb la societat.

BIBLIOGRAFIA

- Respon.cat (2023). Manifest per una economia amb propòsit
- Canyelles, J.M. (2012). *La responsabilitat social de les organitzacions no lucratives*. Revista de Comptabilitat i Direcció, vol. 14. Associació Catalana de Comptabilitat i Direcció / Profit Editorial.
- Canyelles, J.M. (2011). *La responsabilitat social de les administracions públiques*. Revista de Comptabilitat i Direcció, vol. 13. Associació Catalana de Comptabilitat i Direcció / Profit Editorial.
- GRI (Global Reporting Initiative). *G4 Sustainability Reporting Guidelines*.
- Edelman Trust Barometer (diverses edicions). *Informe anual sobre la confiança en institucions*.

LA IMPORTÀNCIA DEL CÀLCUL DEL VALOR SOCIAL INTEGRAT EN ELS COL·LEGIS PROFESSIONALS

Silvia Ayuso

Directora acadèmica de la Càtedra MANGO d'Innovació Social d'ESCI-UPF

Xavier Carbonell

Director de la Càtedra MANGO d'Innovació Social d'ESCI-UPF

RESUM

Per promoure la transparència i el retiment de comptes dels col·legis professionals, una eina important és el càlcul del Valor Social Integrat (VSI). El Col·legi de Censors Jurats de Comptes de Catalunya (CCJCC) ha estat el primer col·legi professional al conjunt d'Espanya que aplica aquesta metodologia de comptabilitat social amb la voluntat de determinar, objectivar i visualitzar quin és el seu impacte global en la societat. Aquest capítol introdueix la metodologia del càlcul del VSI i presenta l'experiència del CCJCC.

El procés d'anàlisi del VSI segueix un enfocament participatiu i permet identificar de manera sistemàtica les dimensions de valor social percebudes com a rellevants pels col·lectius afectats per l'activitat del col·legi professional. A més, la quantificació del valor social des d'una perspectiva de comptabilitat social proporciona una manera d'atendre les creixents demandes de transparència en la comunicació amb els diferents grups d'interès d'un col·legi professional, facilitant-los informació clara i fàcil d'entendre utilitzant el "llenguatge del mercat".

Paraules clau: Impacte social, valor social, comptabilitat social, valor social integrat, col·legis professionals.

1. INTRODUCCIÓ

Els col·legis professionals són entitats que agrupen els professionals d'una disciplina determinada amb l'objectiu de regular, supervisar i defensar l'exercici de la professió. En aquest sentit, exerceixen un impacte social molt significatiu, ja que influeixen tant a l'exercici de la professió com a la qualitat dels serveis professionals a través de la protecció de drets i defensa de l'ètica, la participació en polítiques públiques i de regulació, el foment de la formació i la innovació, etc. En resum, els col·legis professionals no només regulen i donen suport als professionals, sinó que també compleixen un paper clau en la protecció del benestar social i en el desenvolupament de societats més justes i eficients.

Per garantir la legitimitat, eficàcia i confiança pública dels col·legis professionals és fonamental que promoguin la transparència i el retiment de comptes, i una eina que els pot ajudar en aquesta comesa és el càlcul del Valor Social Integrat (VSI). El Col·legi de Censors Jurats de Comptes de Catalunya (CCJCC) ha estat el primer col·legi professional al conjunt d'Espanya que aplica aquesta metodologia de comptabilitat social amb la voluntat de determinar, objectivar i visualitzar quin és el seu impacte global en la societat. Aquest capítol introdueix la metodologia del càlcul del VSI i presenta l'experiència del CCJCC.

2. EL CÀLCUL DEL VALOR SOCIAL INTEGRAT

2.1. QUÈ ENTENEM PER VALOR SOCIAL?

L'avaluació d'impactes socials està cada cop més estesa en diferents àmbits, tant públics com privats. S'està posant de manifest que no n'hi ha prou en dur a terme activitats que busquin generar una aportació positiva a la societat, sinó que cal analitzar i validar si aquestes activitats estan realment creant un canvi positiu en el seu àmbit d'actuació. Tanmateix, el concepte d'impacte social s'utilitza d'una manera àmplia, qualitativa i generalista, donant lloc a diferents interpretacions que produeixen discrepàncies en la seva entesa.

Una recent publicació, que pretén proposar un llenguatge comú en l'àmbit del mesurament i gestió de l'impacte, defineix l'impacte social com "els canvis que experimenten les persones a causa d'una activitat, projecte, programa o política concreta i que afecten les condicions humanes a llarg termini" (San Pedro & Ballesteros, 2021). Mentre el concepte d'impacte social es refereix als canvis (positius i negatius) que les persones experimenten com a resultat d'una iniciativa, el concepte de valor social fa referència a la importància que les persones atorguen a aquests canvis (Social Value International, 2025).

La valoració de la importància dels impactes generats sobre les persones es pot fer de manera qualitativa, quantitativa o "monetitzada" (Bastida & Solé, 2021). Aquest últim enfocament permet transformar els impactes mesurats a través de diversos indicadors, com ara percentatges, nombre de persones, unitats de temps, etc., en una unitat monetària (€, $, etc.). El valor social expressat en termes monetaris facilita la comparació dels impactes generats per diferents iniciatives o programes i permet relacionar-los amb els recursos dedicats.

2.2. COM ES CALCULA EL VALOR SOCIAL INTEGRAT?

La metodologia d'anàlisi i càlcul del Valor Social Integrat, desenvolupada pel grup de recerca ECRI Ethics in Finance & Social Value de la Universitat del País Basc (UPV/EHU), es fonamenta en la perspectiva de la teoria dels grups d'interès o *stakeholders* (Freeman, 1984). Des d'aquesta perspectiva planteja considerar un concepte més ampli de valor creat per una organització: d'una banda, incloent-hi el valor distribuït a la totalitat dels *stakeholders* de l'organització i no sols als seus propietaris o accionistes (*shareholders*), i de l'altra, incorporant els efectes no directament econòmics sobre els diversos *stakeholders*, ja siguin positius o negatius. Això dona lloc a una visió més completa del valor generat, a la qual es pot denominar triple compte de resultats (*triple bottom line*)

(Elkington, 1997), valor mixt (*blended value*) (Emerson et al., 2003), valor compartit (*shared value*) (Porter & Kramer, 2011) o valor social integrat.

El sistema de comptabilitat social corresponent al Valor Social Integrat (VSI) es basa en l'anomenat model polièdric, que permet objectivar i visualitzar el valor que crea una organització per al conjunt dels seus grups d'interès (Retolaza *et al.*, 2016). El model polièdric es mostra gràficament a la Figura 1. Les diferents àrees ombrejades representen el valor social (*social value*, SV) creat per als grups d'interès (*stakeholder*, S). Mentre que el cercle interior representa el valor compartit per tots els grups d'interès, els "pètals" exteriors representen el valor generat per a determinats grups d'interès que no coincideix amb el d'altres grups. Com que el gràfic és una simplificació, no mostra el valor que només es comparteix parcialment entre alguns dels grups d'interès però no entre tots. No obstant això, en el càlcul, aquests valors compartits entre *stakeholders* específics es tenen en compte i es quantifiquen.

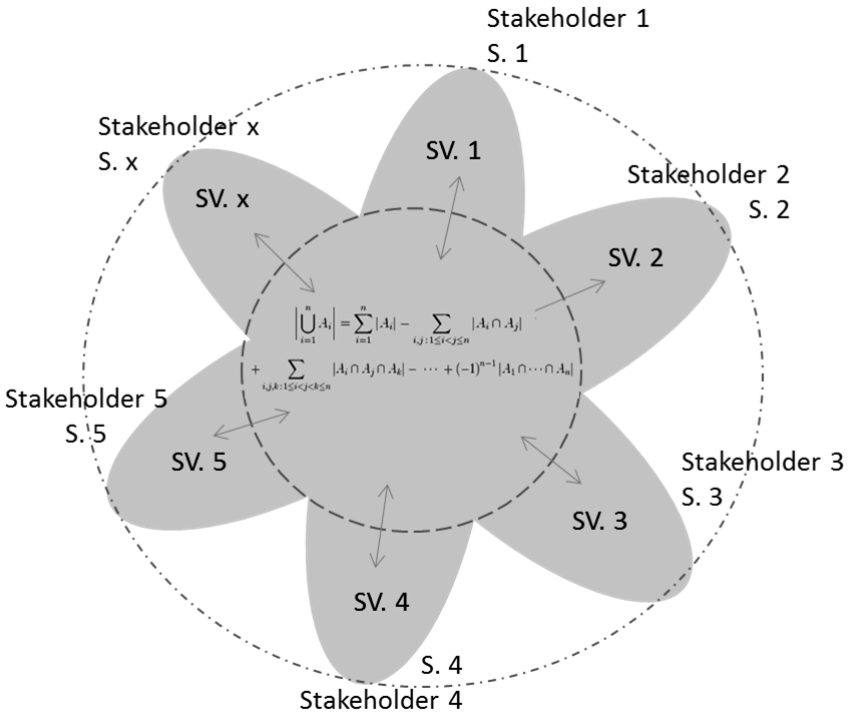


Figura 1: Model polièdric d'anàlisi del Valor Social Integrat

Font: Retolaza & San-Jose (2016)

El VSI es compon del valor social generat a través de l'activitat de mercat (valor social de mercat) –captat per indicadors extrets dels comptes anuals– i del valor social específic que l'organització genera per als seus diversos grups d'interès mitjançant relacions alienes a les transaccions de mercat o que no queden reflectides als estats comptables (valor social de no mercat). Per determinar aquest darrer valor, es combinen una anàlisi qualitativa i una anàlisi quantitativa. L'anàlisi qualitativa busca identificar el valor que l'organització genera per als seus grups d'interès més enllà de l'activitat de mercat, basant-se en un procés de consulta als representants dels *stakeholders*. L'anàlisi quantitativa, per la seva banda, se centra a quantificar aquest valor percebut a través del desenvolupament d'indicadors vinculats a *proxies* (aproximacions) financeres que permetin monetitzar el valor generat. Finalment, el VSI és el sumatori del valor social de mercat i de no mercat generat per l'organització. Les fases del procés d'anàlisi i càlcul del VSI es mostren a la Figura 2.

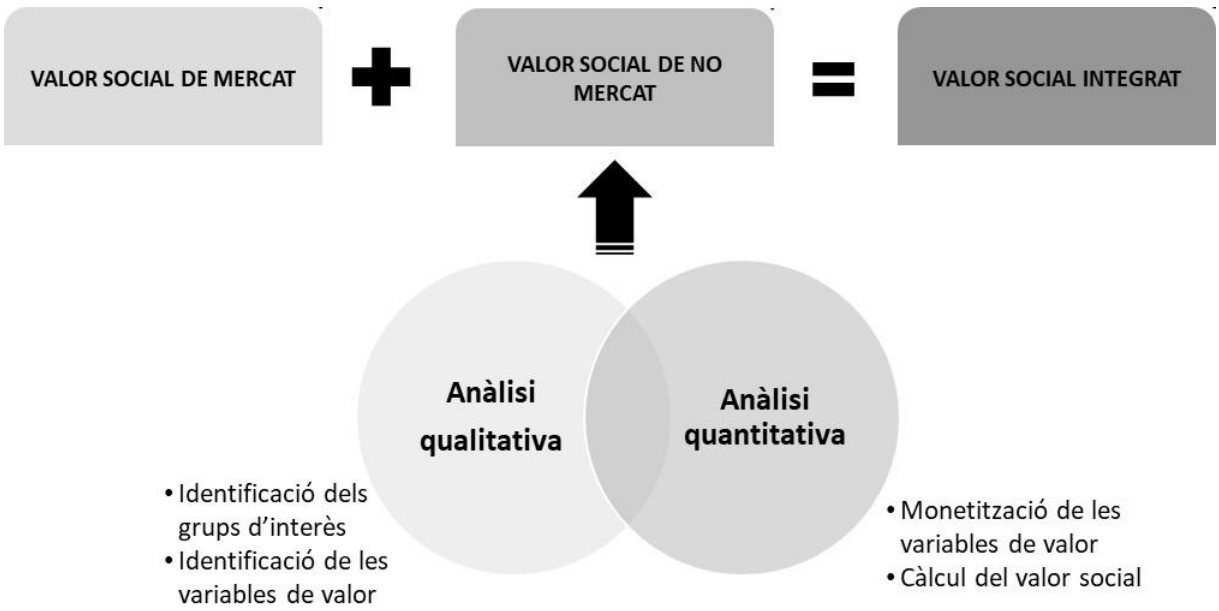


Figura 2: Fases de l'anàlisi i càlcul del Valor Social Integrat

Font: Elaboració pròpia

La comptabilitat social del VSI està recolzada per Global Economic Accounting (GEAccounting), una agrupació sense ànim de lucre, i s'ha aplicat a més de 100 organitzacions de diferents mides, sectors i formes jurídiques (empreses, cooperatives, universitats, fundacions, etc.) (GEAccounting, 2025). Cal precisar que, a diferència d'altres metodologies d'anàlisi d'impacte social, l'anàlisi del VSI se centra en els efectes socials directament atribuïbles a l'organització –no pas a través d'una cadena de resultats– i produïts en el curt termini (període comptable d'un any). En aquest sentit, l'anàlisi del VSI pretén recollir els efectes generats sobre els individus i la societat que estan vinculats als resultats (*outputs*) de les activitats de l'organització analitzada (per exemple, hores de formació), i no pas els possibles canvis positius i negatius que experimenten les persones per causa de l'activitat i als quals poden contribuir (*outcomes*) (per exemple, millora de les competències o millora de la motivació). L'avantatge principal d'aquest enfocament és que el càlcul del valor social es basa en dades generalment disponibles per part de l'organització que realitza l'anàlisi del VSI (Ayuso, 2023).

3. L'EXEMPLE DEL COL·LEGI DE CENSORS JURATS DE COMPTES DE CATALUNYA (CCJCC)

El Col·legi de Censors Jurats de Comptes de Catalunya (CCJCC) va realitzar un estudi amb la Càtedra MANGO d'ESCI-UPF per calcular i valorar el seu impacte social corresponent a l'any 2022, aplicant la metodologia de càlcul del Valor Social Integrat (VSI). A continuació es presenta breument el CCJCC i es descriu com va realitzar el càlcul del valor social de mercat, del valor social de no mercat i del VSI.

3.1. PRESENTACIÓ DEL COL·LEGI DE CENSORS JURATS DE COMPTES DE CATALUNYA (CCJCC)

El Col·legi de Censors Jurats de Comptes de Catalunya (CCJCC), fundat l'any 1995, agrupa els professionals que, tenint el títol de censor jurat de comptes, exerceixen les activitats pròpies d'aquesta professió, entre les quals hi ha l'auditoria de comptes. El CCJCC té com a finalitat essencial vetllar perquè l'actuació professional de les persones col·legiades respongui als interessos i les necessitats de la societat, i especialment, garantir el compliment de la bona pràctica i de les obligacions deontològiques de la professió.

La missió del CCJCC engloba tres grans dimensions com són la seva funció social, la representació de la professió auditora i el suport als professionals. A la primera àrea, l'entitat vetlla perquè l'activitat professional de l'auditoria i l'*assurance* serveixi als interessos dels diferents grups d'interès, fomenta la pràctica de la transparència i la rendició de comptes com un valor fonamental per a la societat i promou l'interès públic de la professió auditora. A la segona àrea, l'entitat representa a la professió en tots els àmbits, defensa els interessos de la professió i dels col·legiats i treballa per a la sostenibilitat de la professió. Finalment, a la tercera àrea, l'entitat treballa per potenciar la qualitat dels treballs dels auditors i facilitar la seva formació professional, reforçar la resposta per afrontar les diferents demandes socials i potenciar l'exercici de la professió al país de manera alineada amb les millors pràctiques internacionals.

La visió del CCJCC és treballar per contribuir al desenvolupament sostenible de la societat i les persones, destacant el valor aportat pels auditors i la seva contribució positiva a la societat, actuant amb compromís ètic, d'independència de criteri, rigor i transparència. En línia amb aquesta visió, el CCJCC va decidir aplicar la metodologia del VSI amb la voluntat de determinar, objectivar i visualitzar el seu impacte global a la societat.

3.2. CÀLCUL DEL VALOR SOCIAL DE MERCAT DEL CCJCC

El valor social de mercat representa la creació i distribució de riquesa per als grups d'interès a través de mecanismes de mercat. La Figura 3 il·lustra gràficament la diferència entre el resultat econòmic i el valor social de mercat. Mentre que el compte de resultats tradicional equipara riquesa amb resultats obtinguts per l'organització (ingressos menys despeses), el valor social de mercat pren una perspectiva més àmplia i considera la riquesa creada per als diferents grups d'interès que es relacionen amb l'activitat econòmica de l'organització, com són proveïdors de béns i serveis, empleats, administracions públiques i proveïdors financers.

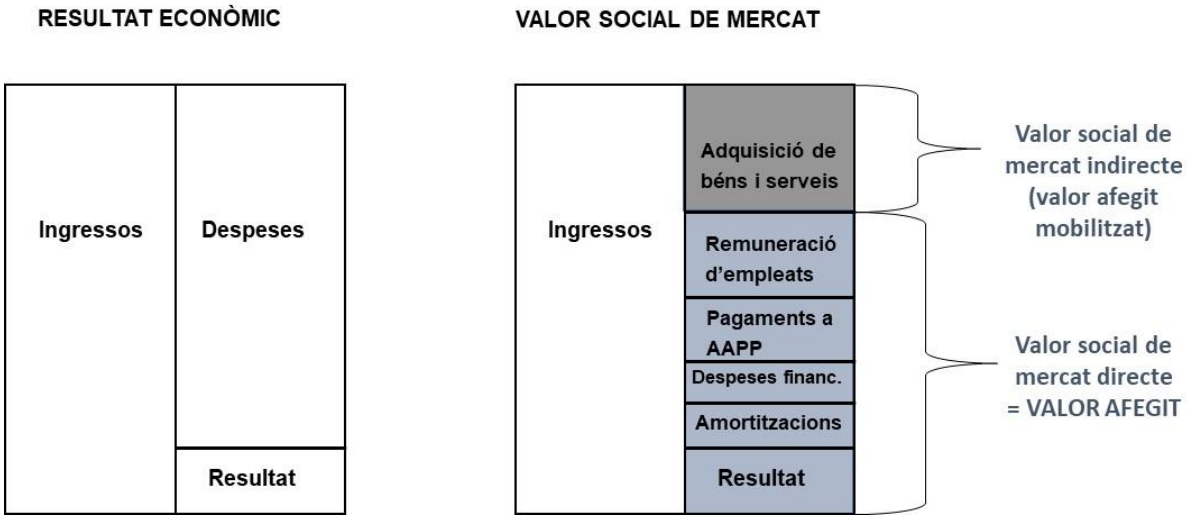


Figura 3: Comparació del resultat econòmic i del valor social de mercat

Font: Elaboració pròpia

El valor social de mercat directe correspon al valor afegit generat i distribuït per l'organització i el valor social de mercat indirecte al valor afegit mobilitzat amb la compra de recursos externs. Llavors, el valor social de mercat directe es compon del valor distribuït als empleats (salaris nets), a les administracions públiques (cotitzacions a la Seguretat Social, impost sobre la renda, IVA i altres impostos abonats) i als proveïdors financers (despeses financeres), a més del valor retingut en la pròpia organització (resultat

econòmic i amortitzacions).[1] En el cas concret del CCJCC, el valor social de mercat directe va ascendir a 1,19 milions d'euros l'any 2022.

El valor social de mercat indirecte correspon a l'efecte tractor de l'adquisició de béns i serveis, és a dir, al valor econòmic mobilitzat a través de la compra als proveïdors de primer nivell. Per tal de no incloure com a valor social el consum de matèries primeres i energia, només es té en compte el valor afegit pels proveïdors d'una manera proporcional al volum de compres efectuat.

Per al càlcul del valor social de mercat indirecte, es va realitzar una anàlisi de l'estructura de la distribució de valor dels proveïdors més representatius del CCJCC consultant-ne les dades mercantils a la base de dades SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos). D'aquesta manera, es van obtenir uns índexs de repercussió, expressats com a ràtios de facturació, que serveixen de *proxy* per a estimar la distribució de valor dels proveïdors com empreses de manteniment i subministraments, arts gràfiques, assessors de comunicació i màrqueting, dissenyadors gràfics, assessors fiscals, jurídics i laborals, traductors i professors, serveis audiovisuals i de convencions. A partir d'aquests índexs de repercussió es va imputar el percentatge que els proveïdors distribueixen als seus empleats i a les administracions públiques, i el valor econòmic retingut en les pròpies organitzacions proveïdores. Per exemple, tenint en compte que la compra del CCJCC a proveïdors d'explotació l'any 2022 va ser de 1.549.048 €, s'estima que el valor afegit corresponent a aquesta compra va ser 345.024 €, que prové de multiplicar el volum de compra als proveïdors per 22,27%, l'índex de repercussió que expressa la mitjana del valor afegit dels proveïdors d'explotació. El valor social de mercat indirecte del CCJCC, sumant el valor mobilitzat a través dels proveïdors d'explotació i inversió, va ascendir a prop de 400.000 euros.

[1] A diferència de les propostes de càlcul del valor afegit existents, es consideren les càrregues socials dels treballadors i l'impost sobre la renda, així com l'IVA generat, com a aportacions a les administracions públiques.

3.3. CÀLCUL DEL VALOR SOCIAL DE NO MERCAT DEL CCJCC

L'anàlisi del VSI parteix de la premissa que el resultat d'una activitat només es transforma en valor quan hi ha algú per a valorar-lo, de manera que adopta una aproximació fenomenològica a l'anàlisi. Això vol dir que el fenomen del valor social s'aborda a través de les percepcions de les persones que reben aquest valor, és a dir, de les diferents parts interessades de l'organització (*stakeholders*). En lloc de definir les dimensions del valor basades en una categorització prèvia de l'impacte social assolit, es permet als grups d'interès expressar-se sobre la generació de valor que perceben de l'organització.

Amb l'objectiu d'identificar de manera qualitativa el valor percebut pels diferents grups d'interès, el CCJCC va seleccionar representants d'aquests grups per fer-los una entrevista en profunditat. Es van fer dotze entrevistes individuals i quatre entrevistes grupals durant els mesos d'octubre, novembre i desembre de 2022; en total es van entrevistar 34 persones dels següents grups d'interès (moltes de les persones entrevistades pertanyien a dos grups d'interès simultàniament): col·legiats, treballadors, professors, proveïdors, entitats col·laboradores, partits polítics i sindicats, universitats i escoles de negoci, administracions públiques i altres organitzacions professionals.

La finalitat de les entrevistes era determinar els principals aspectes en què els *stakeholders* percebien que les activitats del CCJCC generen valor social. No es tractava de buscar reflexions complexes i elaborades, sinó respostes immediates i senzilles sobre el tipus de valor que aporta el CCJCC a les persones, a les organitzacions i a la societat en general. La informació recollida a les entrevistes es va documentar mitjançant un resum escrit després de cada entrevista.

Posteriorment, la informació qualitativa recollida en les entrevistes va ser analitzada per identificar els diferents aspectes que representen una potencial aportació de valor per als grups d'interès del CCJCC. Com a resultat, es va obtenir un conjunt de 26 elements de valor, dels quals 19 van ser considerats susceptibles de ser quantificats i monetitzats com

a variables de valor social, a tall d'exemple, la formació professional per a auditors i no auditors; l'aportació de coneixement; la difusió i divulgació de la cultura de la transparència i la rendició de comptes; la col·laboració amb altres organitzacions; l'obertura del Col·legi a altres professions; la coordinació de voluntariat d'educació financera; i el compromís social, entre d'altres.

Un cop obtingut el llistat de variables de valor social, es tracta d'"objectivar" els valors percebuts d'una manera subjectiva pels *stakeholders* (veure Figura 4). Amb aquest objectiu, primer s'han d'identificar un o més indicadors relacionats amb cadascuna d'aquestes variables que siguin capaços de mesurar els productes i serveis tangibles resultants de les activitats vinculades amb la generació de valor (*outputs*). En segon lloc, s'han d'identificar possibles aproximacions al valor o *proxies* que permetin estimar el valor monetari dels *outputs* generats. Finalment, s'han de determinar els algoritmes de càlcul que relacionen els *outputs* amb les *proxies* per tal de quantificar el valor monetari de cada variable de valor per al període de referència.

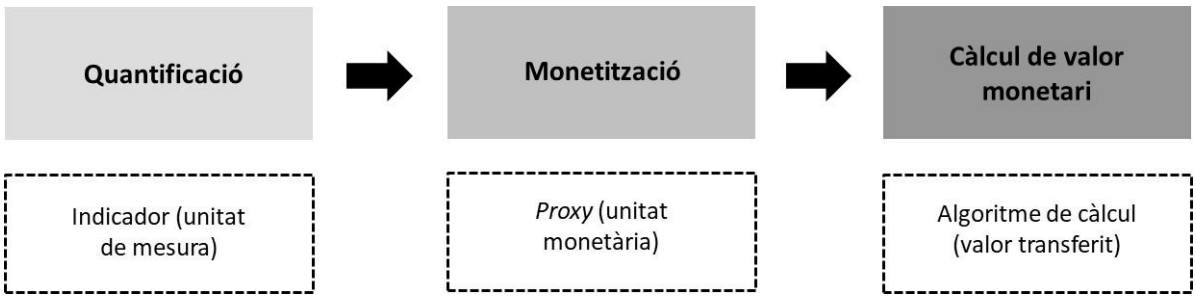


Figura 4: Càlcul del valor monetari de les variables de valor social

Font: Elaboració pròpia

En col·laboració amb el CCJCC es van identificar els *outputs* vinculats a cadascuna de les variables de valor social i es van buscar indicadors disponibles per part de l'entitat per poder mesurar-les de manera quantitativa. A més, es van consensuar *proxies* per poder expressar les variables de valor en termes monetaris. Aquesta selecció de *proxies* es va

fer mitjançant un procés de valor raonable comptable, que consisteix a atribuir a la unitat en qüestió el preu de mercat que tindria en el cas d'haver-se produït en un entorn de transferència en un mercat actiu. Per tal d'oferir una estimació prudent, tant els supòsits presos com les *proxies* elegides van ser, generalment, conservadores. En els casos en què les variables mesurades no eren únicament atribuïbles al CCJCC sinó també a l'activitat d'altres organitzacions, es va fer una estimació raonada del percentatge d'atribució. El resultat final va ser una taula de valoració en la qual es va aconseguir monetitzar els aspectes en els quals l'organització genera valor social als diferents grups d'interès.

El valor social de no mercat, o valor social que l'organització distribueix entre els seus grups d'interès sense contrapartida d'un preu real de mercat, integra el conjunt de variables de valor social identificades en la fase qualitativa de consulta als *stakeholders* i monetitzades a través d'indicadors i *proxies* adients, i en el cas del CCJCC s'aproxima als 5,4 milions d'euros l'any 2022.

3.4. CÀLCUL DEL VSI DEL CCJCC

El Valor Social Integrat (VSI) correspon al valor social consolidat, el qual –similar al concepte comptable de la mateixa denominació– té en consideració el valor conjunt generat, de manera que evita duplicar el valor que es genera a la vegada per a diversos grups d'interès o diverses tipologies de valor.

La Figura 5 presenta de forma gràfica les tipologies de valor social en cercles de menor a major grandària. El valor social de mercat que genera el CCJCC amb la realització de la seva activitat econòmica a través de relacions de mercat (contractació de personal, compra a proveïdors, pagament d'impostos, etc.) puja a 1.585.734 euros l'any 2022. Aquest valor és àmpliament superat pel valor social de no mercat que fa referència a les diferents dimensions de la missió del CCJCC (funció social, representació de la professió auditora i suport als professionals) i l'any 2022 puja a 5.370.703 euros. En conseqüència, el VSI obtingut pel CCJCC l'any 2022 és de 6.956.438 euros.

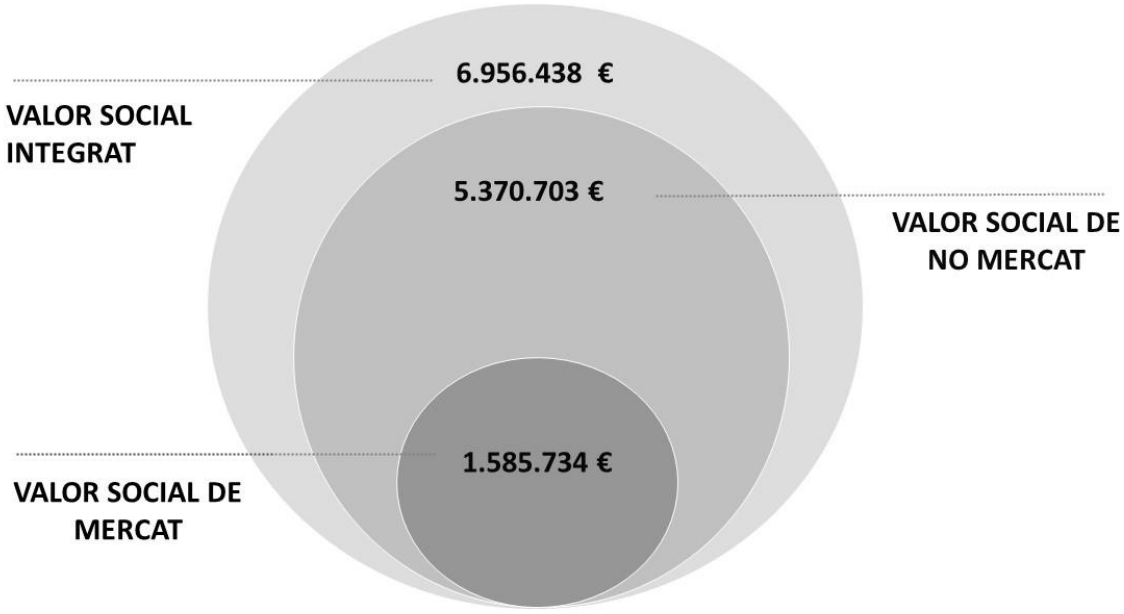


Figura 5: Resultats de les principals tipologies de valor social del CCJCC (any 2022)

Font: Elaboració pròpia

Analitzant la distribució del valor social entre els diferents grups d'interès, les persones col·legiades són els *stakeholders* que reben més valor de les activitats del CCJCC, seguit dels usuaris dels informes d'auditoria, els futurs auditors, els col·laboradors i associats, les administracions públiques, els empleats, les organitzacions col·laboradores i els proveïdors. Tot i que les persones col·legiades paguen una quota col·legial i determinats serveis com a formació i inscripcions a actes institucionals, l'estimació del valor social que reben supera amb escreix l'import d'aquests pagaments.

A banda dels resultats del valor social generat en termes absoluts, és interessant considerar la rendibilitat social de l'activitat del CCJCC mitjançant diferents ràtios d'anàlisi. Una de les ràtios comunament comunicades per les organitzacions és el retorn del VSI, o retorn social integrat, generat sobre el pressupost de l'organització. El CCJCC s'autofinança a través de les quotes dels col·legiats, la formació, els segells autoritzats, les inscripcions a esdeveniments i els patrocinis específics per als esdeveniments, i no rep ajuts públics ni

privats. Atenent els ingressos del CCJCC de l'any 2022, per cada euro es van generar 2,85€ de VSI, és a dir, el pressupost es va transformar en més del doble de valor social creat per al conjunt dels grups d'interès.

4. CONCLUSIONS

Aquest capítol ha mostrat la importància del càlcul del VSI per mesurar en unitats monetàries el valor que un col·legi professional transfereix al conjunt dels seus grups d'interès. El procés d'anàlisi no parteix d'indicadors d'impacte social predeterminats (com passa en altres metodologies) sinó que segueix un enfocament participatiu i permet identificar de manera sistemàtica les dimensions de valor social percebudes com a rellevants pels col·lectius afectats per l'activitat del col·legi professional (persones col·legiades, personal, administracions públiques, persones i organitzacions col·laboradores). A més, la quantificació del valor social des d'una perspectiva de comptabilitat social proporciona una manera d'atendre les creixents demandes de transparència en la comunicació amb els diferents grups d'interès d'un col·legi professional, facilitant-los informació clara i fàcil d'entendre utilitzant el "llenguatge del mercat".

Tot i que l'anàlisi qualitativa del valor social de no mercat s'ha d'adaptar a l'activitat i als *stakeholders* específics de cada organització, és evident que les variables de valor social (i els indicadors i les *proxies*) del CCJCC es poden adaptar fàcilment a altres col·legis professionals. En aquest sentit, aquest capítol pot servir d'estímul perquè més col·legis professionals realitzin un càlcul del VSI per poder comunicar la seva aportació a la societat.

BIBLIOGRAFIA

- Ayuso, S. (2023) El valor social generado por los centros especiales de empleo en España: comparación de dos enfoques de monetización, *REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos*, 145.

- Bastida, R. & Solé, E. (2021) Introducció a l'impacte social de les organitzacions, *Revista de Comptabilitat i Direcció*, 32, pàg. 11-25.
- Elkington, J. (1997) *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone.
- Emerson, J., Bonini, S. & Brehm, K. (2003) *The Blended Value Map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation*. Menlo Park: William and Flora Hewlett Foundation.
- Freeman, R.E. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- GEAccounting (2025) (consultat 18/03/2025)
- Retolaza, J.L., San-Jose, L. & Ruiz-Roqueñi, M. (2016) *Social Accounting for Sustainability: Monetizing the Social Value*. Berlin/Heidelberg: Springer.
- Retolaza, J.L., San-Jose, L. (2016) Comptabilitat social per a la sostenibilitat: model i aplicació, *Revista de Comptabilitat i Direcció*, 23, pàg. 157-177.
- San Pedro, P. & Ballesteros, C. (2021) *Propuestas para la medición y gestión del impacto social: En búsqueda de un lenguaje común*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Social Value International (2025) (consultat 18/03/2025)
- Porter, M.E. & Kramer, M.R. (2011) Creating shared value, *Harvard Business Review*, 89(1/2), pàg. 62-77.

L'IMPACTE DEL MEDI AMBIENT EN L'ÀMBIT COL·LEGIAL

Xavier Angrill

Soci Deloitte

RESUM

Aquest capítol analitza el paper crític dels col·legis professionals en la promoció de la sostenibilitat ambiental. En un moment en què el medi ambient afronta desafiaments com el canvi climàtic i la pèrdua de biodiversitat, els col·legis poden intervenir activament. A través d'accions directes en les seves operacions i la promoció de pràctiques sostenibles entre els seus membres, poden influir positivament en el medi ambient. Els col·legis tenen la capacitat per implementar estratègies que minimitzin l'empremta ecològica, centrant-se en àrees com la mitigació del canvi climàtic, el consum responsable d'aigua i l'economia circular. També poden esdevenir més sostenibles optimitzant l'eficiència dels seus edificis, promovent esdeveniments "Net Zero" i fomentant la gestió responsable de recursos.

D'altra banda, els col·legis també necessiten adaptar-se als riscos de transició derivats de nous marcs normatius, com el Pacte Verd Europeu. Aquestes regulacions requereixen que els col·legis ajudin els seus membres a complir amb normatives, evitant riscos legals i maximitzant les oportunitats de creixement sostenible en sectors emergents. A través de la capacitació i la innovació, els col·legis poden liderar la transformació cap a una economia més sostenible i assegurar la seva influència positiva en el futur.

Paraules clau: Mitigació del canvi climàtic, "Net Zero", Pràctiques sostenibles, Riscos de transició, Catalitzadors del canvi.

1. INTRODUCCIÓ

La protecció del medi ambient és un dels desafiaments més grans que afronta la humanitat en l'actualitat. El canvi climàtic, la pèrdua de biodiversitat, la contaminació i l'esgotament dels recursos naturals posen en perill la salut del planeta i de les futures generacions, representant un dels reptes globals més grans del segle XXI.

Davant aquesta realitat, és essencial que tots els sectors de la societat, inclosos els col·legis professionals, assumeixin un paper actiu en la protecció i preservació del medi ambient.

Els col·legis professionals, com a institucions que representen als practicants i col·legiats, defensen els seus interessos i drets professionals i vetllen per una pràctica professional ètica, tenint la capacitat d'afectar al medi ambient, així com de veure's-hi afectats.

Els col·legis professionals poden afectar al medi ambient de manera directa, a través de les accions del propi col·legi com a institució, i també poden afectar al medi ambient de manera indirecta, a través de la promoció de pràctiques sostenibles dins de l'exercici professional.

Així mateix, els col·legis professionals també es poden veure afectats pel medi ambient de manera indirecta. Usualment, aquesta casuística deriva de canvis normatius i exigències ambientals que, indirectament, tenen la capacitat d'impactar les activitats dels col·legis i col·legiats. Aquests impactes indirectes són coneguts com a riscos de transició.

En aquest context, és crucial analitzar l'impacte del medi ambient en l'àmbit col·legial i explorar com els col·legis poden contribuir a generar un impacte positiu per al medi ambient mitjançant la implementació d'estratègies responsables i el foment d'una consciència ambiental en l'exercici de la professió, així com analitzar com els col·legis es poden anticipar i adaptar a les normatives i exigències ambientals.

2. EL PAPER DELS COL·LEGIS AL MEDI AMBIENT

Les activitats dels col·legis professionals no solen ser responsables de grans impactes ambientals, tot i així, els col·legis professionals tenen l'oportunitat d'exercir un paper clau en la sostenibilitat mitjançant la implementació d'estratègies que minimitzin l'empremta ecològica. A través de pràctiques responsables, els col·legis poden liderar l'exemple i contribuir positivament a la lluita contra el canvi climàtic.

Per aconseguir-ho, es proposen tres àrees de la sostenibilitat, on, generalment, els col·legis poden tenir un impacte més notori. Aquestes àrees són: la mitigació del canvi climàtic, el consum responsable de l'aigua i l'economia circular.

És important destacar que aquestes recomanacions són de caràcter general i la seva aplicació dependrà del tipus de col·legi professional i del context en què operi. Cada institució haurà d'avaluar les pròpies necessitats i capacitats per adoptar les estratègies que millor s'adaptin a la seva realitat.

La mitigació del canvi climàtic fa referència a les accions i estratègies destinades a reduir o prevenir les emissions de gasos d'efecte hivernacle a l'atmosfera, amb l'objectiu de frenar l'escalfament global i minimitzar-ne els impactes adversos al planeta. La mitigació del canvi climàtic és fonamental per evitar els efectes més devastadors de l'escalfament global, com ara l'augment del nivell del mar, els esdeveniments climàtics extrems, la pèrdua de biodiversitat i les afectacions a la salut humana i l'economia global.

Es pot aconseguir mitigar les emissions de gasos d'efecte hivernacle de diverses maneres, però a l'àmbit dels col·legis professionals, degut a la seva operativa, els dos enfocaments principals que es consideren són: la sostenibilitat de les seves seus centrals i delegacions, i la mitigació de la petjada de carboni en l'organització d'esdeveniments professionals, cercant adoptar un model d'esdeveniments "Net Zero", és a dir, reduir el màxim possible les emissions de gasos d'efecte hivernacle de les conferències, formacions, congressos i altres esdeveniments organitzats pels col·legis professionals.

- Seus i delegacions sostenibles: Els col·legis professionals poden reduir la petjada de carboni optimitzant l'eficiència energètica i promovent pràctiques sostenibles a les seves pròpies instal·lacions. Això pot incloure, entre d'altres, la implementació d'energies renovables, il·luminació LED, instal·lar llums amb sensors de moviment i millorar l'aïllament de la seu i/o delegació. A més, la certificació dels edificis sota estàndards com LEED o BREEAM garantiria que les seus operessin de manera eficient i responsable amb el medi ambient.
- Esdeveniments "Net Zero": L´organització d´esdeveniments professionals sol generar un impacte significatiu en termes de consum de recursos i emissions de carboni. Per contrarestar-ho, els col·legis poden adoptar el model d'esdeveniments "Net Zero", que cerca minimitzar i compensar les emissions generades. Això pot incloure, entre altres accions, la selecció de seus sostenibles, la promoció del transport públic i/o elèctric, la reducció de l'ús de materials d'un sol ús i la compensació d'emissions mitjançant programes de reforestació o crèdits de carboni. A més, fomentar la modalitat de conferències virtuals o híbrides reduirà la necessitat de viatges i disminuirà considerablement la petjada de carboni d'aquestes trobades.

D' altra banda, una altra àrea de sostenibilitat on els col·legis professionals poden tenir un impacte, és el consum responsable d'aigua. Tenir un consum d'aigua sostenible és crucial a nivell global, especialment a Catalunya degut a la seva situació geogràfica, climàtica i demogràfica.

El consum d'aigua dels col·legis professionals s'acostuma donar principalment a les seus i les delegacions. Algunes accions que els col·legis professionals poden incloure per mantenir un consum sostenible d'aigua, són, entre d'altres, la instal·lació de tecnologia per l'eficiència hídrica, com poden ser aixetes i sanitaris de baix consum, detecció i reparació de fugues d'aigua i un manteniment eficient dels equips de climatització.

Finalment, l'altra àrea de sostenibilitat on els col·legis professionals poden tenir impacte és l'economia circular. L'economia circular és un model de producció i consum que cerca

reduir el malbaratament, reutilitzar materials i estendre la vida útil dels productes, en contraposició al model tradicional "d'usar i rebutjar".

Existeixen moltes accions que es poden dur a terme per fomentar una economia circular, però a l'àmbit dels col·legis professionals, degut a la seva operativa, els dos enfocaments principals que es consideren, són: l'impacte en la gestió responsable de residus a les seves seus i esdeveniments i la digitalització i reducció del consum de material.

- Gestió responsable de residus en seus i esdeveniments: Algunes accions que els col·legis professionals poden promoure per reduir els residus a les seves seus i als esdeveniments que organitzen, poden ser, entre d'altres: implementar programes de separació i reciclatge de residus a les seves oficines i seus, optar per materials reutilitzables i reciclables als seus congressos, eliminant plàstics d'un sol ús i reduir el malbaratament alimentari en esdeveniments, col·laborant amb bancs d'aliments o incentivant porcions sostenibles.
- Digitalització i reducció del consum de material: Algunes accions que els col·legis professionals poden promoure per reduir el consum de paper i altres materials, poden ser, entre d'altres: reduir l'ús de paper mitjançant documents digitals i signatures electròniques, fomentar l'ús de materials reciclats o certificats en publicacions i marxandatge i promoure formacions en línia en lloc de sessions presencials per reduir el consum de recursos.

Malgrat els col·legis professionals no són actors tradicionalment associats amb grans impactes ambientals, com veiem amb totes les propostes d'iniciatives anomenades, el col·legis tenen la capacitat de generar canvis significatius directament sobre el medi ambient mitjançant la implementació de pràctiques sostenibles.

3. LA IMPORTÀNCIA DELS COL·LEGIS PROFESSIONALS EN LA PROMOCIÓ DE LA SOSTENIBILITAT AMBIENTAL

Els col·legis professionals exerceixen un paper fonamental en la integració de pràctiques sostenibles en l'exercici professional diari dels seus membres. La seva influència es pot estendre a través de diverses accions concretes que no només impacten positivament el medi ambient, sinó que també enforteixen la reputació i l'eficàcia de cada sector professional.

- Polítiques, manuals, protocols i guies d'actuació: Els col·legis poden desenvolupar i difondre documents crítics, com ara polítiques institucionals, manuals operatius, protocols i guies d'actuació que insten als seus membres a actuar de manera responsable des del punt de vista ambiental. Aquests materials poden oferir pautes clares sobre com integrar pràctiques sostenibles en activitats professionals concretes, assegurant una alineació uniforme amb els objectius mediambientals.
    - Exemple: El Col·legi d'Arquitectes pot publicar una guia sobre construcció sostenible que inclogui normatives per a l'ús de materials ecològics i tècniques d'eficiència energètica en els projectes arquitectònics.
- Programes de formació i capacitació: Impulsar la formació contínua en sostenibilitat mitjançant programes de capacitació específica relatius al medi ambient. Mitjançant conferències, tallers i cursos en línia, els col·legis poden preparar els seus membres per afrontar els desafiaments ambientals amb solucions innovadores i eficaces, fomentant així una cultura de sostenibilitat dins l'organització.
    - Exemple: El Col·legi d'Enginyers pot oferir un curs de formació online sobre energies renovables i eficiència energètica, amb un certificat d'assoliment per als participants que completin el programa.
- Incentius i beneficis: Crear esquemes d'incentius per als col·legiats que adoptin mesures sostenibles pot incrementar l'adopció d'aquestes pràctiques. Això pot

incloure descomptes en quotes col·legials, accés a recursos exclusius o recompenses financeres per a aquells que aconsegueixin reduir les seves emissions de carboni o millorar l'eficiència dels seus processos.

  - Exemple: El Col·legi de Farmacèutics podria oferir descomptes en les quotes de col·legiació o accés preferent a serveis de valor afegit per a aquells membres que implementin sistemes de recollida d'envasos usats en les seves farmàcies.

- Reconeixement dels col·legiats compromesos: Establir programes de reconeixement per als col·legiats que mostren un compromís destacat amb la sostenibilitat pot servir d'exemple per a altres membres. Premis anuals o certificacions de sostenibilitat poden motivar els professionals a ser més proactius en la protecció del medi ambient.

  - Exemple: El Col·legi d'Advocats pot crear un premi anual per reconèixer el bufet que hagi implementat les millors pràctiques de sostenibilitat, com ara l'ús de documents electrònics en lloc de paper.

- Campanyes de sensibilització i conscienciació: Els col·legis han de liderar campanyes de sensibilització que posin de manifest la importància de la sostenibilitat. Aquestes iniciatives poden incloure esdeveniments públics, seminaris en línia i materials de màrqueting educatius adreçats tant als professionals com al públic en general.

  - Exemple: El Col·legi de Periodistes pot llançar una campanya per sensibilitzar sobre els efectes del canvi climàtic, animant els seus membres a produir continguts que abordin aquest tema i a participar en debats públics.

- Central de compres de serveis i productes ambientalment responsables: Actuar com a central de compres de productes o serveis sostenibles pot facilitar l'accés dels col·legiats a opcions ambientalment responsables.

- Exemple: Un col·legi professional pot actuar com a intermediari per a la compra de papereria reciclada, o establir acords amb proveïdors d'equips eficients energèticament que els seus membres puguin adquirir a un preu reduït.
- Cas específic (Odontòlegs): Establir un acord amb un fabricant de raspalls de dents reciclables perquè els membres els prescriguin i així fomentar el seu ús entre els pacients.
- Cas específic (qualsevol col·legi): Pactar amb una companyia elèctrica per oferir tarifes especials per a subministrament d'energia renovable als despatxos dels seus col·legiats.

- Iniciatives de col·laboració intercol·legial: Fomentar la col·laboració entre col·legis per compartir solucions innovadores pot augmentar l'eficàcia dels esforços de sostenibilitat. Mitjançant xarxes de treball conjuntes, es poden desenvolupar iniciatives compartides que beneficiïn una àmplia gamma de sectors professionals.
  - Exemple: Els col·legis de Medicina i de Dietistes-Nutricionistes poden treballar conjuntament en una investigació sobre dietes basades en productes de baix impacte ambiental i més saludables, compartint recursos i coneixements per promoure una alimentació sostenible.
- Serveis d'assessorament per a la descarbonització: Proveir serveis d'assessorament als col·legiats per descarbonitzar els seus negocis és una eina clau. Aquest suport pot incloure assessorament tècnic per reduir l'empremta de carboni i l'optimització de processos per donar lloc a pràctiques més sostenibles.
  - Exemple: Un col·legi professional pot oferir tallers d'assessorament personalitzat sobre com els seus membres poden calcular i reduir la seva empremta de carboni, incloent suggeriments de consultors experts en sostenibilitat.

4. COM EL MEDI AMBIENT POT AFECTAR L'ACTIVITAT DELS COL·LEGIS I COL·LEGIATS

Des de la Unió Europea s'han establert marcs reguladors ambiciosament orientats cap a la sostenibilitat (Pacte Verd Europeu, la Llei Europea del Clima i l'Agenda 2030 de les Nacions Unides, entre d'altres) que cerquen impulsar la transició cap a una economia baixa en carboni.

Aquests desafiaments associats al pas cap a una economia baixa en carboni inclouen canvis normatius, tecnològics, econòmics i socials, i són coneguts com a riscos de transició. Aquests riscos poden afectar tant les empreses com les institucions, incloent-hi els col·legis professionals, que han d'adaptar-se a noves regulacions i pràctiques sostenibles i garantir que els seus membres s'ajustin a aquestes directrius per tal d'evitar riscos legals i reputacionals.

En aquest context, els col·legis professionals han de garantir que els seus membres compleixin amb les noves normatives ambientals d'aplicació. Això pot afectar tant la seva formació com la seva praxi professional. L'adopció de criteris de sostenibilitat en els processos de certificació i acreditació serà fonamental per evitar sancions i riscos reputacionals.

Paral·lelament, els riscos de transició poden suposar costos addicionals per als professionals a causa de la necessitat d'invertir en formació, tecnologia i nous materials sostenibles. Això podria afectar especialment els sectors que depenen d'activitats amb una elevada petjada de carboni. Per aquest motiu, els col·legis professionals han de facilitar recursos per ajudar els seus membres a adaptar-se a aquestes noves exigències i aprofitar les oportunitats de finançament europeu per a la innovació verda.

Els col·legis professionals també tenen un paper clau en la promoció d'estratègies d'innovació i sostenibilitat en les seves respectives disciplines. La transició ecològica pot obrir noves oportunitats professionals en sectors emergents, com les energies

renovables, l'eficiència energètica i l'economia circular. La capacitació en aquestes àrees serà clau per mantenir la competitivitat en el mercat laboral.

Els riscos de transició ambiental representen un desafiament per als col·legis professionals, però també una oportunitat per liderar el canvi cap a una economia més sostenible. La capacitació, la innovació i el compromís amb la sostenibilitat seran clau per garantir una adaptació exitosa a aquest nou paradigma.

5. CONCLUSIÓ

Els col·legis professionals tenen un rol fonamental en la promoció de la sostenibilitat dins de la societat. En un context on els desafiaments ambientals són cada cop més urgents, aquestes institucions poden esdevenir agents de canvi significatius. Mitjançant la implementació de pràctiques sostenibles tant internes com externes i la promoció de la consciència ambiental entre els seus membres, els col·legis poden contribuir a la mitigació del canvi climàtic, a la conservació de recursos i a la transició cap a una economia circular.

A més, els col·legis professionals han de tenir la capacitat d'adaptar-se als nous escenaris normatius i d'aprofitar les noves oportunitats que sorgeixen en sectors sostenibles. Aquest enfocament no només millorarà el seu impacte ambiental, sinó que també enfortirà la seva rellevància i eficàcia en un món que demana solucions innovadores i responsables.

En definitiva, el compromís amb la sostenibilitat és no només una responsabilitat ètica, sinó una oportunitat per liderar amb exemple i preparar els professionals per als desafiaments del futur.

BIBLIOGRAFIA

- Comissió Europea. (2021). El Pacte Verd Europeu: full de ruta cap a una economia sostenible i neutra en carboni. Brussel·les: Direcció General d'Acció Climàtica
- Col·legi d'Enginyers Industrials de Catalunya. (2022). Guia per a la sostenibilitat als col·legis professionals: estratègies per reduir l'empremta ambiental i promoure la transició verda. Barcelona: CEIC.
- Generalitat de Catalunya, Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural. (2023). Estratègia Catalana de Mitigació del Canvi Climàtic i Adaptació 2030. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2020). Green transition and professional associations: The role of institutions in low-carbon transformation. París: OECD Publishing

ELS ASPECTES SOCIALS A L'ENTORN COL·LEGIAL

Noelia Acosta

Sòcia Baker Tilly Auditores

RESUM

Els col·legis professionals exerceixen un paper fonamental en la integració de pràctiques sostenibles en l'exercici professional diari dels seus membres. La seva influència no només es centrarà en les polítiques i accions que estableixin, sinó que també enfortirà la reputació i la eficiència de cada sector professional que representin.

El desenvolupament del capital humà és un factor essencial en els col·legis professionals, ja que tant amb el personal propi com amb els seus col·laboradors es requereixen alts coneixements i habilitats especifiques i són l'essència i els transmissors de la estratègia de l'entitat. Per tant, treballar en la motivació, l'atracció del talent, la bona comunicació i el lideratge és fa fonamental en aquest apartat.

El motor transformador que pot arribar a ser un col·legi professional és una responsabilitat dels seus integrants i s'hauria de valorar i treballar en un entorn positiu, sent la gestió de la sostenibilitat una oportunitat i un repte, que hauria d'integrar de manera transversal en tota l'estratègia col·legial.

Paraules clau: Bones pràctiques socials, exemplaritat, poder d'influència, motor transformador, transversalitat, oportunitat i repte, responsabilitat

1. INTRODUCCIÓ

Els col·legis professionals són entitats que agrupen els professionals d'una disciplina determinada amb l'objectiu de regular, supervisar i defensar l'exercici de la professió. En aquest sentit, exerceixen un impacte social molt significatiu. Influeixen en l'exercici de la professió mitjançant els serveis professionals que presten. Serveis de qualitat com la protecció de drets i defensa de la professió, la participació en polítiques públiques i de regulació, el foment de la formació i la qualitat dels serveis de la professió, divulgació de les novetats legislatives i tecnològiques, etc.

Els col·legis professionals gaudeixen d'un poder d'influència gràcies a la relació amb els seus col·legiats, on amb les seves pràctiques poden tenir un efecte multiplicador en la societat. En aquest sentit, per obtenir la millor gestió d'aquestes entitats cal assegurar-ne la seva sostenibilitat. Això comporta enfocar la seva responsabilitat corporativa a partir de tres eixos interconnectats: medi ambient, aspectes socials i governança (ASG).

És important assenyalar que el bloc social inclou el compromís i la responsabilitat envers les comunitats en les quals opera l'entitat, envers el seu personal i els drets humans en general. Aquest pilar pot incloure, per exemple: la promoció de condicions laborals justes, respectar la diversitat, garantir la seguretat o treballar amb els impactes que pugui tenir una entitat sobre les comunitats afectades per la seva cadena de valor.

Seria molt convenient que l'estratègia d'un col·legi professional tingués en compte els diferents grups d'interès o, com a mínim, si no hi ha una implicació directa en la estratègia i model de negoci, les opinions del personal propi i les parts interessades més significatives. Així es pot dissenyar una base per l'avaluació de la seva estratègia i model de gestió. D'aquesta manera es poden obtenir avantatges competitius com la confiança, la reputació i la innovació, generant models de negocis disruptius i permanents.

En aquest punt cal fer una introducció al concepte de doble materialitat, la realització d'una anàlisi de materialitat permet identificar els assumptes més rellevants per l'organització i identificar-ne els riscos i oportunitats, sent l'eix principal per treballar la sostenibilitat. En aquest apartat comentarem en termes generals l'àmbit social, on cada organització s'haurà d'adaptar a la seva realitat, utilitzant l'anàlisi de materialitat.

Hem de recordar que una transformació sostenible i una millora continua no es podrà dur a terme si tots els components del col·legi no van cap a la mateixa direcció, creant d'aquesta manera una cultura, on la sostenibilitat no només estigui en els codis i polítiques sinó en la manera de fer de la institució, garantint la seva continuïtat i la seva aportació al bé comú i a una millor societat.

2. ADN COL.LEGIAL

Les organitzacions sostenibles tenen líders que donen forma al futur i el fan realitat, actuant com a model de referència del seus valors i principis, inspirant confiança i sent la imatge de la institució.

Les polítiques i diferents codis marquen un punt d'inici i han d'estar adaptades a la seva realitat i ser exemples i guies pel bon funcionament de l'entitat, dels seus col·laboradors propis o externs. La dimensió del bon govern està íntimament relacionada amb la dimensió social o mediambiental.

Codi Deontològic:

L'esmentat bon funcionament d'un col·legi professional ha d'estar garantit a través de l'establiment d'un codi deontològic i una sèrie de polítiques i bones pràctiques, amb la visió final del bon govern i la transparència, per mantenir la legitimitat de l'entitat en front dels diferents grups d'interès, especialment, els professionals i la ciutadania.

Els col·legis professionals juguen un paper crucial en regular l'aplicació i el compliment dels codis deontològics. Són els encarregats d'assegurar que tots els membres professionals actuen dins dels marcs acceptats per la societat.

Cada sector professional, compta amb el propi codi deontològic i un sistema de sancions per als professionals que incompleixin les normes establertes.

Codi ètic:

Un codi ètic, o marc ètic, és un conjunt d'acords de bones pràctiques, tractant de promoure valors essencials, juga un paper crucial en la evolució personal i professional, en el nostre comportament i la nostra interacció amb la societat. Per tant, s'haurien de treballar de manera conjunta i complementària ambdós codis: l'ètic i el deontològic.

L'ètica, per la seva banda, continua sent un far orientador que guia les persones en la presa de decisions més enllà de les normes imposades, inspirant-les a actuar de manera correcta, fins i tot en aquells contextos on no hi ha regles clares.

Tots dos conceptes tenen un paper crucial en la creació d'una societat més justa, equitativa i harmoniosa. Han de ser presents a cada aspecte del comportament humà per fomentar una convivència més profitosa entre les persones.

El Codi ètic serà la columna vertebral de les nostres polítiques i el far que ha de marcar el rumb en cas de dubte o aplicació.

Polítiques:

Marcaran la manera de fer de l'organització i el seu personal, mitigant riscos reputacionals i creant pautes de conductes essent un dels punts de partida cap a una gestió conjunta de la sostenibilitat. Quan marquem la nostra estratègia, establim unes polítiques, que s'han d'anar treballant, revisant i adaptant al llarg del temps.

Exemples:

Polítiques i bones pràctiques de selecció personal intern i col·laboradors externs com formadors o divulgadors, polítiques sobre la gestió i funcionament de les comissions de treball del col·legi, polítiques de responsabilitat social, d'igualtat de gènere, mediambientals, de protecció de dades, de comunicació, d'assetjament sexual, de *desconnexió laboral, d'assegurances etc.*

3. CAPITAL HUMÀ PROPI

Els col·legis professionals han d'invertir de manera continuada en el desenvolupament del seu personal per mantenir la qualitat dels serveis, la competitivitat i la capacitat d'atracció i retenció de talent.

Cal oferir oportunitats reals de creixement, impulsar la formació contínua i establir mecanismes de seguiment de la trajectòria professional, tot sota un lideratge coherent amb els valors i l'estratègia de l'entitat.

Compromís del personal, igualtat d'oportunitats i no discriminació

El personal és la porta d'entrada al col·legi, és el contacte directe i permanent amb els professionals, per assegurar-nos del seu compromís amb l'entitat, haurien d'estar el màxim de motivats i dedicats al llarg del temps a l'hora de fer el seu treball. Si el personal està compromès, serà més productiu i transmetrà una manera de fer als col·legiats.

Per tant, la motivació és una de les peces clau per incrementar el compromís del personal.

Les avaluacions i la formació són eines motivadores, buscant el creixement personal i professional del personal, i l'adaptació dels perfils a les necessitats del col·legi professional.

Establir uns objectius inicials és clau, posteriorment, la realització d'un estudi dels perfils i la seva adaptació a l'organització, la realització d'enquestes, avaluacions o entrevistes són molt útils per analitzar les accions a realitzar i, posteriorment, ens dona informació sobre el grau d'acompliment abans i després de realitzar les iniciatives i accions.

Mètriques:

- Hores de formació per persona, percentatge de promocions internes, percentatge de personal vinculat als programes d'avaluació, taxa de retenció del personal, percentatge de consultes ateses als col·legiats, mitjans de reconeixement del personal intern i extern.

Accions:

- Adaptació d'avaluació de l'acompliment personalitzat, programes de desenvolupament professional.

Clima laboral

El clima laboral està íntimament relacionat amb el grau de satisfacció del personal: el teletreball, la flexibilitat laboral, el reconeixement dels esforços, la implicació als projectes són factors a considerar, però un dels punts més importants és el lideratge dels responsables. Per tant, la Junta Directiva de cada organització hauria de valorar i transmetre el tipus de lideratge adient per cada realitat i el que s'adequa més a l'estratègia de l'entitat.

Mètriques:

- Número de queixes formals o no formals.
- Estudi de l'evolució de l'índex de motivació o rendiment, taxa de rotació, estudi del nivell d'estrès, grau de sentiment de pertinença al col·legi, indicadors de rendiment del personal, etc.

Accions:

- Fomentar les relacions interpersonals, per exemple amb grups de treballs transversals.
- Valorar els professionals, creant un entorn de treball just i respectuós,
- Millorar l entorn físic de l'entitat, amb adequada il·luminació, material de treball de cadires i taules, millorant el confort i el benestar laboral.
- Promoció de la salut física i mental, comunicació interna clara, plans de formació, introducció de models flexibles laborals.

Conciliació de la vida personal, familiar i laboral

La conciliació familiar dins d'un col·legi professional és clau per promoure una cultura laboral moderna, saludable i coherent amb els valors de servei, ètica i responsabilitat que han de guiar aquestes institucions.

Mètriques:

- Percentatge de personal que utilitza teletreball o horari flexible, número de suggeriments relacionats amb les mesures de conciliació, enquestes internes sobre millores en la conciliació.

Accions:

- Realització de protocols de desconnexió digital, Implantació d'horari flexible, jornada intensiva, possibilitat de recuperar hores, dies setmanals de teletreball, ajuts econòmics, tallers interns sobre la gestió de temps, estrès i equilibri.

Diversitat i inclusió

La promoció de la diversitat i inclusió als col·legis són de gran rellevància, per obtenir una força laboral diversa i oferir oportunitats sense cap discriminació a tots els membres de les comunitats locals. És fonamental establir polítiques antidiscriminatòries en el procés de reclutament i promoció, i treballar per una cultura corporativa inclusiva.

Treballant a nivell de sector aquestes mesures, formant i divulgant les polítiques, podent establir protocols, guies d'actuació i manuals on els col·legiats s'hi puguin acollir.

Establir com àmbits prioritaris on actuar, l'enfocament antiracista, la perspectiva feminista i LGBTI, així com les situacions de desigualtat per raó de classe i discapacitat, i establir uns objectius estratègics que s'han d'assolir en cadascun d'aquests àmbits. A més de treballar per un equilibri territorial on no tingui incidència el territori del col·legiat o la ciutadania per obtenir accés a serveis i recursos de l'entitat.

Mètriques:

- Diversitats en projectes i equips de treball
- Enquestes de percepció d'inclusió
- Número de queixes o incidències en aquest àmbit.
- Número de delegacions territorials i volum de les activitats de cada zona en comparativa amb l'activitat.
- Número d'actes formatius i divulgatius online.

Accions:

- Creació de serveis d'assessorament legal i psicològic, organització de formacions especialitzada als col·legiats sobre la prevenció de violències de gènere i d'identitat. Protocol marc per una intervenció amb diligència deguda en situacions de violència masclista i altres situacions d'assetjament sexual o desigualtat.

Igualtat de Gènere

Continuar amb l'adopció i aplicació del Decàleg per l'equitat de gènere, publicat des de l'Associació Intercol·legial de Col·legis Professionals de Catalunya promovent els 10 punts:

1. Garantir l'equitat de tracte en tots els àmbits de l'organització.
2. Vetllar per eliminar qualsevol tipus de discriminació salarial i de condicions laborals.
3. Formar en equitat perquè el món professional superi la divisió de rols entre dones i homes.
4. Fomentar la sensibilització en equitat de la societat.
5. Posar en pràctica polítiques de corresponsabilitat familiar.
6. Lluitar contra la discriminació per raó de gènere.
7. Implementar paritàriament la visualització de les dones al món professional.
8. Fer ús de llenguatge no sexista.
9. Actuar davant la violència de gènere.
10. Adoptar un compromís professional amb perspectiva de gènere.

L'adopció d'un decàleg és una manera de visualitzar on tenim establerts uns objectius que s'han de valorar en cada entitat, establint les corresponents mètriques i accions, així com les posterior avaluacions i re-enfocaments necessaris. Com en altres punts possibles mètriques i accions serien:

Mètriques:

- Estudi del percentatge de paritat en els col·legiats i dins de la pròpia entitat.
- Estudi del percentatge de paritat en l'òrgan de govern i les diferents comissions de treball o grups de treball.
- Càlcul de la bretxa salarial del col·lectiu i de la pròpia entitat.

Accions:

- Realització d'un decàleg d'equitat propi i/o treball sobre la seva adhesió de les diferents organitzacions i col·legiats amb els quals treballa el col·legi, com l'esmentat amb anterioritat.
- Realització de conferències, jornades de networking i altres activitats per donar visibilitat al paper desenvolupat per les dones en la societat actual i, en especial, en l'àmbit dels col·legis professionals. Treballar dins de la Intercol·legial per formular estratègies comunes per donar visibilitat a les dones en tots els àmbits i per al foment de polítiques de paritat i d'igualtat.
- Aproximació com a entitat a universitats i instituts per promoure la professió i obtenir una representació futura equitativa.
- En cas d'existir bretxa salarial interna estudi i implementació de mesures correctives, formació en el càlcul de la bretxa als diferents col·legiats i divulgació de possibles mesures correctives.

Salut i benestar en el treball

El benestar físic i emocional és una necessitat que diferents professions han de treballar coordinadament, en xarxa, per realitzar tasques preventives i de suport per pal·liar els problemes de salut mental. Treballar la salut des d'una perspectiva transversal, amb l'avantatge de la coordinació i coneixements de diferents professionals, és una

responsabilitat de les institucions. Aportant al diferents col·lectius metodologia de detecció i prevenció de malestar físic, mental i emocional de les persones.

Mètriques:

- Percentatge i evolució d'absentisme a nivell intern del col·legi i del sector en general.
- Realització d'enquestes i evolució de les respostes.

Accions:

- Desenvolupament de programes suport i prevenció de problemàtiques emocionals en l'entorn professional.
- Anàlisi de l'evolució de l'absentisme estudiant mesures preventives.

4. CADENA DE VALOR

La cadena de valor, adaptada al context d'un col·legi, permet identificar, millorar i donar valor afegit a les activitats que impacten en els col·legiats i col·legiades, el personal intern i als col·laboradors i societat. Malgrat que el concepte prové de l'àmbit empresarial, la seva aplicació en entitats com els col·legis permet reflexionar sobre el conjunt de serveis que es presten, sobre com es gestionen els recursos interns i sobre quin impacte es genera, no només per als col·legiats, sinó també per a la societat.

4.1. COMISSIONS

Les comissions formen part de l'ADN dels col·legis professionals, on es produeix una aproximació al col·legiat i a les necessitats de la professió de mà dels col·laboradors que en formen part. L'estudi de l'objecte de la comissió, discussió de lleis, propostes

legislatives, aplicació pràctica de la legislació vigent, formació i fòrums de divulgació com jornades, col·loquis o reunions.

Les comissions són una eina fonamental dels col·legis professionals on es col·labora de forma transversal, donant una visió diferents a les matèries com poden ser històriques, socials o jurídiques.

És important que els diferents eixos tractats als apartats de personal propi es puguin extrapolar a les comissions, com: igualtat de gènere, salut i benestar, clima laboral, etc.

Mètriques:

- Estudi de la composició de gènere, edat i categoria professional.
- Número de membres que no pertanyen a la professió.
- Número de publicacions o estudis realitzats.
- Número de consultes resoltes, d'interaccions realitzades amb altres comissions o institucions. Nivell d'assistència als actes de la mateixa, etc.

Accions:

- Incorporar nous perfils en funció dels resultats, formacions internes, enquestes per avaluar el compromís dels membres o possibles millores a introduir, rotació dels membres, etc.

4.2. FORMADORS

Un dels pilars fonamental dels col·legis professionals és la formació continua presencial o online, on l'actualitat i les noves tendències juguen un rol importantíssim, poden ser una palanca transformadora en la professió, aproximant les novetats tecnològiques i legislatives als seus col·legiats. Per desenvolupar aquesta funció, sovint és necessària la

col·laboració amb professionals experts en les matèries a tractar o amb col·legiats de reconeguda trajectòria. La gestió adequada d'aquestes col·laboracions és clau per garantir la qualitat del servei i el respecte als principis de l'entitat, com la igualtat, la inclusió i l'ètica.

Seria convenient tenir un protocol on es treballi la relació professional d'aquests col·laboradors, establint pautes econòmiques i de funcionament, com podria ser l'ús del material o la propietat del material divulgatiu, així com garantir l'aplicació de les polítiques de selecció.

5. GESTIÓ DEL TALENT JOVE

Les persones joves són agents de canvi i transformació social, les entitats han de garantir l'entrada de nous professionals, per treballar la viabilitat futura de les institucions, amb la aproximació amb les noves generacions.

És en aquest sentit que, amb la definició dels objectius d'aquest repte, se cerca potenciar la capacitat d'incidència de les persones joves en els afers públics, així com el suport a la consolidació i a les diferents formes d'organització i de participació juvenil

Mètriques:

- Número de joves col·legiats, ràtio de noves entrades, facilitats econòmiques inicials, facilitats en la participació de joves a comissions i grups de treball, número de espais físics i virtuals per aquest col·lectiu.

Accions:

- Representació i interacció amb universitats, participar a l'elaboració de plans d'estudi, contacte i participació amb centre docents, jornades portes obertes a la

professió, facilitar l'accés i preparar informació sobre la professió pels nous professionals, impulsar nous models relacionals, així com eines i instruments per a la interlocució, la incidència i el diàleg entre els col·legis i les persones joves.

6. EL COL.LEGIAT

El nostre client principal com a col·legis són els col·legiats, i com a tota entitat hauria d'estar al centre de les nostres accions, per donar els serveis que s'esperen de l'entitat com: consultes sobre l'exercici professional, actualitzacions i modificacions de registre, borsa de treball, atenció al col·legiat, consultes deontològiques, serveis jurídics de defensa i assessoria, divulgació legislativa, consulta sobre la pràctica professional, defensa jurídica, divulgació legislativa, formació continuada, cursos d'especialització, reciclatge professional, cursos d'innovació tecnològica, serveis financers com gestió d'assegurances, convenis amb bancs, serveis informàtics i fins i tot central de compres o aproximació a millores econòmiques amb proveïdors de serveis. Sense oblidar serveis i gestió telemàtica cap a l'e-col·legi.

La bateria de serveis pot ser molt àmplia, necessitant avaluar aquells que proporcionin al col·legi un valor afegit, que podrien ser els que no són més freqüents.

Però una banda important per treballar en la sostenibilitat és el canal de comunicació amb el col·legiat, i com hem dit al principi, seria convenient tenir el seu feedback abans d'enfocar la nostra estratègia.

7. ENTORN SOCIAL: CIUTADANIA I IMPACTE EN LA COMUNITAT

Quin lloc ocupa el col·legi respecte els seus interlocutors necessaris i rellevants? Administracions públiques, sindicats, altres col·legis professionals, empreses, associacions o fundacions, universitats...

Quin posicionament real té, i quin és l'objectiu, el posicionament desitjat?

L'estratègia de sostenibilitat té en compte aquests àmbits i s'hauria de treballar conjuntament amb els diferents grups d'interès.

La consideració i la legitimitat dels col·legis professionals en la societat catalana històricament ha estat molt elevada, fet que li dona més importància a qualsevol risc reputacional. Per tant, vetllar perquè no es produeixin actes d'intrusisme professional, competència deslleial o altres actuacions irregulars en perjudici dels usuaris i consumidors dels serveis professionals és vital de cara a la ciutadania.

Mètriques:

- Número de queixes i la seva anàlisi, així com anàlisi en cas de no rebre'n, analitzant el circuit de comunicació.
- Número de sancions imposades i anàlisi de les causes.
- Número de consultes rebudes per part del ciutadà i la seva anàlisi per establir accions correctives (com informació, formació, vídeos, etc.)
- Establir mesures per analitzar la congestió o estrès del serveis que proporciona el sector.

Accions:

- Decàleg de bones pràctiques, preguntes freqüents, informe presentació del col·legi, millora dels canals de comunicació.

8. CONCLUSIÓ

Els col·legis professionals estan íntimament relacionats amb la societat, sent una palanca transformadora en tots els seus col·legiats, tant persones físiques com jurídiques. L'efecte multiplicador de totes les seves accions són un al·licient per treballar la sostenibilitat en tots els seus àmbits. No només millora el seu funcionament intern, sinó que consolida l'impacte social, reputació i legitimitat. La guia és una proposta per abordar diferents aspectes socials des d'una perspectiva holística i participativa.

En l'actualitat molts col·legis treballen la seva missió, visió i uns valors corporatius acompanyats amb un decàleg de bones pràctiques, d'un codi deontològic i un codi ètic, si volem anar més enllà, seria recomanable treballar amb un sistema de gestió sostenible, enfocat a la millora permanent i anar adaptant les pràctiques aprofitant el diàleg amb tots els grups d'interès, creant una estratègia disruptiva i sostenible.

La realització d'una anàlisi de materialitat permetrà identificar els assumptes més rellevants per la organització, identificar-ne els riscos i oportunitats, sent l'eix principal per treballar la sostenibilitat. Cada organització haurà d'identificar i classificar els impactes i els temes materials, és important assenyalar que el bloc social inclou el compromís i la responsabilitat envers les comunitats en les quals opera l'entitat, i envers al seu personal i els drets humans en general.

Hem comentat en aquesta guia àmbits com: el capital humà propi, la cadena valor, la gestió del talent jove, el col·legiat i la comunitat donant alguns exemples de mètriques i accions. Cada organització identificarà els seus indicadors claus (KPI) que haurien de ser

específics, mesurables i rellevants, i seria important que siguin assolibles, especificant, si són a curt, mig o llarg termini.

Avaluar el compromís dels col·laboradors, el clima laboral, la conciliació de la vida professional versus la personal, la incorporació de talent jove, el grau de satisfacció del col·legiat, com ens veu la ciutadania i com interactuem amb els nostres grups d'interès, ens donarà eines per promocionar i millorar l'entitat i el seu entorn.

BIBLIOGRAFIA:

- Comissió Europea. (2022). Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Directorate-General for Financial Stability.
- European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG). (2023). European Sustainability Reporting Standards (ESRS): Social Standards – S1, S2, S3.
- Global Reporting Initiative. (2021). GRI Standards 2021: Universal Standards. Global Sustainability Standards Board.
- Memento Dossier Francis Lefebvre, Sostenibilidad.(2023)
- Organització Mundial de la Salut. (2020). Mental health in the workplace: Policy and action guidelines.

LA IMPORTÀNCIA DEL BON GOVERN I LA TRANSPARÈNCIA EN ELS COL·LEGIS PROFESSIONALS

Joan Fontrodona

Professor Ordinari d'Ètica Empresarial. Titular de la Càtedra CaixaBank de Sostenibilitat i Impacte Social- IESE Business School.

RESUM

Aquest capítol analitza la importància del bon govern i la transparència en els col·legis professionals, destacant el seu paper en la legitimitat i sostenibilitat d'aquestes institucions. Es presenten els principis fonamentals del bon govern, com l'ètica i la responsabilitat, la participació dels col·legiats, l'eficiència en la gestió, la rendició de comptes, la transparència i la capacitat d'adaptació a l'entorn. A més, es detallen eines concretes per a la seva aplicació, incloent codis de bon govern, auditoria, portals de transparència i mecanismes de participació.

També s'aborden algunes crítiques que s'han fet als col·legis professionals, com el corporativisme i la falta de transparència, explicant com una governança adequada respon a aquests desafiaments i reforça el seu valor social. Finalment, es conclou que els col·legis ben governats generen major confiança, compromís i sostenibilitat, consolidant-se com a institucions clau tant per als seus membres com per a la societat.

Paraules clau: Bon govern, transparència, col·legis professionals, rendició de comptes, participació, legitimitat

1. INTRODUCCIÓ

Els col·legis professionals són entitats que regulen i representen diverses professions, garantint estàndards de qualitat i responsabilitat en el seu exercici. No obstant això, la seva existència no està exempta de debat. Per què en certes professions la col·legiació és obligatòria mentre que en d'altres no? Continuen sent necessàries en una societat on existeixen regulacions governamentals i certificacions independents? Aquestes preguntes han generat discussions en diferents països, portant a models de col·legiació voluntària en alguns casos o a una supervisió més estricta en d'altres.

Per tal que els col·legis professionals mantinguin la seva legitimitat i continuïn desenvolupant un paper rellevant, han d'operar sota principis de bon govern i transparència. En aquest capítol explorarem aquests conceptes, analitzant com contribueixen a la confiança en aquestes institucions i a la seva capacitat per a respondre a les expectatives dels seus diferents grups d'interès.

El bon govern en els col·legis professionals no és només una qüestió d'eficiència administrativa, sinó un element clau per a la seva legitimitat. A diferència d'altres organitzacions, els col·legis professionals gestionen poders delegats que impacten tant als col·legiats com a la societat en el seu conjunt. Tenen la facultat de regular l'accés a una professió, establir normes deontològiques i, en alguns casos, exercir funcions disciplinàries sobre els seus membres. Això els atorga una gran responsabilitat, que només es pot justificar si la seva gestió és ètica, oberta i alineada amb el bé comú.

En països on la col·legiació és obligatòria per a certes professions (Consejo General del Trabajo Social, 2016) –com a Espanya per a metges, advocats o arquitectes– la falta de transparència pot generar desconfiança i alimentar la percepció que els col·legis funcionen més com a estructures tancades que protegeixen interessos particulars en lloc de garantir la qualitat professional. En canvi, en altres països, com el Regne Unit, on la col·legiació és en la seva majoria voluntària, els organismes que regulen les professions han de demostrar de forma proactiva el seu valor afegit per atraure i retenir membres. En

ambdós casos, el bon govern és un factor determinant per a la seva sostenibilitat i credibilitat.

La importància de la transparència i el bon govern es reflecteix en la relació que els col·legis professionals han de mantenir amb els seus diferents grups d'interès. Els col·legis no només gestionen assumptes interns de la professió, sinó que també interactuen amb diversos actors que tenen expectatives legítimes sobre el seu funcionament i el seu impacte en la societat.

Els col·legiats constitueixen el primer grup rellevant, ja que busquen una gestió eficient, oportunitats de formació i ser representats davant les administracions públiques. També esperen que els recursos del col·legi s'usin de manera ètica i transparent, i que les seves decisions siguin preses amb criteris objectius i en benefici de la professió en el seu conjunt.

Els usuaris que recorren als serveis professionals dels col·legiats també s'han de tenir en compte. Esperen que els col·legis professionals garanteixin que els membres compleixin amb estàndards de qualitat i conducta ètica, de manera que puguin confiar en els serveis que reben. De la mateixa manera, les administracions públiques i els organismes reguladors supervisen als col·legis i els poden exigir mecanismes de rendició de comptes per evitar abusos o males pràctiques. La relació dels col·legis amb aquests organismes és fonamental per assegurar que les normatives i regulacions siguin justes i efectives.

Les empreses i ocupadors que contracten professionals col·legiats també tenen expectatives sobre el col·legi professional, ja que busquen garanties sobre la qualificació i actualització professional dels seus membres. Per a ells, un col·legi ben gestionat aporta seguretat i certesa en la qualitat del talent disponible al mercat. La societat en general, malgrat no interactuï directament amb els col·legis, confia que aquestes institucions vetllin per l'ètica i la qualitat en l'exercici de les professions, garantint que qui exerceix determinades activitats ho faci amb responsabilitat i dins d'un marc normatiu adequat.

Finalment, els mitjans de comunicació compleixen una funció rellevant en actuar com a intermediaris en la difusió d'informació sobre els col·legis professionals, les seves

actuacions i el seu impacte en la societat. La manera en què els col·legis gestionen la seva comunicació i transparència influeix en la percepció pública de la seva labor i en la seva legitimitat davant de l'opinió pública.

En resum, un col·legi professional que ignora les expectatives dels seus grups d'interès corre el risc de perdre rellevància i afrontar-se a un major escrutini públic o regulador.

Aquest capítol analitzarà com el bon govern i la transparència poden enfortir la legitimitat i la sostenibilitat dels col·legis professionals. Veurem quins principis han de regir la seva gestió, quines eines existeixen per assegurar una administració ètica i eficient, i proposarem algunes accions pràctiques que poden contribuir a la millora d'aquesta gestió. També abordarem les crítiques a la seva existència i els desafiaments als quals s'enfronten en un context on la rendició de comptes i l'obertura institucional són cada més exigides per la societat.

2. PRINCIPIS DEL BON GOVERN EN ELS COL·LEGIS PROFESSIONALS

El bon govern és un factor determinant en la credibilitat i sostenibilitat de qualsevol institució, però en el cas dels col·legis professionals adquireix una rellevància encara major. Aquestes entitats no només representen als seus membres, sinó que també compleixen una funció reguladora amb impacte a la societat. La seva legitimitat no es basa únicament en el seu reconeixement legal, sinó en la confiança que generen a través d'una gestió ètica, transparent i eficient.

Per garantir que els col·legis professionals operin amb aquests principis, és necessari definir amb claredat quins són els elements fonamentals d'un bon govern i com es poden aplicar en el seu funcionament. A continuació, es presenten els principis clau que han de regir la governança d'aquestes institucions i que permeten enfortir la seva legitimitat i eficàcia.

2.1. DEFINICIÓ I OBJECTIUS DEL BON GOVERN

El concepte de bon govern ha sigut àmpliament desenvolupat en l'àmbit corporatiu i institucional, però la seva aplicació en els col·legis professionals presenta particularitats que el diferencien.

En termes generals, el bon govern fa referència al conjunt de principis, normes i pràctiques que garanteixen una gestió ètica, eficient i transparent d'una organització, assegurant que les seves decisions s'orientin a l'interès comú i no a beneficis particulars. En el cas dels col·legis professionals, aquesta noció es vincula directament amb la seva doble naturalesa. D'una banda, són associacions que representen i presten serveis als seus col·legiats; de l'altra, exerceixen funcions d'interès públic en regular l'accés i l'exercici de determinades professions, garantint estàndards de qualitat, formació contínua i compliment de normes deontològiques. Aquesta combinació de funcions exigeix adoptar models de governança que conciliïn ambdós interessos sense caure en dinàmiques corporativistes que limiten la seva legitimitat.

El bon govern en els col·legis professionals és essencial per enfortir la confiança en la professió, garantir l'equitat en la representació dels col·legiats i assegurar el compliment de la seva funció pública. Un col·legi que actua amb transparència i criteris de governança sòlids reforça la credibilitat dels professionals que agrupa, projectant una imatge de responsabilitat i compromís amb la societat. La composició i funcionament dels seus òrgans de govern han de reflectir la diversitat dels col·legiats, assegurant que les decisions no estiguin influenciades per grups reduïts que poden actuar en funció d'interessos particulars. Així mateix, en moltes professions regulades, els col·legis tenen la responsabilitat d'establir normes i mecanismes de supervisió per garantir la qualitat de l'exercici professionals. Un model de governança sòlid permet que aquests funcions s'exerceixin amb imparcialitat i rigor, contribuint al reconeixement i l'estabilitat de la professió en el seu conjunt.

A diferència d'empreses privades o institucions públiques, els col·legis professionals presenten particularitats que fan que la seva governança impliqui desafiaments propis.

En molts casos, actuen com a organismes que estableixen normes deontològiques i supervisen el seu compliment, cosa que requereix garantir mecanismes d'imparcialitat i justícia interna. Una bona acció en aquest sentit podria ser la creació de comitès independents per avaluar qüestions disciplinàries, assegurant que els propis col·legiats no siguin jutges i part en aquests processos.

La necessitat d'equilibrar la representativitat amb l'eficiència és un altre dels reptes que afronten aquestes institucions. La governança ha de permetre que els col·legiats se sentin escoltats i representats, sense que això impliqui una burocràcia excessiva que alenteixi la presa de decisions. Per evitar estructures immobilistes, una bona pràctica pot consistir en redissenyar els òrgans de govern per dotar-los de major agilitat i professionalització en la gestió.

D'altra banda, els col·legis professionals manegen recursos econòmics provinents de les quotes dels seus col·legiats i, en alguns casos, poden rebre finançament públic. Això els imposa el deure de rendir comptes sobre la seva gestió econòmica i operativa. La transparència en l'assignació de recursos i en la presa de decisions resulta clau per evitar la percepció que els col·legis són organismes tancats que només protegeixen als seus membres sense una supervisió efectiva. Una mesura útil en aquest sentit podria ser la implementació de portals de transparència on es publiquin pressupostos, decisions clau i criteris utilitzats en la gestió, assegurant que qualsevol col·legiat pugui accedir-hi fàcilment.

El bon govern no només evita males pràctiques i enforteix la confiança en el col·legi professional, sinó que també contribueix a la seva sostenibilitat institucional. Un col·legi amb regles clares, estructures ben definides i processos oberts prevenen crisis internes, redueix el risc de conflictes entre els seus membres i reforça la seva legitimitat davant la societat. Per contra, una governança deficient pot derivar en opacitat, clientelisme o decisions arbitràries que erosionen la confiança tant dels col·legiats com del públic en general.

Els principals objectius del bon govern en els col·legis professionals es poden sintetitzar en cinc eixos fonamentals.

- En primer lloc, assegurar la integritat i l'ètica en la gestió és una prioritat, cosa que implica establir normes clares de conducta, prevenir conflictes d'interès i garantir la independència dels òrgans de govern.
- En segon lloc, promoure la participació i la representativitat dels col·legiats resulta essencial perquè el col·legi reflecteixi la diversitat dels seus membres i no es converteixi en una estructura tancada o controlada per un govern reduït.
- Un tercer objectiu és enfortir la transparència i la rendició de comptes, assegurant que els processos de presa de decisions siguin accessibles i comprensibles per a tots els col·legiats. Això inclou la publicació de la informació rellevant sobre la gestió econòmica, les decisions estratègiques i les actuacions disciplinàries.
- A més, garantir l'eficiència i la sostenibilitat de l'organització és clau perquè els col·legis adaptin la seva estructura a les necessitats actuals i optimitzin l'ús dels seus recursos, evitant burocràcies innecessàries o gestions ineficaces.
- Finalment, un bon govern contribueix a reforçar la confiança de la societat en la professió. L'existència de normes deontològiques clares, mecanismes de supervisió i estructures de control imparcials no només protegeixen als col·legiats, sinó que també contribueix al reconeixement i prestigi de la professió en el seu conjunt.

2.2. PRINCIPIS CLAU DEL BON GOVERN EN ELS COL·LEGIS PROFESSIONALS

El bon govern en els col·legis professionals no es limita a un conjunt de normes o procediments administratius, sinó que constitueix un **model de gestió que busca garantir que els col·legis professionals operin amb integritat, eficiència i transparència**. Per això,

és fonamental que adoptin una sèrie de principis que guiïn el seu funcionament i permetin als col·legiats i a la societat avaluar el seu acompliment.

Aquests principis, a més de respondre a bones pràctiques de governança en general, també **s'han d'adaptar a les particularitats dels col·legis professionals**. A diferència d'empreses o entitats públiques, els col·legis professionals han de tenir una estructura híbrida, en la qual conviuen funcions de representació dels seus membres junt amb la regulació d'una professió que afecta a l'interès públic. Per això, els principis de bon govern han de garantir que aquestes organitzacions operin amb imparcialitat, equitat i visió de futur. Un col·legi que apliqui aquests principis de manera efectiva no només beneficia als seus col·legiats, sinó que també reforça la legitimitat d'aquestes institucions davant la societat i, per això, la seva capacitat de complir amb la seva missió.

A continuació, analitzarem sis **principis clau del bon govern** als col·legis professionals, destacant la seva importància i com es poden implementar en la pràctica.

1. *Ètica i responsabilitat*

   Els col·legis professionals han d'actuar amb un compromís ferm amb l'ètica i la responsabilitat, tant en la seva gestió interna com en la regulació dels seus membres.

   Això implica definir i aplicar un codi ètic clar per als òrgans de govern, establint estàndards de conducta que orientin la presa de decisions. A més, la gestió de conflictes d'interès evita que interessos particulars interfereixin en el compliment de la missió del col·legi. La integritat en la gestió es tradueix en la presa de decisions basades en criteris objectius, en la independència dels òrgans col·legiats i en la garantia que totes les accions responguin al bé comú.

   Alguns col·legis disposen de comitès independents per avaluar qüestions disciplinàries relacionades amb males pràctiques dels seus col·legiats, garantint que les decisions es prenguin amb imparcialitat.

2. *Participació i representativitat*

   El govern del col·legi s'ha d'estructurar de manera que reflecteixi la diversitat dels seus membres i fomenti la seva participació en la presa de decisions.

   Per aconseguir-ho, és important establir mecanismes de consulta que permetin recollir opinions i preocupacions dels col·legiats abans d'adaptar mesures estratègiques. És una bona pràctica organitzar consultes periòdiques amb els col·legiats abans d'aprovar reformes importants, fomentant això la participació i la inclusió en la presa de decisions.

   La representativitat en els òrgans de govern ha de ser equilibrada, evitant la concentració del poder en petits grups o la prolongació excessiva de mandats sense mecanismes de renovació. L'alternança en els càrrecs directius, junt amb procediments oberts i accessibles per a l'elecció de representants, contribueix a una gestió més democràtica i plural.

3. *Eficiència i professionalització de la gestió*

   Perquè un col·legi professional funcioni correctament, és essencial que la seva administració sigui àgil i eficient, evitant estructures burocràtiques que alenteixen els processos interns.

   La separació de funcions entre els òrgans de govern i la gestió operativa és un element clau per assegurar una administració professionalitzada, permetent que professionals especialitzats en gestió dirigeixin els aspectes operatius mentre els òrgans col·legiats se centren en l'orientació estratègica i en la representació de la professió. A més, l'optimització dels recursos resulta fonamental per garantir que les quotes dels col·legiats s'utilitzin de manera eficaç i en benefici de al comunitat professional.

4. *Transparència i accés a la informació*

   La transparència és un principi transversal del bon govern que reforça la confiança en la institució i facilita el control per part dels col·legiats i altres actors interessats.

Un col·legi professional ha de garantir que la informació rellevant sobre el seu funcionament sigui accessible i que els processos de presa de decisions siguin comprensibles i revisables. Això implica la publicació de pressupostos, actes de reunions i criteris normatius de manera clara i accessible per a tots els col·legiats. La digitalització dels processos administratius també pot facilitar l'accés a la informació i millorar la comunicació entre els òrgans de govern i els seus membres.

El desenvolupament de plataformes electròniques pot facilitar la publicació de dades financeres i organitzatives de les entitats, permetent un accés directe i obert a la informació institucional.

5. *Control i rendició de comptes*

La rendició de comptes és una de les garanties fonamentals del bon govern als col·legis professionals, ja que permet als col·legiats i a la societat supervisar la seva actuació i exigir responsabilitat en la gestió.

Perquè aquesta rendició de comptes sigui efectiva, és imprescindible la publicació d'informació clara i accessible sobre la gestió econòmica, les decisions estratègiques i les actuacions disciplinàries. Els mecanismes d'auditoria, tant interns com externs, juguen un paper clau en aquest control, assegurant que les decisions siguin justificades i que la gestió dels recursos sigui transparent. A més, és recomanable establir sistemes de supervisió independents que permeten detectar possibles irregularitats i proposar millores en la governança.

La implantació d'oficines o portals de transparència on els col·legiats poden consultar informació detallada sobre l'administració del col·legi i les seves decisions estratègiques és una acció que facilita aquesta rendició de comptes.

6. *Innovació i adaptació a l'entorn*

El bon govern en els col·legis professionals no només s'han de basar en normes i principis tradicionals, sinó que també requereix una capacitat d'adaptació i evolució contínua.

La transformació de les professions i la digitalització han canviat les expectatives dels col·legiats i de la societat en general, cosa que exigeix que els col·legiats adoptin enfocaments innovadors en la seva gestió. La implementació d'eines digitals per a la participació, la incorporació de tecnologies en l'administració i l'actualització constant de les normatives són elements clau per assegurar que els col·legis professionals continuïn sent rellevants i eficaços.

Aquests sis principis –ètica i responsabilitat, participació i representativitat, eficiència i professionalització de la gestió, transparència i accés a la informació, control i rendició de comptes i innovació i adaptació a l'entorn– constitueixen el marc fonamental per al bon govern en els col·legis professionals. La seva correcta aplicació permet que aquestes institucions siguin més eficaces, confiables i sostenibles en el temps, assegurant que complexin la seva funció sense perdre la legitimitat que els atorga la seva missió pública.

En el següent apartat posarem el focus en un dels principis que hem mencionat: la transparència.

3. TRANSPARÈNCIA: PILAR FONAMENTAL PER A LA CONFIANÇA

La confiança en els col·legis professionals depèn en gran mesura de la seva capacitat per operar amb transparència. Com a institucions que gestionen l'accés i l'exercici d'una professió, la seva credibilitat no només s'ha de sostenir en la seva utilitat per als col·legiats, sinó també en el seu compromís amb la rendició de comptes davant la societat. La falta de transparència genera sospita sobre la imparcialitat de les decisions col·legials, la gestió dels recursos i el compliment de la seva funció pública. En canvi, un col·legi professional que actua amb obertura i claredat reforça la seva legitimitat, millora la participació dels seus membres i enforteix el seu paper en l'entorn professional i social.

Atès que l'impacte que els col·legis tenen en els seus membres i en la societat, la seva transparència no es pot limitar a una obligació formal, sinó que ha de ser un pilar

estructural del seu funcionament. Això suposa garantir l'accés a la informació, la claredat en els processos de presa de decisions i l'existència de mecanismes efectius de control.

Seguint el mateix esquema que hem utilitzat per analitzar el bon govern, explorarem, en primer lloc, què implica la transparència en general i quins elements són específics en el cas dels col·legis professionals, per descriure, després, com es concreta aquesta transparència en l'activitat dels col·legis professionals.

3.1. LA TRANSPARÈNCIA EN GENERAL I LA SEVA APLICACIÓ ALS COL·LEGIS PROFESSIONALS

La transparència és un principi clau en qualsevol organització que aspiri a generar confiança i legitimitat, però en el cas dels col·legis professionals adquireix una rellevància especial. La societat i els propis col·legiats esperen que els decisions i accions dels col·legis siguin clares, justificades i accessibles, evitant qualsevol percepció d'opacitat o favoritisme.

Com a entitats que combinen funcions de representació dels seus membres amb un paper regulador d'interès públic, el seu nivell d'obertura i rendició de comptes ha de ser especialment rigorós. Atesa aquesta naturalesa bifront dels col·legis, la Llei 19/2013, de 9 de desembre, de transparència, accés a la informació pública i bon govern els incorpora en el seu àmbit subjectiu d'aplicació, però únicament respecte de les activitats que realitzen amb subjecció al dret administratiu (González-Juliana, 2023; Consejo de Transparencia y Buen Gobierno y Unión Profesional, 2016; Blanes Climent, 2017).

En termes generals, la transparència implica que les institucions proporcionen informació rellevant de manera accessible, oportuna i comprensible. Això no només fa referència a la publicació de dades financeres o normatives, sinó també a la claredat en els processos de presa de decisions, a la gestió de conflictes d'interès i a la comunicació efectiva amb els diferents actors implicats. Quan una organització actua amb transparència, facilita

l'escrutini de les seves accions, redueix el risc de corrupció i millora la confiança de les persones que en depenen.

En el cas dels col·legis professionals, la necessitat de transparència intensifica per la naturalesa de la seva funció. A diferència d'una empresa privada, que respon davant dels seus accionistes o clients, els col·legis gestionen una professió en el seu conjunt i exerceixen un poder que influeix en la vida de milers de col·legiats i en la qualitat dels serveis que presten a la societat. De la seva transparència depèn que els professionals confiïn en la imparcialitat de les decisions col·legials i que la ciutadania percebi aquestes institucions com a garants de l'interès públic i no com a estructures tancades que només busquen protegir als seus membres.

La transparència als col·legis professionals s'aplica a diferents nivells. Primer, a la gestió interna, assegurant que els processos de governança siguin accessibles i que les decisions preses pels seus òrgans de direcció estiguin degudament justificades. Segon, a la gestió econòmica, garantint que els recursos obtinguts a través de les quotes dels col·legiats s'administrin de manera eficient i en benefici de la professió. Tercer, a la relació amb la societat i les administracions públiques, assegurant que la regulació de la professió sigui justa, oberta i alineada amb les necessitats de l'entorn.

Una gestió opaca en un col·legi professional pot derivar una pèrdua de confiança, desafecció dels col·legiats i sospites sobre l'ús dels recursos o la imparcialitat de les seves decisions. Per això, adoptar una cultura organitzativa basada en l'obertura i la rendició de comptes és essencial per evitar aquestes percepcions i demostrar que el col·legi actua amb integritat. A l'apartat següent, veurem com es tradueix aquest principi en pràctiques concretes dins dels col·legis professionals.

3.2. DIMENSIONS DE LA TRANSPARÈNCIA ALS COL·LEGIS PROFESSIONALS

La transparència en els col·legis professionals no es limita a la publicació d'informació ocasional ni al compliment d'obligacions normatives. Per tal que sigui efectiva, s'ha d'aplicar de manera integral en diferents àrees de la gestió col·legial, assegurant que tant els col·legiats com la societat tinguin accés a la informació rellevant i puguin avaluar l'actuació de la institució. En aquest sentit, és possible identificar diverses dimensions clau on la transparència exerceix un paper essencial d'accés a la informació: l'obertura en els processos de presa de decisions, la gestió de conflictes d'interès i la comunicació amb els diferents actors implicats.

1. *Accés a la informació*

   L'accés a la informació és el primer pilar de la transparència als col·legis professionals. Aquests organismes gestionen recursos dels seus col·legiats, estableixen normatives internes i tenen la capacitat d'influir en l'exercici de la professió.

   Per això, és fonamental que les dades sobre el seu funcionament siguin públiques i fàcilment accessibles. La informació financera, incloent-hi pressupostos, balanços i la distribució de la despesa, ha d'estar disponible perquè els col·legiats puguin conèixer el destí de les seves aportacions. Així mateix, l'estructura organitzativa, la composició dels òrgans de govern i els procediments interns han de ser comunicats de manera clara, evitant qualsevol percepció d'opacitat.

2. *Obertura en els processis de presa de decisions*

   Un col·legi professional ha de garantir que les seves decisions siguin comprensibles, justificades i obertes a l'escrutini dels seus membres.

   Això implica establir procediments clars per a l'aprovació de normatives internes, l'elecció de representants i la presa de decisions estratègiques. La previsibilitat en les

regles de funcionament i la documentació accessible sobre com s'adopten les resolucions col·legials reforcen la confiança en la institució.

3. *Gestió de conflictes d'interès*

   Els col·legis professionals agrupen a persones que poden ocupar simultàniament rols de representació i exercir la professió de manera privada. Aquesta doble funció pot donar lloc a conflictes d'interès si no es regulen adequadament.

   Per evitar favoritismes i decisions que beneficiïn interessos particulars és fonamental comptar amb mecanismes d'identificació i prevenció de conflictes d'interès. La publicació dels vincles dels dirigents dels col·legis amb empreses, clients o institucions regulades és una pràctica que ajuda a prevenir situacions problemàtiques.

4. *Comunicació amb els actors implicats*

   La transparència no només es basa en publicar informació, sinó en assegurar-se que arribi a qui la necessita.

   Els col·legis professionals han de mantenir una comunicació accessible i comprensible tant amb els seus col·legiats com amb altres actors rellevants, incloent-hi organismes reguladors, ocupadors i la societat en generals. Informes periòdics, butlletins informatius i plataformes digitals permeten que qualsevol persona interessada conegui la tasca del col·legi i participi en les seves activitats. En aquest sentit, la digitalització ha facilitat que molts col·legis adoptin pràctiques més accessibles i participatives.

Aquestes dimensions de la transparència reforcen la confiança en els col·legis professionals i garanteixen que les seves decisions siguin percebudes com a legítimes i alineades amb l'interès general.

4. EINES I MECANISMES DE BON GOVERN I TRANSPARÈNCIA

L'interès pel bon govern i la transparència als col·legis professionals s'ha de traduir en eines i mecanismes concrets que garanteixen la seva aplicació efectiva. La implementació d'aquests instruments permet enfortir la confiança dels col·legiats, millorar l'eficiència en la gestió del col·legi i reforçar la seva legitimitat davant de la societat. A continuació, veurem les principals eines que poden contribuir a consolidar una governança més ètica, oberta i participativa en aquestes institucions.

1. Normes i marcs de referència per al bon govern

Perquè un col·legi professional funcioni amb criteris de governança adequats és fonamental comptar amb normes clares que regulin el seu funcionament intern. Els codis de bon govern són una de les eines més utilitzades per establir principis i directrius que orientin la gestió col·legial (Unión Profesional, 2014). Aquests codis inclouen criteris sobre la presa de decisions, la rendició de comptes, la prevenció de conflictes d'interès i la gestió eficient dels recursos. Alguns països han desenvolupat marcs normatius específics per als col·legis professionals, mentre que en d'altres es segueixen recomanacions internacionals sobre bon govern.

És molt recomanable elaborar un codi de bon govern on es recullin principis com la independència dels òrgans de direcció, la transparència en la gestió econòmica i la necessitat de mecanismes de participació. Aquest tipus d'iniciatives ofereixen una guia clara perquè els col·legis adaptin la seva estructura organitzativa a estàndards de qualitat i ètica de la gestió. A la seva *Guía para la implantación del buen gobierno en el sector colegial*, Unión Profesional (2014) va incloure un model de referència per a la redacció d'un Codi de Bon Govern.

2. Supervisió i control de la gestió

Per evitar irregularitats i garantir la rendició de comptes, els col·legis professionals han de disposar de mecanismes de supervisió i control tant interns com externs. En l'àmbit intern, és recomanable que existeixin òrgans de fiscalització, com comitès d'auditoria

i control, que revisin la gestió econòmica i administrativa del col·legi. A més, l'existència d'una auditoria externa contribueix a reforçar la credibilitat del col·legi i a detectar possibles ineficiències en l'ús dels recursos.

Algunes institucions han optat per establir sistemes de control més rigorosos per enfortir la seva legitimitat, com, per exemple, la implementació d'auditories anuals junt amb un sistema de publicació d'informes de gestió accessibles al públic. Aquestes pràctiques no només milloren la supervisió interna, sinó que també permeten que els col·legiats i la societat en general puguin avaluar l'actuació del col·legi.

3. Transparència i accés a la informació

La transparència és una eina essencial per garantir la confiança en la gestió col·legial. Per això, és imprescindible que els col·legis comptin amb mecanismes que facilitin l'accés a la informació rellevant sobre el seu funcionament. La publicació d'informes de gestió, la divulgació de pressupostos detallats i l'accessibilitat a les actes de les reunions dels òrgans de govern són mesures que reforcen la percepció d'integritat i obertura a la institució.

En els últims anys, diversos col·legis han apostat per la digitalització com a medi per millorar la transparència. A través d'aquests portals de transparència es poden consultar de manera actualitzada els seus pressupostos, retribucions i decisions clau. Aquesta pràctica ha permès que els col·legiats tinguin un accés directe a la informació evitant la percepció d'opacitat en la gestió de l'organització.

4. Participació i governança oberta

Un col·legi professional ben governat no només ha de ser transparent, sinó també participatiu. La implicació dels col·legiats en la presa de decisions és clau per enfortir el seu sentit de pertinença i garantir que el col·legi representa realment els interessos de la professió. Per fomentar la participació, els col·legis poden implementar processos de consultes periòdics, votacions en línia, enquestes i fòrums de debat on els col·legiats poden expressar les seves opinions i propostes.

La digitalització dels processos de votació i consulta permet que els col·legiats participin en decisions estratègiques de manera remota. Aquesta pràctica no només augmenta la participació, sinó que també facilita una governança més àgil i representativa.

5. Mecanismes d'integritat i prevenció de conflictes d'interès

La gestió dels conflictes d'interès garanteix la imparcialitat i l'equitat en la governança dels col·legis professionals. Per això, és fonamental comptar amb registres públics on es declaren els interessos econòmics i professionals dels membres dels òrgans de govern, assegurant que no existeixen influències indegudes en la presa de decisions. També convé establir criteris clars sobre quines situacions poden comprometre l'objectivitat en la regulació de la pràctica professional. Així mateix, és recomanable l'existència de comitès d'ètica independents que analitzin i resolguin possibles conflictes d'interès

Aquest tipus d'iniciatives contribueixen a reforçar la confiança en la imparcialitat dels col·legis professionals i a evitar pràctiques que puguin generar sospites entre els col·legiats o la societat.

6. Protecció d'alertadors i canals de denúncia

Un sistema de governança sòlid ha de comptar amb mecanismes de denúncia que permetin detectar i corregir irregularitats en la gestió del col·legi. l'existència de canals de denúncia interns –protegits i confidencials– facilita que els col·legiats puguin informar sobre possibles males pràctiques sense temor a represàlies.

Algunes institucions han desenvolupat sistemes específics per a la protecció d'alertadors, garantint el seu anonimat i establint protocols per a la gestió de denúncies. A Espanya, diferents col·legis professionals han començat a implementar bústies ètiques digitals, on qualsevol col·legiat pot reportar irregularitats de forma segura. Aquest tipus d'eines reforcen la cultura d'integritat dins de l'organització i permeten corregir problemes abans que es converteixin en crisis de governança.

Les eines i mecanismes descrits en aquest apartat són fonamentals per construir una governança sòlida i sostenible. Un col·legi professional que aposta per aquestes pràctiques no només millora el seu funcionament intern, sinó que també enforteix la confiança en la professió que representa i reforça la seva legitimitat.

5. EL BON GOVERN I LA TRANSPARÈNCIA COM A GARANTIA DE LEGITIMITAT I SOSTENIBILITAT DELS COL·LEGIS PROFESSIONALS

Els col·legis professionals exerceixen un paper fonamental en la regulació i supervisió de moltes professions, garantint estàndards de qualitat, formació contínua i compromís ètic. Al llarg dels anys, la seva existència ha sigut objecte de debat en alguns contextos, especialment amb relació a l'obligatorietat de la col·legiació, la percepció de corporativisme i la necessitat de major transparència en la seva gestió. Aquestes preocupacions, més que qüestionar la seva legitimitat, posen de manifest la importància de seguir enfortint la governança dels col·legis i la seva capacitat de resposta a les expectatives dels col·legiats i de la societat.

Si bé les estructures col·legials han demostrat el seu valor com a garants de la qualitat professional, és natural que en un entorn en evolució sorgeixen reflexions sobre com poden continuar millorant el seu funcionament. El bon govern i la transparència no només permet reforçar la confiança en aquestes institucions, sinó que també consoliden el seu paper com a actors essencials en el desenvolupament de la professió i en la protecció de l'interès públic.

5.1. EL BON GOVERN: CLAU PER REFORÇAR LA LEGITIMITAT DELS COL·LEGIS PROFESSIONALS

Entre les crítiques més freqüents es troba la idea que els col·legis professionals poden funcionar com a barreres d'entrada a la professió. En alguns països, la col·legiació és obligatòria per exercir determinades activitats, cosa que ha portat a qüestionar si aquest requisit limita la competència o imposa requisits innecessaris als professionals. Per contra, en països com el Regne Unit o els Estats Units, on moltes professions estan regulades a través de certificacions independents, es planteja si l'existència de col·legis és imprescindible o si podrien adoptar-se models alternatius.

Una altra crítica recorrent és el risc de corporativisme, és a dir, la possibilitat que els col·legis actuïn més en defensa dels seus membres que en benefici de l'interès general. En alguns casos, s'ha assenyalat que aquestes institucions poden influir en la regulació professional amb criteris que protegeixin l'estatus dels col·legiats, .limitant l'entrada de nous professionals o afectant a la lliure competència. També s'ha qüestionat la falta de diversitat i renovació en els seus òrgans de govern, cosa que podria generar dinàmiques de poder poc representatives dels interessos de tots els col·legiats.

Finalment, la falta de transparència és un altre dels qüestionaments habituals. En alguns col·legis professionals, la gestió de recursos, la presa de decisions i els processos interns s'han percebut com a poc accessibles o subjectes a la discrecionalitat d'un grup reduït.

Lluny de ser un obstacle, aquestes crítiques es poden convertir en una oportunitat perquè els col·legis professionals reforcen la seva legitimitat mitjançant un model de bon govern basat en l'ètica, la transparència i la participació. En un context en què la societat exigeixi millor obertura en les organitzacions, els col·legis han d'adoptar models de governança més clars i accessibles.

Garantir que la col·legiació no es percebi com una barrera d'entrada implica justificar la seva funció reguladora i demostrar que la seva existència respongui a la millora de la qualitat de la professió i a la protecció de la societat davant els riscos associats a l'exercici

no regulat. L'adopció de processos d'acreditació més flexibles, la digitalització de tràmits i l'eliminació de requisits innecessaris poden contribuir a dissipar aquestes preocupacions.

Quant a la preocupació sobre el corporativisme, una governança més participativa és clau per assegurar que les decisions col·legials reflecteixin el conjunt de la professió i no només els interessos de determinats grups. La diversificació de la representació en els òrgans de govern, la promoció de la renovació de càrrecs i la creació de mecanismes de consulta oberts als col·legiats permeten evitar la concentració de poder i millorar la representativitat. L'existència de procediments clars i objectius per a la presa de decisions, així com la incorporació de criteris tècnics en determinats àmbits de gestió, reforcen la percepció d'imparcialitat i equitat en l'administració de la institució. La inclusió de representants externs en determinats comitès de decisió o grups de treball han demostrat ser eficaços per evitar l'endogàmia i millorar la credibilitat de les decisions col·legials.

L'enfortiment de la transparència també exerceix un paper fonamental en la consolidació del bon govern. La publicació d'informació rellevant sobre la gestió del col·legi, la rendició de comptes sobre l'ús dels recursos i l'accessibilitat de les decisions adoptades pels òrgans de govern contribueixen a reforçar la confiança dels col·legiats i de la societat en la institució. Mesures com l'elaboració d'informes de gestió detallats, la realització d'auditories externes i la creació de plataformes digitals on es pugui consultar la informació clau són pràctiques que afavoreixen una governança més oberta i responsable.

La implementació de principis de bon govern representa una oportunitat per enfortir la sostenibilitat dels col·legis professionals i la seva capacitat d'adaptació a un entorn canviant. La modernització dels processos interns, la incorporació de noves tecnologies en la gestió i la promoció d'una cultura de transparència i participació permeten que aquestes institucions continuïn exercint un paper rellevant en la regulació i desenvolupament de la professió.

5.2. BENEFICIS D'UN COL·LEGI BEN GOVERNAT

L'adopció de principis de bon govern i transparència en els col·legis professionals a més de respondre a les crítiques que aquestes institucions han rebut, també genera múltiples beneficis per als seus membres, per a la professió en el seu conjunt i per a la societat. Un col·legi ben gestionat, amb estructures representatives, processos oberts i mecanismes de control efectius, reforça la seva legitimitat i enforteix el seu impacte en l'entorn on opera.

Aquests beneficis no només es reflecteixen en la confiança i la reputació de la institució, sinó que també en la implicació dels seus col·legiats, en la prevenció de riscos associats a una governança deficient i en la seva capacitat per adaptar-se als canvis.

D'una banda, un col·legi professional que opera amb bon govern i transparència enforteix la seva credibilitat tant entre els seus col·legiats com davant la societat, millorant la confiança i la reputació cap al col·legi. La confiança en la institució augmenta quan els seus membres perceben que les decisions es prenen de manera justa, representativa i alineada amb els interessos de la professió. Una comunicació clara i accessible sobre la gestió i les decisions col·legials reforça la reputació de la institució i de la professió que representa.

A més, quan un col·legi professional garanteix espais de participació i estableix mecanismes oberts per a la presa de decisions, els seus membres se senten més involucrats i compromesos amb la institució. La implicació activa dels col·legiats no només millora la representativitat de l'organització, sinó que també contribueix a generar un sentit de pertinença que reforça la cohesió professional i facilita la col·laboració entre els seus membres.

La implementació de mecanismes de control i supervisió permet prevenir situacions que podrien derivar en crisis institucionals, conflictes interns o pèrdua de legitimitat. La transparència en la gestió econòmica i la rendició de comptes periòdica redueix el risc d'irregularitats, assegurant que la institució operi de manera sostenible i amb visió a llarg

termini. A més, la digitalització i la modernització dels processos interns milloren l'eficiència i faciliten l'adaptació del col·legi als canvis de l'entorn professional i social.

En definitiva, un model de governança ben estructurat i transparent reforça el paper dels col·legis professionals com a actors clau per al desenvolupament professional dels seus membres i com a garants d'una actuació ètica i responsable cap a la societat en el seu conjunt.

6. CONCLUSIONS I RECOMANACIONS FINALS

Els col·legis professionals han estat, i continuen sent, institucions clau en la regulació de moltes professions, assegurant que els seus membres actuïn amb criteris de qualitat, ètica i responsabilitat. No obstant això, en un entorn on la transparència i el bon govern són cada vegada més exigits per la societat, la seva legitimitat ja no es poden basar únicament en el seu paper històric o en l'obligatorietat de la col·legiació en determinades professions. La seva rellevància i sostenibilitat depenen de la seva capacitat per demostrar que compleixen una funció d'interès públic i que operen amb criteris de governança moderns, oberts i eficients.

Al llarg d'aquest capítol, hem analitzat com el bon govern i la transparència no només enforteixen la confiança en els col·legis professionals, sinó que també ofereixen respostes a les crítiques que aquestes institucions han rebut. S'han destacat la importància d'establir normes de governança clares, assegurar la rendició de comptes, fomentar la participació dels col·legiats i garantir que les decisions col·legials siguin representatives i accessibles. També s'han presentat eines concretes per millorar la gestió, des de codis de bon govern fins a mecanismes de control, portals de transparència i estratègies de comunicació amb els diferents actors implicats.

Un col·legi professional ben governat no només beneficia als seus propis membres, sinó que també contribueix a la millora de la professió en el seu conjunt i a l'enfortiment del

seu impacte social. Quan els col·legiats perceben que el seu col·legi actua amb integritat, eficiència i equitat, augmenta el seu sentit de pertinença i compromís amb la institució. Això, a la seva vegada, afavoreix la cohesió professional i la cooperació entre els seus membres, enfortint la professió com un tot. A més, una gestió oberta i transparent millora la reputació del col·legi davant la societat i els organismes públic, facilitant la seva interlocució amb altres actors i reforçant el seu paper en el disseny de polítiques professionals.

Des d'una perspectiva operativa, l'adopció de models de governança sòlids i la integració d'eines de transparència contribueixen a la sostenibilitat institucional dels col·legis professionals. En un context on les expectatives sobre aquestes organitzacions estan evolucionant, resulta fonamental que els col·legis siguin capaços d'adaptar-se a les noves demandes de digitalització, rendició de comptes i participació. La implementació de processos més àgils i oberts permet evitar el risc d'ineficiència i burocratització, assegurant que els col·legis segueixin sent rellevants en el futur.

Sobre la base d'aquestes anàlisis, es poden formular algunes recomanacions finals per enfortir el bon govern i la transparència en els col·legis professionals. En primer lloc, és imprescindible que cada col·legi revisi i actualitzi les seves normes de governança, assegurant que reflecteixen principis d'integritat, participació i eficiència. L'elaboració o actualització d'un codi de bon govern pot ser un primer pas per establir un marc de referència clar sobre com s'ha de gestionar la institució.

En segon lloc, es recomana reforçar els mecanismes de control i supervisió, tant interns com externs. L'existència d'auditories periòdiques, comitès independents d'ètica i sistemes efectius de rendició de comptes contribueixen a millorar la confiança dels col·legiats i a prevenir riscos de mala gestió. A més, la implementació de portals de transparència i la publicació d'informació rellevant de manera accessible afavoreixen la percepció d'obertura i responsabilitat institucional.

D'altra banda, la participació dels col·legiats ha de ser promoguda de manera activa. La consulta periòdica sobre temes estratègics, la digitalització de processos de votació i la creació d'espais de debat oberts permeten que els membres del col·legi s'involucrin en la presa de decisions i se sentin representats en la gestió de la institució. Un col·legi que fomenta la participació enforteix la seva legitimitat i genera un major compromís dels seus membres.

Finalment, és fonamental que els col·legis professionals no vegin la transparència i el bon govern com una càrrega o una obligació externa, sinó com un pilar estratègic que reforça la seva sostenibilitat i la seva capacitat d'impacte. Apostar per una gestió ètica, eficient i oberta no només respon a les demandes actuals, sinó que també assegura que els col·legis continuïn complint la seva missió amb èxit en el futur.

En definitiva, el bon govern i la transparència no són només un requisit normatiu i una exigència social, sinó una oportunitat perquè els col·legis professionals reforcen el seu paper i el seu impacte. Aquells que integren aquests principis en la seva gestió estaran millor preparats per afrontar els desafiaments del segle XXI, consolidant-se com a institucions de referència per als seus membres i per a la societat.

BIBLIOGRAFIA

- Blanes Climent, M. A. (2017). *La transparencia de los colegios profesionales*
- Consejo de Transparencia y Buen Gobierno y Unión Profesional (2016). *Guía de Transparencia y acceso a la información pública dirigida a los Consejos y Colegios profesionales y demás corporaciones de derecho público*
- Consejo General del Trabajo Social (2016). *¿Qué son los colegios profesionales y para qué sirven?*
- González-Juliana, A. (2023). *El acceso a la información de los colegios profesionales. Revista Jurídica de Castilla y León*, (59), 119-140

- Unión Profesional (2014). *Guía para la implantación del buen gobierno en el sector colegial*

COM REPORTAR EL DESENVOLUPAMENT DE LA SOSTENIBILITAT? ELS FLUXOS DE LA INFORMACIÓ

Carlos Cerdán

Soci responsable de l'àrea de sostenibilitat i ESG (Environmental, Social and Governance) d'RSM Spain.

RESUM

En el context global actual, els col·legis professionals de Catalunya exerceixen un paper clau com a motors de canvi cap a models més sostenibles i transparents. A través de la creació de pautes, com els codis deontològics, i la implementació de fluxos d'informació estratègics, aquestes institucions no només fomenten pràctiques ètiques i sostenibles als seus sectors, sinó que també reforcen la seva capacitat per avaluar, controlar i comunicar l'acompliment en sostenibilitat. La incorporació d'eines com l'anàlisi de materialitat (segons estàndards GRI i NEIS) i la definició d'indicadors clau (KPI) permet gestionar eficientment els impactes ambientals, socials i de governança, posicionant als col·legis com a referents de sostenibilitat en el seu entorn.

Al llarg del capítol també s'aborda el procés d'implementació i gestió operativa dels fluxos d'informació i el procés de comunicació de resultats. Precisament, en aquest àmbit, es recomana abordar el procés de reporting d'acord a las noves normes europees, en concret les noves normes voluntàries per a PYMES (VSME). Finalment, s'inclouen alguns exemples pràctics representatius per a gran part dels col·legis professionals.

Paraules clau: Flux d'informació, transparència, col·legis professionals, materialitat, medi ambient, persones, estratègia

1. INTRODUCCIÓ

En un entorn global cada vegada més conscient dels reptes ambientals, socials i de governança, els col·legis professionals de Catalunya tenen una posició estratègica per liderar el canvi cap a un model més transparent i sostenible. Pel seu impacte directe i indirecte, aquestes entitats són fonamentals en la promoció de pràctiques ètiques i sostenibles dins dels seus respectius sectors.

Entre les seves principals responsabilitat destaca la creació de pautes i normatives, com els codis deontològics. Això els atorga una posició privilegiada per influir i redirigir als seus sectors cap a pràctiques alineades amb els objectius de sostenibilitat i un entorn més responsable. Però per això, és necessari entendre quins són els impactes, els indicadors i els fluxos i responsabilitats d'informació estratègics i efectius.

Aquest capítol té com a finalitat proporcionar una guia pràctica i detallada per a especialistes en estratègia i redacció d'informes de sostenibilitat als col·legis professionals. S'enfoca en com dissenyar, implementar i comunicar fluxos d'informació que serveixin de suport a les polítiques i objectius de sostenibilitat. La intenció és oferir eines que posicionin als col·legis com a referents en transparència i sostenibilitat dins de Catalunya.

Al llarg del capítol s'analitza la gestió de dades vinculades a la sostenibilitat, des de la seva recopilació fins a la seva presentació en informes, mostrant la importància que les accions dels col·legis no només siguin efectives, sinó també comprensibles i visibles per als grups d'interès. També s'aprofundeix en la capacitat dels col·legis per avaluar i controlar l'acompliment, incloent-hi aspectes relacionats amb la sostenibilitat dels seus col·legiats (Unión Profesional, 2018).

2. FONAMENTS I DISSENY ESTRATÈGIC DELS FLUXOS DE LA INFORMACIÓ

Els fluxos d'informació representen el conjunt d'activitats necessàries per recopilar, analitzar, validar i comunicar dades relacionades amb l'impacte sostenible d'una organització. Per als col·legis professionals, que operen en un entorn altament regulat (BOE, 2006) i amb expectatives creixents dels seus membres i altres grups d'interès, aquests fluxos són fonamentals per demostrar el progrés cap a la sostenibilitat.

Els fluxos d'informació són essencials en el marc de la contribució al desenvolupament sostenible ja que:

- Garanteixen la transparència: Proporcionen dades clares i accessibles que reflecteixen el compromís sostenible del col·legi i de manera indirecta dels seus col·legiats.
- Faciliten la presa de decisions: Permeten identificar àrees de millora i oportunitats estratègiques basades en dades objectives.
- Compleixen amb les normatives legals: Protegeixen el compliment de regulacions per part dels col·legis i els seus col·legiats.
- Reforcen la reputació: Una gestió efectiva de la informació posiciona al col·legi i als seus col·legiats com a institucions ètiques i confiables.
- Millora la gestió de riscos i aprofitament d'oportunitats: La disponibilitat i control de la informació fiable sobre l'acompliment en sostenibilitat de l'associació i dels seus col·legiats, permet anticipar potencials riscos i aprofitar oportunitats a nivell sectorial.

El disseny dels fluxos d'informació comença amb l'enteniment de l'entorn del col·legi i els seus impactes en matèria de sostenibilitat. Aquesta etapa hauria de començar amb una avaluació exhaustiva de l'activitat i del context on opera el Col·legi.

Aquest procés s'ha de complementar amb consultes directes o indirectes amb els diferents grups d'interès interns o externs. Aquest procés es denomina estudi de materialitat.

3. MATERIALITAT. PUNT DE PARTIDA

Un estudi de materialitat és un procés clau en la sostenibilitat que permet identificat els temes més rellevants per a l'associació i els seus grups d'interès.

Existeixen diferents iniciatives o normes que defineixen el concepte de materialitat. A efectes de la present Guia, és rellevant mencionar els estàndards GRI (Global Reporting Initiative) per ser el marc més utilitat i les noves Normes europees d'informació sobre sostenibilitat (NEIS).

Materialitat segons GRI (GRI, 2021)

En el marc dels estàndards GRI, la materialitat se centra en identificar els temes que tenen un impacte significatiu en els aspectes econòmics, ambientals i socials d'una organització, així com en les decisions dels seus grups d'interès.

Procés d'anàlisi de materialitat segons GRI:

1. Identificació de temes rellevants: Es recopilen dades internes i externes per identificar els temes que podrien ser significatius.
2. Priorització: S'avalua la importància de cada tema en funció del seu impacte i rellevància per als grups d'interès.
3. Validació: Els temes prioritzats es revisen per garantir que reflecteixen adequadament les prioritats estratègiques de l'organització.
4. Revisió: L'anàlisi s'actualitza periòdicament per reflectir canvis en el context o en les expectatives dels *stakeholders*.

El resultat de l'anàlisi de materialitat segons GRI s'utilitza per estructurar els informes de sostenibilitat, assegurant que se centren en els temes més rellevants.

Materialitat segons les normes NEIS (NEIS, 2023)

Les NEIS, desenvolupades en el context de la Directiva CSRD de la Unió Europea, introdueixen el concepte de **doble materialitat**, que amplia l'enfocament tradicional de la materialitat. Aquest concepte considera dues perspectives:

1. **Materialitat d'impacte (Inside-Out):** Avalua com les activitats de l'organització afecten al medi ambient, la societat i els drets humans.
2. **Materialitat financera (Outside-In):** Analitza com els factors de sostenibilitat (com el canvi climàtic i les regulacions socials) impacten en la posició financera de l'organització.

- **Procés d'anàlisi de doble materialitat segons NEIS:**
    1. Identificació de temes: Es consideren tant els impactes de l'organització com els riscos i oportunitats derivats de factors externs.
    2. Avaluació d'impacte: S'analitza la magnitud, l'abast i la probabilitat dels impactes identificats.
    3. Priorització: Els temes es classifiquen en funció de la seva rellevància des d'ambdues perspectives (impacte i financer).
    4. Integració: Els resultats de l'anàlisi s'incorporen en els informes de sostenibilitat, destacant els temes materials des d'ambdues perspectives.

L'enfocament de doble materialitat busca proporcionar una visió més completa i integrada dels riscos i oportunitats relacionades amb la sostenibilitat, alineant els interessos dels *stakeholders* amb els objectius estratègiques de l'organització.

4. IDENTIFICACIÓ I RECOPILACIÓ DE DADES

El procés de materialitat ha d'establir els continguts que cada col·legi professional ha de reportar, reconeixent que no tots tenen els mateixos impactes en matèria de sostenibilitat. Per tant, els seus informes s'han d'adaptar a les seves particularitats.

En els darrers anys, s'ha avançat en la identificació d'elements materials que podrien ser inclosos en els codis deontològics. Per exemple, en l'àmbit ambiental (Unión Profesional, 2024), destaquen accions com: minimitzar l'ús de recursos naturals, aigua i energia; allargar la vida útil dels productes mitjançant la regeneració, restauració o reparació de danys; i la formació orientada a avaluar, evitar o reparar impactes ambientals previsibles.

Un element clau és la definició d'indicadors clau de rendiment (KPIs) que permetin avaluar les polítiques sostenibles. Alguns indicadors rellevants inclouen:

- Petjada de carboni: càlcul i reducció d'emissions associades a les activitats del col·legi i dels col·legiats, així com l'etiquetatge de productes o serveis.
- Consum de recursos: monitoratge i disminució de l'ús de paper, energia i aigua.
- Gestió de residus electrònics: implementació de sistemes per a la seva correcta disposició.
- Satisfacció: enquestes per mesurar l'impacte i acceptació de les iniciatives de sostenibilitat.
- Diversitat i equitat: avaluació i millora de ràtios relacionats en l'entorn laboral.
- Hores de formació: quantificació i correlació amb impactes tangibles en la pràctica professional.

Pel que fa a la formació realitzada, el càlcul s'ha de fer a partir de mètriques específiques que reflecteixin la intensitat i la qualitat de la formació, no només la quantitat, per garantir que els coneixements adquirits tinguin un impacte tangible en la pràctica professional. Addicionalment, l'enfocament dels continguts formatius s'ha d'adaptar a la naturalesa de l'activitat professional de cada col·lectiu, identificant els indicadors d'impacte més rellevants:

- Professions amb alt impacte ambiental o de risc operatiu: si les activitats impliquen maquinària pesada, la formació hauria de

prioritzar indicadors ambientals (emissions, consum de recursos) i de seguretat (protocols de prevenció d'accidents). També ha d'incloure l'avaluació de la petjada ecològica i estratègies de minimització de riscos associats a l'operació.

- Professions de caràcter administratiu o orientades a serveis d'oficina: en aquest cas, els indicadors socials esdevenen prioritaris, com la igualtat de gènere, el benestar laboral i la promoció de pràctiques responsables en l'entorn laboral. En l'àmbit ambiental, segurament es redueix a la reducció de paper, la gestió eficient de residus electrònics i el consum energètic eficient.

5. ÀREES RESPONSABLES DE LA RECOPILACIÓ DE DADES

Un cop detectada la informació necessària per reportar, s'han d'identificar les àrees de gestió encarregades de proporcionar les dades. En el procés d'elaboració de la Informació sobre Sostenibilitat (Instituto de Auditores Internos de España, 2025), l'àrea que gestiona cada punt del negoci vinculat a la dada de sostenibilitat (el propietari de la dada) que es publica, és la responsable de l'elaboració i control de l'esmentada informació.

En organitzacions multidisciplinàries, aquesta tasca recau en diverses àrees com ara gestió de riscos, sostenibilitat, comunicació i finances. No obstant això, en col·legis professionals més petits, un únic departament habitualment és l'encarregat de centralitzar aquestes funcions.

Aquest procés inclou funcions com la creació d'indicadors de sostenibilitat, la recopilació i consolidació de dades auxiliars, l'establiment de criteris de report i la coordinació per assegurar la coherència i comparabilitat de les dades presentades.

Davant aquesta complexitat, comptar amb una àrea de coordinació centralitzada és crucial per garantir un flux eficient i alineat amb els objectius de sostenibilitat.

6. IMPLEMENTACIÓ DE FLUXOS D'INFORMACIÓ I ANÀLISI ESTRATÈGICA

El procés de recopilació d'informació no conclou amb l'obtenció de les dades, sinó que exigeix eines avançades d'anàlisi i emmagatzemant que garanteixi la seva consistència, qualitat i utilitat. Aquest enfocament és essencial per transformar les dades en informació valuosa per a la presa de decisions estratègiques.

La implementació de fluxos d'informació ha d'estar suportada per una estratègia integral que asseguri la seva escalabilitat i eficàcia. Aquest procés comença amb la integració de sistemes automatitzats que optimitzin la recopilació de dades, reduint errors i maximitzant l'eficiència en l'ús de recursos.

En el cas d'indicadors clau d'acompliment, com ara consums d'aigua, energia o mètriques de recursos humans, és fonamental utilitzar eines especialitzades, com *software* ERP i plataformes digitals. Aquestes tecnologies no només permeten la gestió eficient de dades, sinó que també impulsen pràctiques sostenibles, com ara la reducció del consum de paper i el monitoratge de la digitalització de processos administratius.

Per avaluar l'efectivitat de les iniciatives de formació en sostenibilitat, és necessari establir un sistema de seguiment que correlacioni els resultats amb les hores de formació impartides. Això es pot aconseguir a través de solucions de gestió educativa i enquestes d'impacte dirigides als col·legiats, obtenint informació crítica per ajustar les estratègies formatives.

A més, els col·legis professionals han de garantir la fiabilitat de les dades a través de protocols de validació i auditories internes. La capacitació del personal encarregat de gestionar aquests fluxos és essencial per assegurar que les eines i metodologies s'utilitzin correctament i s'alineïn amb els objectius de l'organització. Un cop processades i validades les dades, s'ha de realitzar una anàlisis exhaustiva que converteixi la informació en

coneixement per a l'acció. Comparatives sectorials amb institucions similars són útils per contextualitzar els resultats i avaluar l'acompliment del col·legi en el seu entorn competitiu.

Sobre la base d'aquesta anàlisi, és possible definir estratègies coordinades, suportades en indicadors rellevants, per reduir els impactes negatius generats pel col·legi i els seus col·legiats, al mateix temps que es maximitzen els efectes positius en sostenibilitat i gestió responsable.

7. COMUNICACIÓ DE RESULTATS I IMPACTE

L'etapa final del flux d'informació és la comunicació dels resultats obtinguts. Això no només garanteix la transparència, sinó que també reforça la confiança i el compromís dels grups d'interès amb les iniciatives del col·legi. Els informes de sostenibilitat s'han de dissenyar de manera que siguin comprensibles, visualment atractius i rellevants per a les seves audiències.

Un bon informe combina dades quantitatives, com reducció d'emissions o ús d'energies renovables, amb narratives qualitatives que expliquin l'impacte social i cultural de les iniciatives. Per exemple, un informe podria incloure històries d'èxit, com testimonis de membres que van participar en programes formatius sobre sostenibilitat i com els hi va ajudar a implementar canvis en els seus entorns laborals.

Per tal de reportar de manera transparent, comparable i amb qualitat, és altament recomanable aplicar guies de reporting de sostenibilitat reconegudes internacionalment. Una opció consolidada és la metodologia GRI, àmpliament utilitzada per organitzacions d'arreu del món. No obstant això, una alternativa especialment rellevant en el context europeu actual és l'ús de les VSME (Voluntary Reporting Standard for SMEs) (BOE, 2025), que permeten alinear-se amb les tendències normatives emergents, com la Directiva CSRD i les NEIS.

L'únic aspecte que, al meu parer, s'hauria de mantenir —tot i que les VSME no ho requereixen— és la materialitat. El procés de materialitat, tal com s'ha indicat anteriorment, és fonamental no només per millorar el reporting, sinó també per optimitzar la gestió dels principals indicadors de sostenibilitat. Aplicar el principi "if applicable" que proposen les VSME podria deixar fora de l'informe de sostenibilitat informació clau tant per als stakeholders com per a l'organització.

En aquest sentit, adoptar les VSME, amb el reforç de la materialitat, aporta tres avantatges clau:

1. Simplicitat i aplicabilitat per la pròpia activitat i dimensió de molts col·legis professionals.
2. Millora de la gestió interna, gràcies a indicadors útils per millor l'acompliment i impacte en sostenibilitat.
3. Reforç de la credibilitat al transparència davant dels col·legiats, l'administració i la societat al utilitzar un estàndard europeu aprovat i reconegut.

Els col·legis poden adoptar formats diversos per als seus informes, des de documents descarregables fins a infografies interactives que es comparteixin a les xarxes socials i pàgines web. La clau és garantir que la informació sigui accessible per a tots els públics i que inspiri accions concretes entre els membres i altres actors del sector.

8. EXEMPLES PRÀCTICS

En aquest capítol es presenten alguns exemples de bones pràctiques que poden implementar els col·legis professionals i com es podrien presentar en els informes de sostenibilitat.

Els exemples indicats es basen en els principals elements i indicadors d'impacte en matèria de sostenibilitat.

Reducció de petjada de carboni mitjançant auditories energètiques

Un col·legi professional desitja reduir el seu impacte ambiental i comença per analitzar la seva petjada de carboni. Per això:

1. Contracta una empresa especialitzada en auditories energètiques que mesuri el consum elèctric, l'eficiència dels sistemes de calefacció i refrigeració i les fonts d'energia utilitzades.
2. Les dades recopilades es registren en un sistema centralitzat on es visualitzen àrees d'alt consum, com il·luminació poc eficient en sales de reunions o ventilació obsoleta.
3. Basant-se en aquesta anàlisi, el col·legi implementa mesures com la instal·lació de llums LED, termòstats intel·ligents i plaques solars. A més, adopta el teletreball parcial per reduir el consum energètic relacionat amb l'ús d'oficines.

   En l'informe anual de sostenibilitat, el col·legi podria incloure un apartat on es detalli, per exemple: un gràfic comparatiu amb la reducció del consum energètic respecte l'any anterior o un càlcul de les emissions de CO_2 evitades gràcies al canvi a fonts renovables.

Transparència en la diversitat i l'equitat

El col·legi professional detecta una baixa representació femenina als seus òrgans de decisió i decideix abordar-ho amb un enfocament basat en dades:

1. Analitza els registres interns de composició del seu equip directiu i estableix un punt de partida, descobrint que només el 25% dels llocs de treball els ocupen dones.
2. Realitza enquestes als membres del col·legi per identificar barreres percebudes per les dones en el seu accés a rols de lideratge.
3. Utilitza aquesta informació per dissenyar un pla estratègic de diversitat que inclou tallers sobre lideratge inclusiu i programes de mentoria.

   Els resultats es reporten en un informe de sostenibilitat sota el capítol "Diversitat i equitat", on es presenta una taula que mostra l'evolució anual del percentatge de representació femenina, casos d'èxit de dones que van aconseguir assumir càrrecs

rellevants gràcies a aquestes iniciatives; un compromís públic d'aconseguir un determinat percentatge de representació femenina en els pròxims tres anys.

Gestió de residus en esdeveniments

Un col·legi professional organitza cada any un congrés nacional amb milers d'assistents. Algunes de les mesures per reduir els residus que es generen serien:

1. Implementa mesures com l'ús de materials reciclables, prohibint les ampolles plàstiques i utilitzant aplicacions mòbils per a agendes i materials de l'esdeveniment en lloc d'imprimir fullets.
2. Durant l'esdeveniment, instal·la estacions de reciclatge i recopila dades sobre la quantitat de residus generats i reciclats.
3. Al final del congrés, realitza una enquesta per mesurar la percepció dels assistents respecte les iniciatives sostenibles implementades.

   S'elabora un informe que es remet a tots els assistents on es detalla la quantitat exacta de materials reciclats; un gràfic interactiu que compara la reducció de residus respecte a edicions anteriors i comentaris d'assistents agraint les mesures sostenibles i suggerint idees per al futur.

Incentius per a la formació en sostenibilitat

El col·legi detecta que molts dels seus membres no coneixen com aplicar la sostenibilitat en les seves pràctiques professionals. Per això, dissenya un programa de formació accessible i atractiu:

1. Llança cursos *online* sobre gestió sostenible, adaptats a les necessitats dels professionals del sector.
2. En finalitzar cada curs, sol·licita als participants que completin una enquesta on avaluen el seu aprenentatge i com planegen aplicar-lo.
3. Utilitza les dades recopilades per ajustar el contingut dels cursos i generar estadístiques sobre l'impacte del programa.

A l'informe de sostenibilitat del col·legi, es destaca: un diagrama que mostra el creixement en la participació dels cursos, indicant el percentatge dels membres que han rebut

formació en sostenibilitat, una planificació per ampliar l'abast dels cursos i col·laborar amb universitats locals per desenvolupar certificacions conjuntes.

9. CONCLUSIONS I RECOMANACIONS FINALS

Els fluxos d'informació són el cor de qualsevol estratègia de sostenibilitat. Des del seu disseny inicial fins a la comunicació de resultats, cada etapa d'aquest procés reforça la capacitat dels col·legis professionals per liderar amb exemple i demostrar el seu impacte positiu.

Amb un enfocament estratègic i metodològic, els col·legis es poden consolidar com a referents en sostenibilitat dins de Catalunya, posicionant-se com a líders en la transformació cap a un futur més ètic i responsable. La seva responsabilitat no es limita a l'impacte directe que genera la pròpia activitat, sinó que exerceix un efecte tractor per al canvi sectorial cap a models més sostenibles i transparents.

BIBLIOGRAFIA

- BOE, (2006). Ley 7/2006, de 31 de mayo, del ejercicio de profesiones tituladas y de los colegios profesionales
- BOE, (2025). Recomendación (UE) 2025/1710 de la Comisión, de 30 de julio de 2025, relativa a una norma voluntaria de presentación de información sobre sostenibilidad para las pequeñas y medianas empresas
- Global Reporting Initiative (2021)
- Instituto de Auditores Internos de España (2025)
- Normas Europeas de Información de Sostenibilidad (2023)
- Unión Profesional, (2018)
- Unión Profesional, (2024)

COM EVITAR EL BLANQUEIG SOCIAL I MEDIAMBIENTAL

Patricia Reverter

Sòcia ESG ASSURANCE. KPMG

RESUM

El blanqueig social i mediambiental, conegut com a *greenwashing* i *social washing*, fa referència a la utilització de pràctiques enganyoses per part de les empreses i organitzacions quan aquestes projecten una imatge de responsabilitat ambiental o social que en realitat no està efectivament acompanyada d'un compromís real.

Aquest capítol analitza aquestes pràctiques, el context normatiu actual —incloent-hi la Directiva de la UE sobre declaracions ambientals (*Green Claims*), la Directiva sobre Informació Corporativa en matèria de Sostenibilitat (*CSRD*) i altres normatives rellevants— i destaca la importància de la transparència i la verificació independent com a elements essencials per evitar el blanqueig. Finalment, es proporcionen recomanacions pràctiques per assegurar una comunicació honesta, una rendició de comptes efectiva i una gestió sostenible i rigorosa.

1. INTRODUCCIÓ

En un context marcat per l'augment de les exigències socials i regulatòries en matèria de sostenibilitat i responsabilitat empresarial, les organitzacions han de demostrar amb rigor els seus compromisos. Aquesta pressió ha generat una proliferació de discursos i estratègies empresarials orientades a projectar una imatge responsable tant de les organitzacions com dels seus productes i serveis. No obstant això, quan aquestes declaracions no es fonamenten en pràctiques reals i verificables, és llavors quan hi ha risc d'incórrer en pràctiques de blanqueig social i mediambiental, conegudes com *social washing* i *greenwashing*.

Aquestes pràctiques no només erosionen la confiança de la societat i dels grups d'interès, sinó que també comprometen el valor de les iniciatives veritablement compromeses.

D'altra banda, en un marc normatiu cada vegada més estricte, el risc legal i reputacional associat a aquestes pràctiques ha augmentat notablement.

L'objectiu d'aquest capítol és doble: d'una banda, ajudar les organitzacions a identificar i evitar aquestes pràctiques i, de l'altra, destacar la importància de la transparència i la verificació independent per garantir la credibilitat i la solidesa de qualsevol acció o declaració en matèria de sostenibilitat.

2. DEFINICIONS I TIPOLOGIES DE BLANQUEIG

El *greenwashing* es produeix quan una organització comunica o anuncia pràctiques ambientals aparentment sostenibles que no es corresponen amb la realitat. Principalment aquestes pràctiques es manifesten més aviat en productes o serveis mitjançant (entre d'altres) l'ús d'etiquetes enganyoses, o bé en l'exageració de beneficis ecològics o fins i tot en la promoció de beneficis i/o programes inexistents. Per exemple, una empresa podria anunciar un producte com a "ecològic" sense aportar dades verificables sobre l'origen sostenible dels materials o el procés de producció utilitzat.

D'altra banda, el *social washing* fa referència a la projecció d'una imatge de compromís social sense que aquest es tradueixi en polítiques efectives. Això pot incloure campanyes institucionals sobre diversitat o igualtat que no es reflecteixen en mesures internes concretes, o iniciatives puntuals sense impacte real o continuïtat. En ambdós casos, la qüestió de fons és la mateixa, és la desconnexió entre el discurs públic i les pràctiques reals.

Aquestes pràctiques, com ja s'ha comentat amb les pràctiques enganyoses ambientals, a més de generar desconfiança envers la companyia i fins i tot envers els seus treballadors, proveïdors i clients, també suposen impactes negatius pel que fa als esforços genuïns d'altres organitzacions compromeses i poden comportar conseqüències legals i reputacionals importants.

3. IMPORTÀNCIA D'EVITAR EL BLANQUEIG SOCIAL I MEDIAMBIENTAL

Evitar aquestes pràctiques és essencial de cara a aconseguir confiança entre els diferents grups d'interès. Les raons clau són:

- **Credibilitat i reputació:** La confiança dels consumidors, inversors i altres grups d'interès és un actiu fonamental. Les organitzacions que són identificades com a practicants de *greenwashing* o *social washing* poden patir una erosió significativa de la seva reputació, afectant la fidelitat dels clients, la capacitat per atraure talent i també la relació amb les administracions públiques. En un mercat cada cop més conscient, la transparència i la rendició de comptes són claus per tal de mantenir la confiança.
- **Compliment legal:** El marc normatiu europeu i estatal és cada vegada més exigent. La Directiva de Green Claims estableix que les afirmacions mediambientals han de ser verificables, fiables i substanciades. A la vegada la nova Directiva d'informació

corporativa de Sostenibilitat (CSRD per les seves sigles en anglès) amplia les obligacions d'informació de les empreses, exigint dades verificades sobre els diferents impactes, riscos i oportunitats a l'àmbit social i ambiental. L'incompliment d'aquestes regulacions europees pot derivar en sancions legals i pèrdua de competitivitat.

- **Impacte real:** El blanqueig impedeix avenços significatius. Quan les organitzacions adopten compromisos sòlids, mesurables i verificables, contribueixen, d'una banda, a la millora social i ambiental derivada de l'efectiva posada en marxa de plans i programes mesurables i de l'altra, impulsen la innovació i la pròpia estratègia davant dels seus grups d'interès.

4. COM IDENTIFICAR EL BLANQUEIG

Detectar pràctiques de blanqueig requereix una mirada crítica sobre les declaracions i les accions empresarials. Algunes senyals d'alerta són:

- **Llenguatge ambigu:** L'ús de termes com "ecoamigable", "sostenible" o "socialment responsable" sense una explicació concreta ni dades que ho justifiquin pot ser una indicació de blanqueig.
- **Accions aïllades sense estratègia global:** Iniciatives puntuals que no estan integrades dins d'una estratègia corporativa coherent i a llarg termini poden ser percebudes, en moltes ocasions com oportunistes i amb falta de compromís real.
- **Falta de transparència:** L'absència d'informes detallats, dades verificables o resultats mesurables impedeix avaluar la veracitat de les declaracions.
- **Aliances dubtoses:** Col·laboracions amb entitats o organitzacions que tenen un historial qüestionable en matèria ambiental o social poden comprometre la credibilitat de l'organització.

5. CONTEXT NORMATIU ACTUAL: DIRECTIVA GREEN CLAIMS, CSRD I ALTRES NORMATIVES

La Unió Europea ha avançat en la regulació sobre sostenibilitat per diversos motius: protegir els drets dels consumidors, garantir la veracitat de la informació proporcionada per les empreses, promoure una economia més transparent i responsable, i assegurar la igualtat de condicions en el mercat. En aquest marc, la lluita contra el *greenwashing* i el *social washing* és un element clau, però no l'únic. Les normatives actuals busquen establir estàndards clars per assegurar que les declaracions ambientals i socials siguin fonamentades, verificables i comparables.

Les normatives més rellevants són:

- Directiva (UE) 2024/825 sobre declaracions ambientals (*Green Claims*): Aquesta directiva estableix l'obligació de les empreses de substanciar les seves afirmacions ambientals amb dades fiables, comparables i verificables abans de comunicar-les públicament. Aquesta és principalment una Directiva que va dirigida a afirmacions molt relacionades amb productes i amb les seves etiquetes. En aquest sentit, també hem de veure tota la regulació relacionada amb temes d'envàs i de seguretat alimentària. En aquest sentit trobem, per exemple, etiquetes com "biodegradable" o "sostenible" o també "de proximitat" "sense sucres afegits" "bio" etc. Aquestes qualificacions han d'estar recolzades per evidències científiques sòlides i sotmeses a verificació independent. Aquesta normativa penalitza directament les pràctiques de *greenwashing*, amb sancions que poden incloure multes de fins al 4% de la facturació anual de l'empresa dins la Unió Europea.
- Directiva sobre Informació Corporativa en matèria de Sostenibilitat (CSRD): Aquesta directiva amplia les obligacions d'informació sobre sostenibilitat a empreses amb més de 1.000 empleats (segons la nova proposta de CSRD derivada del Paquet Òmnibus), elevant el llindar inicialment establert que aplicava a les

empreses de més de 250 treballadors. Tot i que la CSRD no penalitza directament el *greenwashing* o el *social washing*, estableix l'obligació de proporcionar informació fiable i verificable sobre impactes ambientals i socials i també a definir-ne els models de governança i gestió, contribuint a reduir aquestes pràctiques. El seu incompliment pot derivar en sancions administratives determinades pels estats membres.

- Legislació espanyola i catalana: A Espanya, la Llei 11/2018 ja estableix obligacions d'elaborar informació per a empreses grans en matèria de sostenibilitat. Tot i això, s'espera que aquesta normativa s'adapti en breu per alinear-se amb les noves exigències europees. Aquesta incertesa obliga les empreses a mantenir-se atentes als desenvolupaments normatius per garantir el compliment. En l'àmbit català, s'han impulsat iniciatives per fomentar la transparència i la responsabilitat social, que reforcen la necessitat de bones pràctiques en sostenibilitat.

Més enllà del marc legal, és important subratllar que el compliment de la normativa no és l'únic criteri per evitar el *greenwashing* i el *social washing*. Encara que una empresa no estigui obligada legalment a complir amb certes obligacions d'informació, ja sigui a nivell corporatiu, com a nivell de producte, la responsabilitat, tant jurídica (per eventuals reclamacions) com reputacional i estratègica són clares. La clau ha de residir en el compromís de mantenir una comunicació transparent.

En resum, en un entorn on la confiança dels consumidors i inversors és clau, adoptar bones pràctiques i verificar de manera independent les declaracions pot marcar la diferència entre mantenir una reputació sòlida o posar-la en risc.

6. EL VALOR DE LA TRANSPARÈNCIA I LA VERIFICACIÓ INDEPENDENT

La transparència i la verificació independent són aspectes molt rellevants per consolidar la credibilitat i garantir que les pràctiques empresarials compleixen amb els estàndards ètics i normatius i a la vegada, posen de palès els compromisos de millora. No es tracta només de satisfer una obligació legal, sinó d'assumir una responsabilitat activa per generar confiança i credibilitat.

Per això, és essencial publicar informes detallats sobre les iniciatives i els impactes mediambientals i socials, incloent-hi dades objectives i resultats mesurables. La verificació independent mitjançant certificacions externes reconegudes (com ISO 14001, EMAS, B Corp o Fairtrade) aporta una garantia addicional de rigor i fiabilitat. En aquest sentit, les certificacions externes reconegudes també ajuden a entendre on s'han de posar els esforços per a la millora contínua i com planificar i mesurar els objectius definits, per tal que responguin als compromisos establerts.

És, per tant, molt rellevant entendre que la transparència no es pot limitar a un exercici puntual. S'ha d'integrar a l'estratègia empresarial mitjançant sistemes d'autoavaluació constants que permetin identificar riscos, corregir desviacions i promoure la millora contínua. Aquesta és la base per evitar qualsevol forma de blanqueig i assegurar una sostenibilitat real i creïble.

7. CONSTRUINT UN MARC D'AUTOAVALUACIÓ PER A LA TRANSPARÈNCIA

El desenvolupament d'un marc d'autoavaluació és una eina clau per garantir que les pràctiques de les organitzacions es mantinguin alineades amb els principis i compromisos. Aquest marc ha de facilitar la identificació de pràctiques de risc i proporcionar una guia

per establir accions de millora contínua. Les organitzacions poden estructurar aquest marc al voltant de tres eixos:

1. Indicadors clau de rendiment (KPI):

   Cada organització hauria d'establir indicadors específics per mesurar l'impacte de les seves iniciatives de sostenibilitat. Aquests indicadors poden incloure des de la reducció de la petjada de carboni, l'eficiència energètica, la diversitat en la composició dels òrgans de govern, fins a la implementació d'iniciatives socials d'impacte. La clau és que aquests indicadors siguin mesurables, verificables i orientats a l'impacte real.

2. Qüestionaris d'autoavaluació:

   Proporcionar a les organitzacions una eina per revisar la coherència entre les declaracions públiques i les pràctiques reals. Aquest qüestionari hauria d'incloure preguntes sobre el model de gestió, la governança i el model de seguiment, la verificació de les afirmacions, la comunicació de resultats, la coherència entre objectius i accions, i la participació activa en iniciatives de responsabilitat social.

3. Guies per a la implementació de millores:

   A partir dels resultats obtinguts en l'autoavaluació, és fonamental establir plans d'acció per corregir deficiències i avançar cap a una gestió més sòlida i responsable i, per tant, assignant responsabilitats i planificant accions de manera estratègica.

8. INTEGRACIÓ DE LA TRANSPARÈNCIA EN L'ESTRATÈGIA CORPORATIVA

Perquè la transparència sigui efectiva, ha d'estar integrada de manera estructural en l'estratègia corporativa. Això implica:

- **Desenvolupar una cultura organitzacional** orientada a complir de manera clara amb els compromisos. En aquest sentit, la responsabilitat de l'organització va molt lligada a la definició del model organitzacional establert per donar seguiment als compromisos assumits.
- **Establir canals de comunicació**, on les declaracions sobre sostenibilitat i els compromisos i objectius estiguin sempre recolzades per dades verificables.
- **Fomentar la formació interna** per assegurar que tots els equips comprenen la importància de la sostenibilitat i el seu lligam amb l'estratègia de l'organització i, per tant, actuen de manera coherent.
- **Promoure la participació activa de les parts interessades**, escoltant les seves expectatives i integrant-les en l'estratègia de sostenibilitat.

9. CONCLUSIONS

En un entorn on la sostenibilitat ha deixat de ser una opció per esdevenir una exigència estratègica, evitar el *greenwashing* i el *social washing* és una responsabilitat fonamental. Més enllà del compliment normatiu, el que està en joc és la construcció de relacions de confiança basades en el compromís real.

La transparència no pot ser concebuda com un simple exercici superficial de comunicació, sinó com una pràctica estructural integrada en l'estratègia i la cultura corporativa. La rendició de comptes, la claredat en les declaracions i la disponibilitat d'informació verificable són eines essencials per consolidar una reputació sòlida i diferenciadora.

La verificació independent esdevé, en aquest sentit, una peça clau: un segell de rigor que valida les afirmacions i reforça la legitimitat de l'organització. En un món on la informació es propaga ràpidament i la desconfiança pot erosionar la reputació en qüestió de dies, apostar per la verificació independent no és només una defensa, sinó una oportunitat per liderar des de l'excel·lència i la responsabilitat.

BIBLIOGRAFIA

- Directiva (UE) 2024/825 sobre declaracions ambientals (*Green Claims*).
- Directiva sobre Informació Corporativa en matèria de Sostenibilitat (*CSRD*).
- European Commission, Green Claims Initiative.
- Global Reporting Initiative (GRI).
- Legislació espanyola de sostenibilitat i prevenció ambiental.
- Fonts diverses sobre sostenibilitat i verificació independent.

EINES DE COMUNICACIÓ EN SOSTENIBILITAT PER A COL·LEGIS PROFESSIONALS

Marcos González

President de Corresponsables

RESUM

La sostenibilitat s'ha convertit en els últims anys en una prioritat global, no només per a governs, empreses i ONG, sinó també per a les organitzacions professionals que tenen el compromís de promoure una gestió ètica i responsable en el seu àmbit d'actuació. Els col·legis professionals, com entitats que agrupen a desenes, centenars o, fins i tot, milers de professionals, juguen un paper clau en la promoció de la sostenibilitat, tant dins de les seves activitats internes com en les seves interaccions amb els grups d'interès.

Aquest capítol està dissenyat per oferir una sèrie de consells, bones pràctiques i eines de comunicació que els col·legis professionals poden utilitzar si volen promoure la sostenibilitat, tant a nivell intern, entre els seus membres i els seus propis treballadors, com externs, cap a la societat, empreses i diversos grups d'interès.

Els col·legis poden i han de ser agents de canvi i contribuir de manera efectiva al desenvolupament sostenible en els seus respectius camps professionals.

Paraules clau: Comunicació responsable, transparència, col·legis professionals, mitjans de comunicació, *greenwashing*

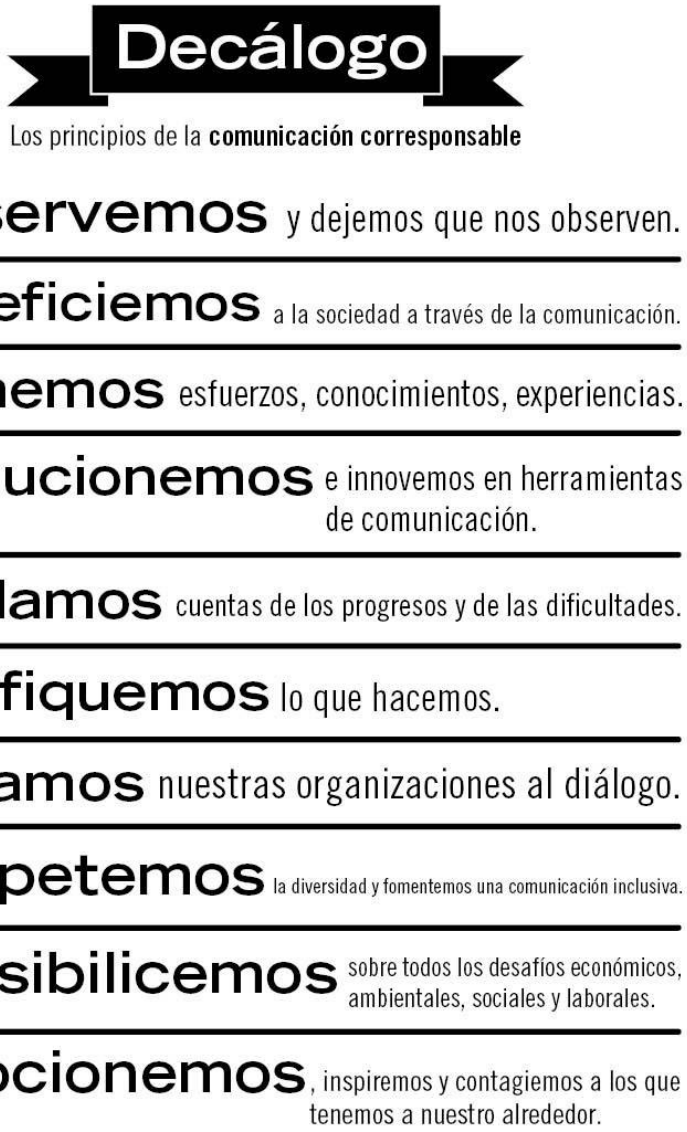
1. LA IMPORTÀNCIA DE LA COMUNICACIÓ EN SOSTENIBILITAT

Com és ben sabut, la sostenibilitat és un concepte que implica satisfer les necessitats del present sense comprometre la capacitat de les futures generacions per satisfer les seves pròpies necessitats. És un principi que abraça tres pilar fonamentals: el mediambiental, el social i l'econòmic.

L'Observatori de la Comunicació Responsable (ObservaRSE), impulsat per Corresponsables el 2016 i composat per més de 150 persones d'una desena de països, va anar més enllà i va definir la comunicació responsable com "gestió estratègica de la totalitat dels aspectes relacionats amb la informació i comunicació de la responsabilitat social i la sostenibilitat tant en la seva dimensió interna com externa, a través de les seves diverses eines amb criteris de transparència, veracitat, honestedat, rigor i utilitat, que sorgeixen de la relació i diàleg amb tots els grups d'interès amb els quals l'organització interactua".

Una definició molt completa, integral i transversal que conclou que la comunicació és un dels pilars fonamentals per aconseguir una verdadera integració de la sostenibilitat en tots tipus d'organització, també als col·legis professionals. No es tracta només de fer publicitat sobre bones pràctiques, sinó d'integrar la sostenibilitat a la cultura organitzacional i de crear un canvi estructural que es vegi reflectit tant a l'interior com a l'exterior de l'organització.

El segon pas d'ObservaRSE va ser definir el següent decàleg dels 10 principis de la comunicació responsable:



Com es pot apreciar, es tracta de deu principis bàsics de la comunicació responsable que, ben gestionada, no només ajuda a les organitzacions a complir amb les seves responsabilitats corporatives, socials i mediambientals, sinó que també enforteix la seva reputació i competitivitat.

L'*storytelling*, o narració d'històries, és fonamental per connectar emocionalment amb els membres del col·legi i amb la societat. Els col·legis professionals han de construir relats autèntics sobre els seus compromisos i esforços en sostenibilitat, destacant històries d'èxit i testimonis que demostrin com aquestes iniciatives han canviat vides i millorat l'entorn..

El procés de construir una narrativa en sostenibilitat ha de ser inclusiu i autèntic. És important que els col·legis professionals comptin amb la participació dels seus membres en la creació d'aquestes històries, per assegurar que reflecteixen els valors i objectius col·lectius de l'organització.

De la mateixa manera, la col·laboració amb grups d'interès, com altres organitzacions professionals, ONG, mitjans de comunicació i la societat civil, és essencial per crear relats de sostenibilitat genuïns i poderosos. Involucrar als *stakeholers* en la narrativa ajuda a enfortir l'impacte de les històries i genera un major compromís.

Els col·legis professionals tenen un rol educatiu crucial en la promoció de la sostenibilitat. A través de seminaris, programes de formació i publicacions, els col·legis poden sensibilitzar als seus membres i fomentar una cultura de sostenibilitat dins del seu sector.

Per als col·legis professionals, comptar amb una comunicació clara, veraç i accessible al voltant de les seves iniciatives sostenibles és crucial. Permet, d'una banda, millorar la seva imatge davant dels seus membres i la societat, i de l'altra, posicionar-los com a referents dins de la sostenibilitat i l'ètica professional.

Els reptes que afronta el món avui en dia en termes de sostenibilitat són d'una magnitud sense precedents. El canvi climàtic, la gestió dels recursos naturals, l'economia circular, la biodiversitat i l'equitat social són només alguns dels temes crucials, ben sabuts a través dels 17 ODS. Per als col·legis professionals, aquests desafiaments representen tant un compromís ètic com una oportunitat per liderar en el seus sectors mitjançant l'adopció de millors pràctiques de sostenibilitat.

Les regulacions i normatives sobre sostenibilitat estan evolucionant ràpidament. A Europa, per exemple, la Directiva d'Informació no Financera i els requisits de la legislació al voltant dels criteris ASG (ambientals, socials i de governança) estan impulsant una major transparència entre les organitzacions. Els col·legis professionals han d'estar alineats amb aquestes regulacions per assegurar que les seves accions siguin conformes i es mantinguin com a agents de canvi a la societat.

El públic, els consumidors i els inversors estan demandant una major transparència quant a les accions sostenibles de les organitzacions. Aquest canvi cultural està afectant als col·legis professionals, que han de comunicar de manera efectiva els seus esforços en sostenibilitat, mostrant de forma clara i verificable els impactes positius de les seves polítiques i projectes, aprofitant al màxim les eines de comunicació, tant internes com externes, que a continuació mostrarem.

2. ELEMENTS FONAMENTALS DE LA COMUNICACIÓ RESPONSABLE

La comunicació responsable de la sostenibilitat continua tenint mala fama, en ser interpretada per alguns públics com una acció de maquillatge o pura cosmètica. El *greenwashing* o el màrqueting enganyós sobre sostenibilitat pot danyar seriosament la credibilitat d'una organització. Els col·legis professionals han de ser clars i verificables en les seves comunicacions, assegurant-se que les accions de sostenibilitat siguin autèntiques i tangibles.

Per tant, els esforços de l'organització han d'estar enfocats en demostrar que l'entitat dona resposta a les demandes socials i que no només es tracta d'un esforç comercial o de vendes.

Per evitar caure en els problemes que genera la comunicació responsable amb objectius exclusius en la imatge i la reputació, s'ha de concebre com una rendició de comptes, que no es limiti a assenyalar aspectes econòmics, sinó que a més s'addicionen elements socials i mediambientals.

Aquest tipus de comunicació permet una relació més estreta i compromesa, on la transparència sigui la base del diàleg, deixant de banda anteriors pràctiques de comunicació unilateral. D'aquesta manera es podrà aconseguir un dels valors intangibles més importants de la relació entre *stakeholders* i l'organització: el factor confiança.

És necessari, a més, comptar amb un sistema de comunicació basat en el diàleg, que permet el desenvolupament dels interessos individuals i comuns, així com el desenvolupament individual i de la comunitat. Aquest procés de comunicació ha d'estar basar en l'ètica, reconeixent la igualtat i l'autoritat d'ambdós interlocutors. En aquesta vessant la comunicació deixa de ser un mitjà per convertir-se en un fi, però sabent què comunicar, com i quan fer-ho.

La comunicació ha de formar part d'un procés de diàleg obert, honest i fluid entre l'empresa i els seus diferents grups d'interès. Un diàleg entès com a font d'aprenentatge i, al capdavall, d'innovació.

3. BENEFICIS DE LA COMUNICACIÓ RESPONSABLE

La comunicació responsable té múltiples beneficis. D'una banda, permet donar a conèixer la cultura de l'empresa, la seva filosofia i els objectius que persegueix. De l'altra, contribueix a la millora del clima laboral i permet dialogar i guanyar-se la confiança amb els grups d'interès.

Ajuda molt a aparèixer com una entitat atractiva i amb bona reputació, en la qual l'accionariat vol invertir, en la qual els professionals volen treballar, en la qual els clients volen continuar sent-ho, en la qual les persones que són consumidores comercials volen ser-ho realment o en la qual les entitats de finançament externa confien.

També permet créixer, ja que la transparència genera confiança, la confiança genera inversió i la inversió genera un creixement.

Per tant, la comunicació responsable, ben gestionada, garanteix la pròpia sostenibilitat de les organitzacions.

Alguns consells...

Sempre s'ha d'entendre la comunicació com un exercici inherent a l'RSE que aporta confiança i reputació, sempre que es faci amb transparència.

Comunicar be l'RSE depèn en molts casos d'entendre bé la vinculació entre les accions i l'estratègia de negoci.

Maquillar males pràctiques amb una aparent responsabilitat social empresarial no és sostenible en el temps i és temerària.

Abans de seleccionar una o diverses eines de comunicació és important determinar què es dirà, per què i a quin grup d'interès està dirigit el missatge.

En RSE convé no començar la casa per la teulada i abans de comunicar de portes cap enfora, és important tenir en compte als empleats en totes les polítiques i estratègies d'RSE.

La pitjor política de comunicació és la que no es planifica, la que es deixa a l'atzar, doncs sempre hi ha comunicació.

Més d'un 80% dels enquestats assegura que els informes de sostenibilitat/RSE són l'eina més efectiva de comunicació de l'RSE.

Comunicar no és només donar informació, sinó que implica una relació bidireccional que inclou l'escolta activa i un diàleg honest, obert i fluid amb els actors amb els quals l'empresa interactua.

Els mitjans de comunicació han de complir amb la seva doble responsabilitat social, ajudant a divulgar l'RSE i aplicant aquest nou model de gestió empresarial a les seves pròpies organitzacions.

En un món tan mediàtic com l'actual, és tan important fer les coses bé com fer-les saber.

Els 10 errors més comuns en la comunicació de la sostenibilitat

A continuació mostrem els 10 errors més habituals en la comunicació responsable consensuats per l'Observatori de Corresponsables:

1. NO COMUNICAR

Algunes organitzacions encara pensen erròniament que comunicar no és necessari i que les pròpies accions són suficients o que ens poden copiar. No és així.

Comunicant l'RSE es contribueix a difondre l'RSE entre altres organitzacions, a més d'iniciar un diàleg o conversa amb els grups d'interès.

El fet de no comunicar també dona un missatge als teus grups d'interès.

La pitjor política de comunicació és la que no es planifica, la que es deixa a l'atzar, doncs sempre hi ha comunicació..

2. COMUNICAR-HO TOT

No s'ha de comunicar tota l'RSE, sinó aquelles accions que tenen suficients ingredients d'interès, proximitat, criteris d'actualitat, noticiabilitat....

Comunicar-ho tot a tots els públics és un altre dels errors més freqüents. S'ha d'adaptar el missatge al públic al qual està dirigit així com al canal. No és el mateix comunicar un informe de sostenibilitat en un esdeveniment com aquest que per xarxes socials.

També és un error comunicar sense comptar amb el suport de les organitzacions aliades en les teves accions. Si es duen a terme projectes conjunts, la comunicació ha de ser també conjunta, genera més credibilitat.

3. SER UNIDIRECCIONALS

Llançar un missatge unidireccional i no ser-hi per atendre les consultes, dubtes o suggeriments. És un greu error, sobretot a les xarxes socials. S'ha d'escoltar i dialogar: aquest és un dels grans pilars de l'RSE i s'ha de predicar amb l'exemple!

4. MENTIR, EXAGERAR, MAQUILLAR

Maquillar la informació, comunicar accions només amb la intenció d'anunciar-se, sense una consistència darrera, pot ser contraproduent, i és pa per a avui, fam per a demà. I més en l'era de la comunicació 2.0, que al final se sap tot.

5. SER MOLT INCOHERENTS

Actualment existeix una multiplicitat de canals de comunicació en els quals s'ha d'informar i divulgar amb coherència. La info de la nota de premsa ha de ser similar a la de la web, al de l'informe de sostenibilitat o la de la xerrada.

La incoherència genera descrèdit, s'ha de ser el més coherent possible.

Les contradiccions (dir el que no es fa) poden perjudicar molt la imatge de l'empresa.

6. OBVIAR ALLÒ NEGATIU I POLÈMIC

No explicar els aspectes negatius i tan sols explicar els positius resta credibilitat i no permet avançar-se a les crítiques amb arguments sòlids quan al final tot s'acaba sabent.

Hi ha detalls que es donen a conèixer poc, quantes denúncies han rebut els canals ètics i com s'han solucionat?.

Silenciar temes polèmics. S'ha de parlar amb franquesa dels temes delicats, perquè ometent-los augmenta el risc reputacional. Les empreses som persones, amb les seves virtuts i defectes.

7. NO PRIORITZAR ALS DE DINS

Comunicar abans externa que internament. Els empleats són els primers que han de conèixer les iniciatives de l'empresa. Són els nostres principals prescriptors, i moltes vegades encara se n'assabenten per la premsa de l'RSE de la seva empresa.

8. NO SER EQUILIBRATS

No donar informació equilibrada de les diferents àrees de l'RSE genera dubtes i si és per ocultar dèficits, s'acaben saben totalment. Centrar exclusivament la comunicació de l'RSE en l'acció social i el medi ambient pot donar a entendre a l'audiència que l'RSE és només filantropia o un tema complementari.

9. SOM HUMANS, ENS EQUIVOQUEM

Assumir amb naturalitat errors en RSE, només equivocant-se s'aprèn!

10. LA VERBORREA DE L'RSE

Evitar la verborrea marquetiniana de l'RSE: "som una empresa compromesa bla bla bla bla", "l'empresa més responsable del món... bla bla bla".

Ser creatius i buscar noves fórmules per comunicar.

4. EINES DE COMUNICACIÓ EXTERNA EN SOSTENIBILITAT

4.1. LA PÀGINA WEB I LES EINES DIGITALS

La pàgina web d'un col·legi professional ha de ser un centre de transparència on es comuniquen totes les iniciatives i assoliments de sostenibilitat. Des de la publicació d'informes dels associats fins a la creació de continguts educatius sobre pràctiques sostenibles, la pàgina web és una eina essencial per donar visibilitat als esforços en sostenibilitat.

A més de la web, les plataformes digitals interactives poden ser útils per promoure la sostenibilitat. Els col·legis professionals poden crear àrees dedicades dins dels seus portals web on els membres poden accedir a recursos educatius, participar en fòrums sobre sostenibilitat o accedir a eines d'autoavaluació.

4.2. MATERIALS AUDIOVISUALS

Els vídeos i les infografies són excel·lents eines per comunicar temes complexes de manera clara i visual. Els col·legis professionals poden crear contingut audiovisual que expliqui les seves polítiques i projectes de sostenibilitat, destacant l'impacte social i ambiental de les seves accions. Aquests materials poden ser distribuïts a través de les seves plataformes digitals, xarxes socials i en esdeveniments o seminaris.

Convé utilitzar els vídeos de manera efectiva per documentar els projectes i assoliments de l'entitat, presentant testimonis dels seus membres, mostrant l'impacte tangible de les iniciatives sostenibles i generant un major compromís dins de la seva comunitat.

4.3. NOTES DE PREMSA I COMUNICATS

Com s'està dient, els mitjans de comunicació compleixen/complim una funció rellevant en actuar com a intermediaris en la difusió d'informació sobre els col·legis professionals, les seves actuacions i el seu impacte en la societat. La forma en què els col·legis gestionen la seva comunicació i transparència influeix en la percepció pública de la seva labor i en la seva legitimitat davant l'opinió pública.

Les notes de premsa són eines fonamentals de comunicació externa que els col·legis professionals poden utilitzar per donar a conèixer les iniciatives i assoliments en l'àmbit de la sostenibilitat, tant de la pròpia organització com dels seus associats. Aquestes notes han d'estar curosament estructurades, destacant les accions concretes que el col·legi estigui realitzant per promoure la sostenibilitat, ja sigui a través de la implementació de polítiques internes, la col·laboració amb altres institucions o el suport de la comunitat.

Les notes de premsa han de reflectir de manera clara els beneficis d'aquestes iniciatives, tant per al medi ambient com per a la societat, i han d'estar orientades a generar

consciència sobre la responsabilitat que cada sector professional té en el desenvolupament sostenible.

4.4. PARTICIPACIÓ EN PUBLICACIONS ESPECIALITZADES

La participació en mitjans de comunicació especialitzats, com Corresponsables, blogs o plataformes de notícies, és un altre mitjà eficaç per difondre els esforços de sostenibilitat dels col·legis professionals. És recomanable que els col·legis professionals publiquin articles d'opinió, informes o entrevistes en aquests mitjans, que tenen un públic objectiu altament rellevant.

En aquest tipus de publicacions, els col·legis professionals poden compartir les millors pràctiques i els projectes innovadors que estan implementant, establint així el seu rol com a líders en la integració de la sostenibilitat en el sector. Participar en aquestes publicacions també és una excel·lent manera de posicionar-se com a referent en el tema dins de la comunitat professional i empresarial.

4.5. XARXES SOCIALS

Les xarxes socials s'han convertit en una eina clau per a la comunicació de la sostenibilitat. Els col·legis professionals poden aprofitar plataformes com LinkedIn i X (antic Twitter) per comunicar les seves iniciatives i resultats en sostenibilitat de manera constant i dirigida a un públic professional. Les xarxes socials permeten interactuar directament amb els seus membres, socis i el públic, creant un diàleg obert sobre sostenibilitat.

Diversos col·legis professionals a tot el món estan utilitzant les xarxes socials per difondre els seus projectes de sostenibilitat i generar un impacte positiu. Compartir històries d'èxit i millors pràctiques a través de les xarxes és una forma efectiva d'inspirar a altres i demostrar el valor tangibles de les accions sostenibles.

4.6. PARTICIPACIÓ EN FÒRUMS I ESDEVENIMENTS

La participació activa en fòrums i esdeveniments de sostenibilitat és crucial per als col·legis professionals. Aquests esdeveniments no només serveixen per generar visibilitat, sinó també per enfortir relacions amb altres organitzacions, compartir coneixements i establir aliances estratègiques.

El sector de la sostenibilitat està en constant evolució i els col·legis professionals es poden beneficiar enormement de les oportunitats d'aprenentatge i col·laboració que aquest fòrums ofereixen. A més, organitzar esdeveniments propis, com seminaris o taules rodones, pot ser una forma efectiva de motivar als membres dels col·legis cap a accions concretes.

4.7. INFORMES DE SOSTENIBILITAT

Els informes de sostenibilitat són eines clau perquè els col·legis professionals comuniquin de manera estructurada i verificable el seu acompliment en termes ambientals, socials i de governança. Aquests informes permeten a les organitzacions informar als seus membres i al públic sobre els seus esforços, metes aconseguides i àrees de millora en sostenibilitat.

Existeixen diversos marcs i estàndards internacionals per a l'elaboració d'informes de sostenibilitat, com el Global Reporting Initiative (GRI), el Sustainability Accounting Standards Board (SASB) i els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de l'ONU. Els col·legis professionals poden adoptar aquests marc per estructurar els seus informes, assegurant que les seves dades siguin comparables, verificables i estiguin alineats amb les millors pràctiques globals.

Els informes de sostenibilitat ben estructurats no només ajuden a demostrar el compromís d'un col·legi professional amb la sostenibilitat, sinó que també milloren la seva

reputació i credibilitat. Per exemple, un col·legi professional que publica un informe amb dades clares sobre els seu impacte ambienta, social i econòmic, reforça el seu posicionament com a líder responsable dins del seu sector.

5. EINES DE COMUNICACIÓ INTERNA EN SOSTENIBILITAT

5.1. INTRANET I PLATAFORMES INTERNES

La intranet corporativa és una eina essencial per a la comunicació interna en sostenibilitat. A través d'aquest canal, els col·legis professionals poden mantenir als seus membres informats sobre les polítiques internes de sostenibilitat, les iniciatives que s'estan duent a terme i les metes aconseguides.

A més, la intranet també pot ser utilitzada per compartir recursos educatius sobre sostenibilitat, articles, informes i vídeos que ajudin als membres a comprendre millor la importància d'aquests temes i com integrar-los en la seva pràctica professional.

Aquest tipus de plataformes també pot fomentar el diàleg entre els membres i permetre'ls compartir idees i suggeriments sobre com millorar les iniciatives sostenibles dins del col·legi.

5.2. TAULONS D'ANUNCIS

Malgrat la digitalització, els taulons d'anuncis continuïn sent una eina útil dins de les oficines del col·legi professional. Aquests taulons poden contenir informació sobre les iniciatives sostenibles que s'estan desenvolupant, les metes de sostenibilitat, les activitats programades, i fins i tot, assoliments individuals dels membres del col·legi en l'àmbit de la sostenibilitat.

L'ús d'aquests taulons permet tenir visibilitat de les accions de sostenibilitat, fins i tots per a aquells que no consulten regularment les plataformes digitals del col·legi. A més, poden ser un espai adequat per exposar dades relacionades amb el consum responsable dins de les instal·lacions del col·legi, com la reducció de residus, l'estalvi energètic, entre d'altres.

5.3. BUTLLETINS INTERNS

Els butlletins interns són una eina efectiva per mantenir informats als membres del col·legi sobre totes les novetats relacionades amb la sostenibilitat. Aquests butlletins han de ser periòdics i contenir informació rellevant, com avanços de projectes, noves polítiques internes, i fins i tot, oportunitats de formació sobre sostenibilitat.

Els butlletins també poden incloure seccions destacades, com entrevistes amb membres que estiguin duent a terme iniciatives de sostenibilitat dins de la seva pràctica professional o actualitzacions sobre les polítiques de sostenibilitat a nivell global que poden impactar al sector professional.

5.4. PROGRAMES DE FORMACIÓ INTERNA

La formació contínua en sostenibilitat és essencial perquè els membres del col·legi professional estiguin preparats per integrar les millors pràctiques de sostenibilitat en el seu dia a dia. Els programes de formació interna poden incloure tallers, seminaris o cursos sobre sostenibilitat, ètica empresarial i responsabilitat social.

Aquests programes no només s'han de centrar en proporcionar coneixements, sinó també en motivar als membres del col·legi a adoptar un enfocament sostenible en la seva feina diària. La formació pot ser presencial o virtual, depenent de les necessitats i característiques del col·legi professional, i ha d'incloure mòduls pràctics que facilitin l'aplicació dels coneixements adquirits.

6. MESURAMENT I AVALUACIÓ DE LA COMUNICACIÓ DE SOSTENIBILITAT

Per garantir que les eines de comunicació en sostenibilitat siguin efectives, és crucial implementar mètodes de mesurament i avaluació. A través d'aquestes eines, els col·legis professionals poden conèixer l'impacte real de les seves accions de comunicació i ajustar les seves estratègies d'acord amb els resultats obtinguts.

Alguns indicadors clau d'assoliment (KPI) poden incloure el nombre de membres que participen en iniciatives sostenibles, el nivell d'interacció a les xarxes socials, la cobertura mediàtica obtinguda a través de les notes de premsa, i el grau de conscienciació sobre la sostenibilitat entre els membres. El mesurament continu ajudarà a optimitzar les estratègies de comunicació i a assegurar que els objectius de sostenibilitat es compleixin de manera efectiva.

7. CONCLUSIÓ

La sostenibilitat és un viatge de millora contínua que requereix comunicació efectiva i transparència. Els col·legis professionals tenen la responsabilitat de liderar i ser agents de canvi dins dels seus sectors, utilitzant les eines de comunicació adequades per promoure bones pràctiques, informar sobre avanços i generar un impacte positiu tant dins com fora de l'organització.

La comunicació responsable i les seves eines són essencials per als col·legis professionals, ja que els permet liderar el canvi cap a un model més responsable i ètic en els seus respectius sectors. A través de la correcta implementació d'aquestes eines, els col·legis no només poden sensibilitzar las seus membres sobre la importància de la sostenibilitat, sinó

també demostrar el seu compromís amb el benestar col·lectiu, la transparència i la responsabilitat social.

En utilitzar canals com les notes de premsa, la participació en fòrums, les xarxes socials i les plataformes internes, els col·legis professionals tenen la capacitat de generar un impacte real a la societat, mentre fomenten un entorn intern de col·laboració i compromís. La sostenibilitat és una tasca col·lectiva i els col·legis professionals, a través de les seves eines de comunicació, tenen el podeu de transformar el seu entorn cap a un futur més responsable.

La comunicació en sostenibilitat és una forma de contribuir a un futur més just i sostenible per a tots.

BIBLIOGRAFIA

- Corresponsables: La Comunicación Responsable clave para el fomento de la RSE (Accede AQUÍ)
- Corresponsables: La aplicación de las herramientas de comunicación a la RSE (Accede AQUÍ)
- Corresponsables: La Comunicación y la Responsabilidad al servicio de la creación de empleo (Accede AQUÍ)
- www.corresponsables.com
- www.observarse.com
- AECA (2004). *Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*, Madrid: Ormag.
- AEDIPE CATALUNYA (2008). *La aplicación de la Responsabilidad Social a la gestión de personas, Barcelona: MediaResponsable*

- AGUADERO, F. (1993). *Comunicación social integrada*, Madrid: Consejo Superior de Comunicación y Relaciones Públicas de España.
- ALMAGRO, J. (2007). *Aproximación a la Responsabilidad Social de la empresa: reflexiones y propuesta de un modelo*, Tesis Doctoral, Cádiz: Facultad de Ciencias del Trabajo, Universidad de Cádiz.
- ARGANDOÑA, A. (1994). *La Ética en la empresa*. Madrid: Instituto de Estudios Económicos.
- BRANCO, M.C., y RODRIGUES, L.L. (2006). Comunication of corporate social responsibility by Portuguiese banks: a legitimacy theory prospective, *Corporate Comunications: An International Journal*, *(11)*3, 231-248.
- CAPRIOTTI, P. y MORENO, A. (2007). Communicating corporate responsibility through corporate web sites in Spain, *Corporate Communications: An International Journal*, 12 (3), 221-237.
- CARRERAS, E.; ALLOZA, A. y CARRERAS (2013). *Reputación Corporativa,* Madrid: Ed. Lid, Biblioteca Corporate Excellence.
- CORREDERA, J. y GONZÁLEZ, M. (2011). *Diccionario LID Responsabilidad y Sostenibilidad. 6.500 términos definidos.* Realizado por 14 académicos expertos en RSE, en colaboración con Endesa y MediaResponsable, Madrid: Lid Editorial.
- ELKINGTON, J. (1997). *Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Oxford: Capstone.
- FORÉTICA (2008a). (2008b). *Gestionar para comunicar. Relación de contenidos de G4 y SGE21*.
- GONZÁLEZ, M. (2007a). "RSE y medios de comunicación". En Secretaría Federal de Política Económica y Empleo del PSOE, *La Responsabilidad Social de las Empresas. Miradas desde la izquierda* (337-358). Madrid: Fundación Jaime Vera.

- (2007b). "RSE y medios de comunicación". En Universidad Pontificia de Salamanca, separata de *Responsabilidad social corporativa y medios de comunicación social (*45-61). Salamanca, Bibliotheca Salmaticensis, estudios 303*Responsabilidad Social de las Empresas.*
- (2008). "Los medios de comunicación como empresas informativas". En Aedipe Catalunya, *La aplicación de la Responsabilidad Social a la gestión de personas* (237-242). Barcelona: MediaResponsable.
- GUARDIA, R. (1999). *El beneficio de compartir valores. Marketing Social Corporativa, una nueva estrategia para diferenciar las marcas, Bilbao: Deusto.*
- LOZANO, J.M. (1999). *Ética y Empresa*. Madrid: Trotta.
- OROZCO, J. & FERRÉ PAVIA, C. (2011). Los stakeholders de las empresas de comunicación en el ámbito de la responsabilidad social corporativa. *Folios,* 25, 107-125.
- PIMENTEL, A. (2002). "Responsabilidad Social y comunicación". En J. Villafañe. *El estado de la publicidad y el corporate en España y Latinoamérica* (191-218). Madrid: Pirámide.

EXEMPLES DE BONES PRÀCTIQUES

Jordi Martí

Doctor en Ciències Econòmiques i Empresarials de la Universitat de Barcelona

1. INTRODUCCIÓ

Quan cerquem informació sobre la transparència de les entitats que ens envolten, hem d'analitzar qui és l'emissor i per a quins receptors s'ha preparat la informació.

No és el mateix que l'emissor sigui una entitat privada o una pública, que sigui uns societat constituïda per aportacions de capital o per aportacions de treball, que tingui o no tingui afany de lucre.

Tampoc és el mateix que el receptor sigui una persona física, que una jurídica. Tampoc és el mateix que el receptor sigui una entitat privada o una entitat controlada per l'administració pública.

Totes aquestes variants exigeixen una anàlisi rigorosa del mètode generador de la informació que es farà pública

2. INFORMACIÓ PER *SHAREHOLDERS* VERSUS *STAKEHOLDERS*, SOCIS I GRUPS D'INTERÈS

Quan les entitats amb personalitat jurídica volen explicar com han aconseguit els seus objectius o com es plantegen les properes accions podem entendre que es dirigiran als seus socis en les assemblees corresponents. Així s'ha fet en els darrers segles, però quan

ja hem transcorregut el primer quart del segle XXI ja hem de parlar de retre comptes amb els diferents grups socials implicats o afectats per les activitat amb o sense objectiu lucratiu d'aquestes entitats.

Des de la publicació el diumenge 13 de setembre del 1970 de l'article de Milton Friedman al New York Times Magazine sota el títol "The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits" es va imposar una visió molt uniformista de quins eren els interlocutors que havien d'accedir a la informació de les empreses. Les empreses es devien i només es devien als seus socis, bàsicament socis que havien finançat el capital d'aquestes entitats.

Alguns investigadors nord-americans i suecs cap al 1963-1965 van iniciar recerques que portaren a la publicació de R. Edward Freeman l'any 1984, d'un article on es concreta el concepte *stakeholder*.

Entre aquests investigadors hi havia una dona, Marion Doscher, que és citada per Freeman, però que no ha tingut cap més reconeixement. També per aquelles dates els suecs Eric Rhenman i Bengt Stimne introdueixen el concepte de parts interessades. El 1968 es publica el llibre de Rhenman sobre "Democracia Industrial y Gestió Empresarial" on ja apareixen imatges d'aquest estil:

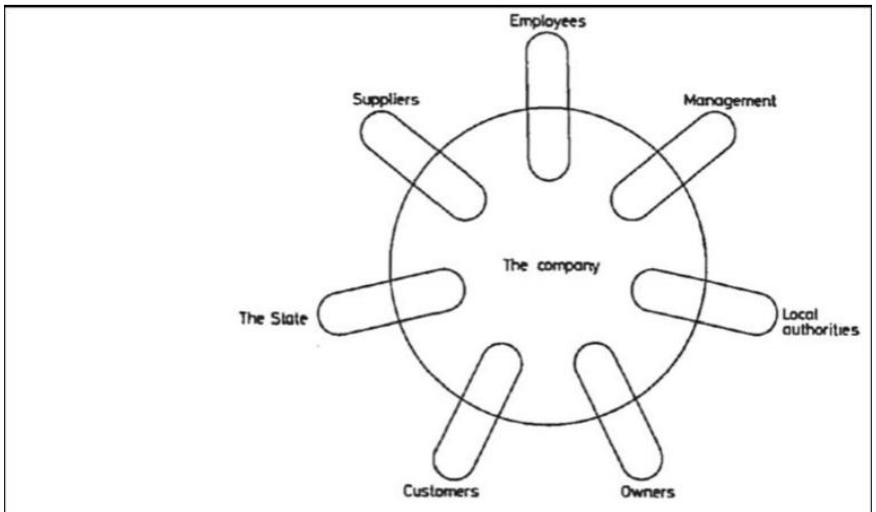
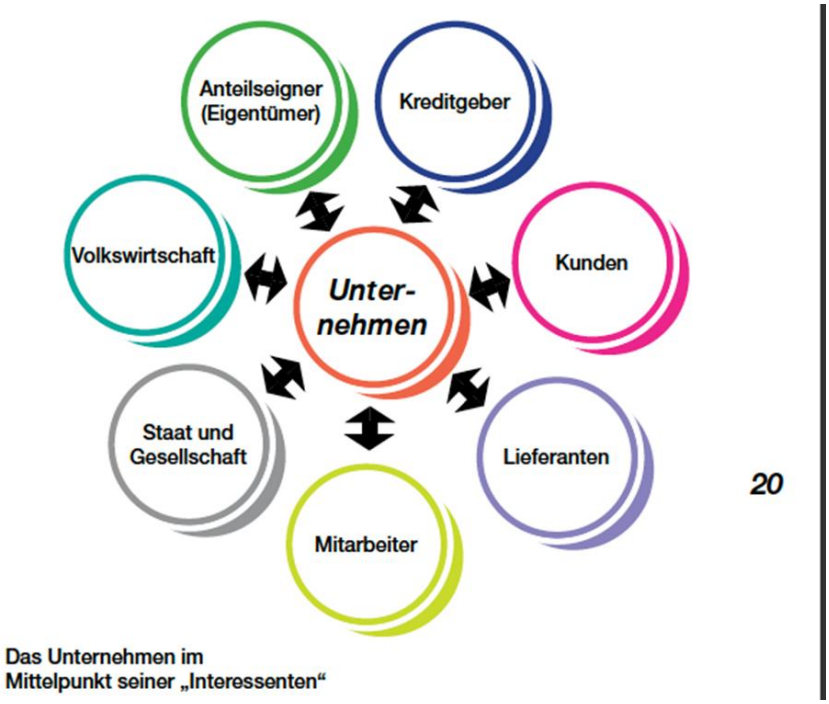


Figure 5. The stakeholders in an organization are the individuals or groups dependent on the company for the realization of their personal goals and on whom the company is dependent for its existence.

El 1971 es publica un llibret de 100 pàgines a Alemanya, on el qui després va fundar el Word Economic Forum de Davos, Klaus Schwabb, amb un col·lega seu Heilin Kross ja parlaven de parts interessades i dibuixaven un gràfic com aquest:



Das Unternehmen im
Mittelpunkt seiner „Interessenten“

I les parts interessades son:

- Propietaris / Accionistes (Anteilseigner)
- Creditors (Kreditgeber)
- Clients (Kunden)
- Proveïdors (Lieferanten)
- Treballadors (Mitarbeiter)
- Estat i societat (Staat und Gesellschaft)
- Economia nacional (Volkswirtschaft)

Per tant, des dels anys 70 hi havia una clara consciència entre els experts en gestió empresarial que calia reportar per molta més gent que la que plantejava Milton Friedman. Però, aquesta visió més simplista és la que es va imposar.

Avui, ja estem familiaritzats amb el concepte *stakeholders*, però l'estudi de l'empresa encara s'ensenya i es regula jurídicament des de la perspectiva del *shareholder*.

3. INFORMACIÓ FINANCERA I COMPTABILITAT

La llarga tradició de la comptabilitat per partida doble, des dels temps del gòtic fins els nostres dies, fa pensar en una informació pensada exclusivament pels socis dels comerciants. Però, hem de recordar que els llibres de comptabilitat es feien amb la cal·ligrafia més fina per ensenyar als "oïdors de comptes". En l'època on no hi havia impremta, els recaptadors d'impostos, "oien" els comptes que els hi llegien els comptables dels mercaders.

Per tant, la partida doble ja es feia per informar els socis i un grup d'interès, el monarca o l'autoritat que tenia poder fiscal.

Encara avui, la transparència de les entitats la verificaven els auditors de comptes a partir de la comptabilitat financera. Els informes elaborats pels gestors són informes redactats a partir de la metodologia comptable. Però, la normativa comptable s'ha anat transformant en normativa sobre informació financera (NIIF o IFRS en anglès).

Cada cop més la normativa entra en conceptes financers i això fa que la comptabilitat sigui any rere any més complexa i més rigorosa.

4. ACCOUNTING VERSUS *ACCOUNTABILITY*, COMPTABILITAT I RENDICIÓ DE COMPTES

És important veure que la comptabilitat tradicional ens permet determinar uns documents que expliquen la rendibilitat i el risc de les companyies, però la rendició de comptes va més enllà de l'estudi de la viabilitat de la companyia.

La rendibilitat i el risc son conceptes molt lligats als *shareholders*, el concepte d'empresa en funcionament, que tan preocupa als Auditors de comptes, és un principi comptable que interessa als socis, però també als *stakeholders*.

Els treballadors volen que l'empresa es mantingui en funcionament, també els clients i els proveïdors, fins i tot l'administració pública hauria d'explicar el seu interès per evitar la desaparició de societats amb o sense afany de lucre.

La rendició de comptes demana transparència a nivells molt més amplis. Per fer una correcta rendició de comptes amb tots els grups d'interès les normes d'informació financera són insuficients. Per això, les normes d'auditoria agafen una dimensió de molta més volada. Als auditors ja no se'ls demana una diagnosi sobre l'empresa en funcionament, se li demana que exposi els aspectes més rellevants, les qüestions claus que ajudin a valorar si el que fa l'empresa, l'entitat, és el que s'espera d'ella.

5. SOSTENIBILITAT I CREIXEMENT SOSTINGUT

El concepte d'empresa en funcionament, desenvolupat com a principi comptable, passa per considerar que l'entitat ha de ser cada cop més gran. El mateix concepte de "Reserva legal" obliga a destinar un 10% del resultat de l'exercici a incrementar el patrimoni net, a augmentar el finançament de noves inversions.

Que el límit de la "Reserva legal" sigui un 20% del capital social, ja està indicant que el legislador considera convenient que les societats de capital creixin, com a mínim, fins un 20% més del que els socis han aportat.

Aquesta normativa és un exemple de creixement sostingut. Però, avui, en ple segle XXI tothom ha vist que el creixement sostenible, és quelcom diferent al creixement sostingut. El concepte de sostenibilitat, que l'ONU ha anat assimilant des de mitjans dels anys 70 del segle XX, vol garantir que les noves generacions gaudeixin d'un planeta en millors condicions que les que ara tenim. Aquest noble objectiu, és incompatible amb els models de creixement sostingut que s'han implantat des de la primera revolució industrial.

6. MONO-OBJECTIU I MULTI-OBJECTIU

L'ONU l'any 2000 ja va establir uns objectius del mil·lenni per a desenvolupar al llarg dels primers quinze anys del segle XXI:

- Erradicar la pobresa extrema i la fam
- Assolir l'educació primària universal
- Promoure la igualtat de gènere
- Reduir la mortalitat infantil
- Millorar la salut materna
- Combatre la sida, la malària i altres malalties
- Incentivar el desenvolupament sostenible
- Desenvolupar una aliança global per al desenvolupament

Es volia aconseguir una major igualtat social. Arribats al 2015 es proposen, des de la mateixa ONU, uns altres objectius, els 17 ODS, per acomplir durant els següents quinze anys.

Aquests ODS s'havien de traduir a una gestió empresarial si es volia que el 2030 els ODS estiguessin presents en tots els entorns d'una societat cada vegada més global. Aquesta feina s'ha fet i això ha suposat un canvi molt transformador.

El mono-objectiu de maximitzar els beneficis s'ha vist canviat per una planificació estratègica multi-objectiu. Els consells d'administració, els patronats, els governs locals i estatals han anat cercant múltiples objectius.

Això ha donat lloc a establir matrius de doble materialitat. Unes taules de doble entrada on els objectius financers i no financers dels *shareholders* es relacionen amb els objectius financers i no financers dels *stakeholders*.

I entre els objectius no financers els ODS són un camí per centrar la correcta presa de decisions.

7. BONES PRÀCTIQUES

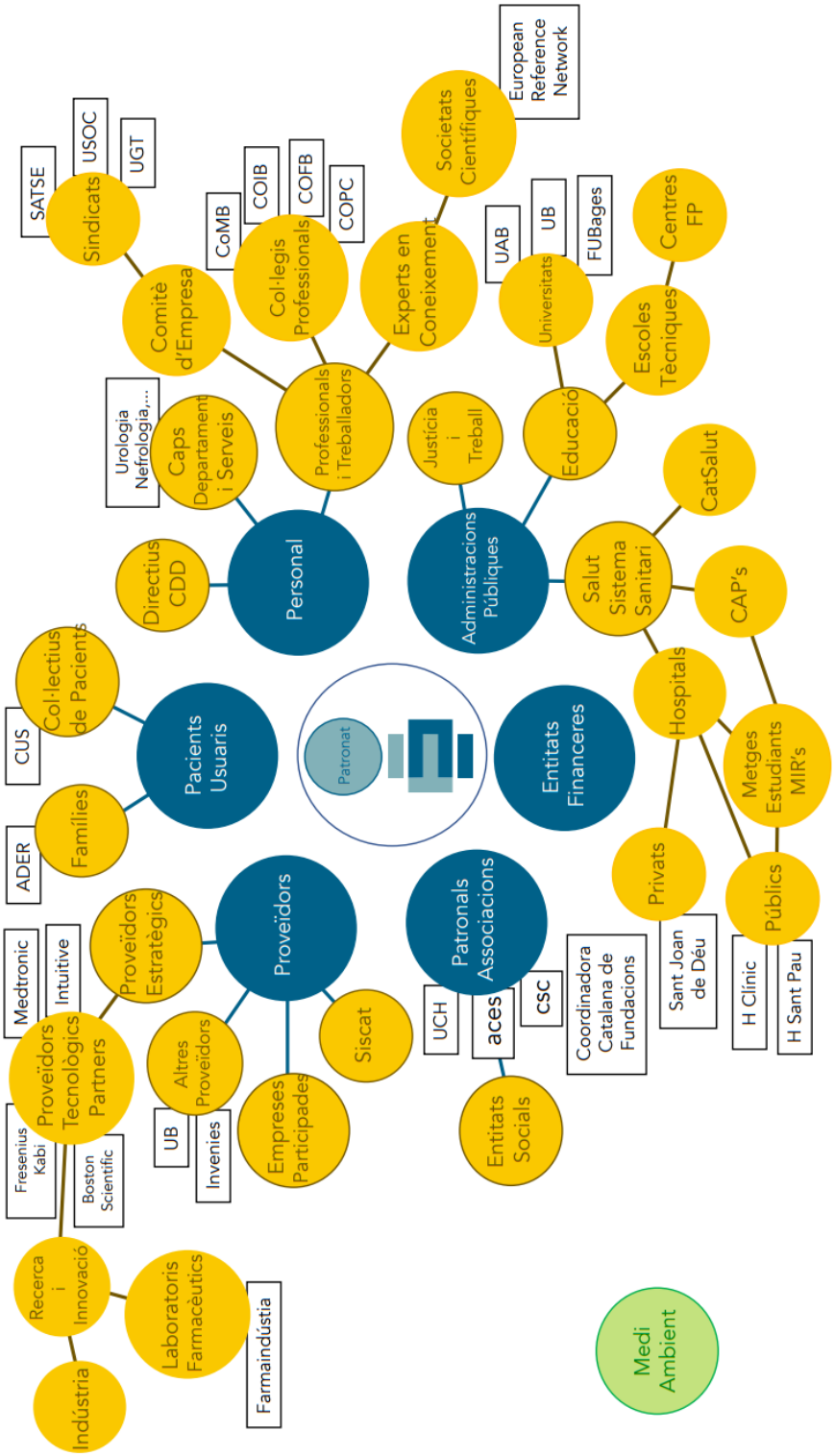
Quan volem remarcar les bones pràctiques en la gestió d'entitats haurem de verificar que la gestió és transparent amb relació a:

- *Stakeholders*, parts interessades
- Informació financera
- Rendició de comptes
- Sostenibilitat
- Doble materialitat.

Anem a veure una sèrie d'exemples de bones pràctiques que ens siguin propers:

7.1. FUNDACIÓ PUIGVERT

Un cas digne d'estudi, molt ben elaborat, i dins l'entorn de les entitats ànim de lucre el trobem a la Fundació Puigvert. Mitjançant un rigorós procés d'estudi amb Teoria de Grafos, poden presentar el seu mapa de grups d'interès:



https://www.fundacio-puigvert.es/wp-content/uploads/2024/10/Memoria_sostenibilitat_2023.pdf

7.2. REPSOL

Dins de les empreses cotitzades podem trobar en el cas de REPSOL un bon exemple de la importància que té estudiar els *stakeholders*. Tot i ser una companyia amb uns reptes de descarbonització enormes, el seu esforç per comunicar la seva relació amb els diferents grups d'interès és molt acurada:

> *Escuchamos a nuestros grupos de interés*
>
> *Nuestra compañía, áreas corporativas y áreas de negocio tienen identificadas sus partes interesadas y disponen de canales y mecanismos de diálogo permanentes y transparentes de relación con las mismas.*
>
> *En Repsol, trabajamos para identificar y comprender las expectativas de los grupos de interés en materia de sostenibilidad de forma proactiva y sistemática. Desde 2005 realizamos anualmente un análisis de materialidad con el objetivo de identificar qué asuntos son más relevantes para nuestros grupos de interés. Estos asuntos se integran en nuestros procesos internos de toma de decisiones avanzando así en la creación de valor económico, social y medioambiental.*
>
> *Estructuramos nuestra relación con nuestras partes interesadas en tres niveles: global, negocio y local. Nuestra relación en cada uno de estos tres niveles requiere mecanismos específicos y adaptados a nuestro contexto para poder identificar de manera adecuada sus necesidades y expectativas en relación con nuestro desempeño ético, social y ambiental*.
>
> https://www.repsol.com/es/sostenibilidad/informes-sostenibilidad/analisis-materialidad/index.cshtml

7.3. CELLNEX

En aquest àmbit cal destacar les empreses que intenten elaborar un informe integrat on convisquin correctament interrelacionades les informacions financeres i no financeres.

Un cas a reconèixer de bona pràctica en la formulació dels comptes financers i no financers, dins de les empreses cotitzades, el trobem a CELLNEX:



La informació que es publica a la seva pàgina web comença per la dedicada al bon govern corporatiu i acaba en la presentació dels tradicionals comptes anuals consolidats. Entremig es van presentant les activitats en matèria social i de medi ambient.

D'aquesta manera es dona cobertura a tot l'àmbit ESG que complementa les dades més habituals sobre rendibilitat i risc financer.

7.4. UNIVERSITAT POMPEU FABRA

Per entitats vinculades amb l'administració pública cal estudiar la metodologia de valor social integrat (VSI) que han utilitzat algunes universitats. La primera a Catalunya va ser la Universitat Pompeu Fabra que desenvolupa el següent model:
https://www.esci.upf.edu/uploads/imgen/7064-24-valor-social-upf.pdf

D'aquesta manera es vol retre comptes amb totes les parts interessades monetitzant l'impacte social que les activitats universitàries generen.

7.5. DIPUTACIÓ DE BARCELONA

En aquest apartat de la rendició de comptes, les administracions públiques són les que porten més avantatge. La seva comptabilitat ha anat avançant molt en els darrers anys i el seu compliment normatiu és diferent del que ha de patir el sector privat.

En aquest sentit des de 2019 la Diputació de Barcelona forma als ajuntaments amb tot tipus de formació per adequar la informació financera i no financera a models comparables.



MANUAL
RENDICIÓ DEL COMPTE
GENERAL
SICALWIN

https://dibaaps.diba.cat/SCW/Manuals/Sicalwin/Manual_Rendicio_de_Comptes_Sindicatura.pdf

7.6. UNIÓ DE FEDERACIONS ESPORTIVES DE CATALUNYA (UFEC)

En el mateix sentit, entitats privades sense ànim de lucre com les entitats esportives, també es sotmeten a estàndards per la rendició de comptes. Per exemple, la UFEC ha anat publicant manuals per a facilitar la seva publicació:
https://xarxanet.org/economic/recursos/rendicio-de-comptes-entitats-esportives-2

7.7. CORPORACIÓ ALIMENTÀRIA DE GUISSONA- ESTUDI DE LA SOSTENIBILITAT

Un bon exemple de bones pràctiques en la transparència de la informació sobre sostenibilitat el trobem en la Corporació Alimentària de Guissona. Aquesta entitat nascuda d'una cooperativa de ramaders i agricultors ha esdevingut en 60 anys una gran empresa no cotitzada. La seva influència en el territori de les comarques de Lleida s'ha anat estenent cap al País Valencià i l'Aragó. De la mateixa manera el seu negoci de producció s'ha anat integrant amb el negoci de la distribució, creant un grup vertical únic.

El seu creixement sostingut ha estat equilibrat amb un gran respecte per l'activitat social, per la conservació del medi ambient i per una gestió molt transparent més enllà dels socis cooperatius.

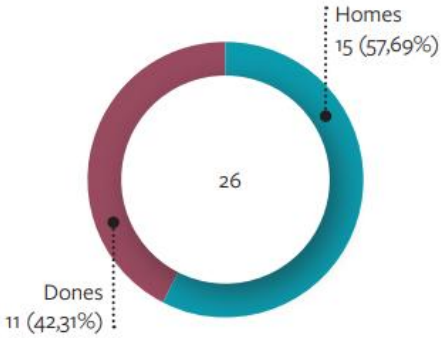
https://bonarea.com/sostenible/ca/public/Memoria

7.8. UNIVERSITAT DE BARCELONA

Dins l'àmbit de les entitats no lucratives trobem un molt bon exemple de com aplicar els pilars ESG a les memòries de la Universitat de Barcelona.

Destaca especialment com l'aspecte social té una consideració primordial:

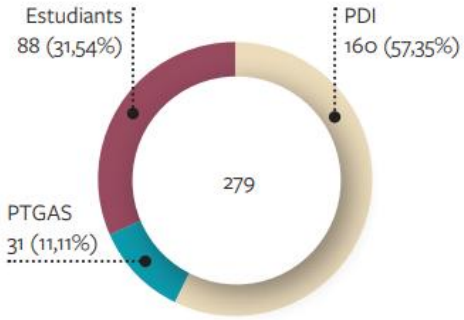
Composició del Consell de Direcció per sexe (any 2023)*



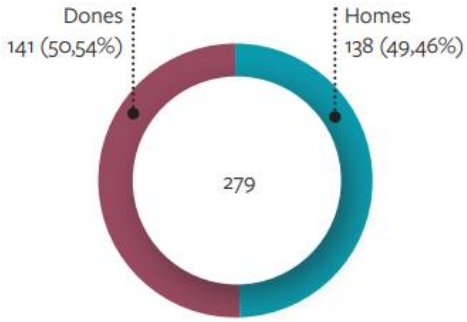
* Tots els membres del Consell de Direcció formen part del PDI.

Font: Secretaria General.

Composició del Claustre Universitari per col·lectiu (any 2023)



Composició del Claustre Universitari per sexe (any 2023)



Font: Secretaria General.

https://www.ub.edu/responsabilitatsocial/docs/ca/Informe%20sostenibilitat_2022-2023_cat.pdf

7.9. MONDRAGON

En l'àmbit de les entitats no fundades sobre aportacions de capital, les cooperatives són les més destacades. D'entre les cooperatives del sector industrial, la que representa un lideratge mundial és Mondragon.

Aquesta entitat, que aviat farà 80 anys, presenta una anàlisi molt detallada de la seva vinculació amb els ODS:



https://www.mondragon-corporation.com/wp-content/uploads/docs/Mondragon-y-los-ODS-en%20cifras-ES.pdf

7.10. FERROCARRILS DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA

Un exemple de com arribar a una anàlisi de doble materialitat en entitats que no persegueixen el màxim benefici el podem trobar a Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, on es poden veure els diferents passos seguits per poder generar un informe integrat:



https://transparencia.fgc.cat/ca/informacio-publica/plans-i-programes/sostenibilitat-ambiental-social-i-de-governanca/memoria-de-responsabilitat-social/informe-de-sostenibilidad/iig_fgc_2023.pdf.

7.11. IL·LUSTRE COL·LEGI DE L'ADVOCACIA DE BARCELONA

Il·lustre Col·legi de l'Advocacia de Barcelona (ICAB) és un exemple de bona pràctica en transparència i sostenibilitat social per la seva aposta clara per la igualtat de gènere també

en l'àmbit de la comunicació. En el marc del seu Pla d'Igualtat "Cada dia és 8 de març", l'ICAB ha elaborat una guia de llenguatge inclusiu i no sexista que posa en relleu el paper del llenguatge com a eina clau per evitar discriminacions i fer visibles dones i homes en igualtat de condicions.

La guia, accessible públicament, combina la sensibilització sobre els usos lingüístics discriminatoris amb recursos pràctics per fomentar una comunicació clara, inclusiva i respectuosa, esdevenint un referent útil per a altres col·legis professionals que vulguin avançar en aquest àmbit.

https://www.icab.cat/export/sites/icab/.galleries/documents-noticies/2019/guia-de-lenguaje-inclusivo-y-no-sexista.pdf

8. CONCLUSIONS

Entitats privades, amb i sense afany de lucre, amb formes societàries diverses, entitats vinculades amb major o menor mesura amb l'administració pública, totes es veuen impel·lides a presentar informació a un conjunt molt variat d'interlocutors.

Per poder publicar les seves activitats, totes les entitats han d'estructurar un política de transparència que històricament no s'havia donat. La idea de gestionar l'empresa des de dins i no explicar més que els resultats financers obtinguts s'ha demostrat inoperativa en una economia globalitzada, amb unes tecnologies de telecomunicacions disruptives.

Comprendre la interconnexió entre informació financera i no financera, entre sostenibilitat i creixement, entre la comptabilitat i la rendició de comptes, entre els *shareholders* i els *stakeholders* és el que tot el planeta està exigint a la nova classe dirigent.

Siguin dirigents d'entitats econòmiques o d'entitats polítiques i socials, tots han de respondre amb informació transparent i ben estructurada. Aquestes són les bones pràctiques que han de garantir el futur de l'espècie humana.

BIBLIOGRAFIA

- **Klaus Schwab-Hein Kroos** Moderne Unternehmensführung im Maschinenbau VDMA 1971
- **R. Edward Freeman** Strategic Management: A Stakeholder Approach, Cambridge University Press 2010
- **Milton Friedman** The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits New York Times Magazine sota el títol 13 de setembre del 1970
- **E. Rhenman**, Industrial Democracy And Industrial Management. A Critical Essay On The Meanings And Implications Of Industrial Democracy, 1968, Assen/London, Van Gorcum / Tavistock.
- **NACIONES UNIDAS Asamblea General**
- DESARROLLO Y COOPERACION ECONOMICA INTERNACIONAL y MEDIO AMBIENTE Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Nota del Secretario General. 4 agosto 1987
- Dolors Martínez Mendoza Rendició de comptes entitats esportives 12/12/2014
- DIPUTACIÓ DE BARCELONA MANUAL RENDICIÓ DEL COMPTE GENERAL maig 2009
- Silvia Ayuso Pablo Sánchez José Luis Retolaza Análisis del valor social integrado de una universidad pública Una aproximación al caso de la Universidad Pompeu Fabra Documento de trabajo nº 24 Julio 2017 Cátedra Mango RSC. Cátedra Mango RSC

16intercol·legial

Col·legi de Censors Jurats de Comptes de Catalunya = EL CØL·L3G1

