

# Economia Innovativa e Sostenibile: Importanza della RSI in Spagna



Dr. Carlos Rodríguez Rad ([crodri@us.es](mailto:crodri@us.es))  
Universidad de Sevilla

10 Aprile 2018



# La RSI è come un ponte in costruzione



Impresa

RSI



Società

Pilastri: Sociale, Economico e Ambientale

**CREAZIONE DI VALORE SOCIALE**

# Livelli di RSI

## Cattiva RSI



- Non crea valore sociale
- Senza strategia
- Marketing “negativo”
- Non si rivolge ai dipendenti
- RSI come una spesa

## Buona RSI

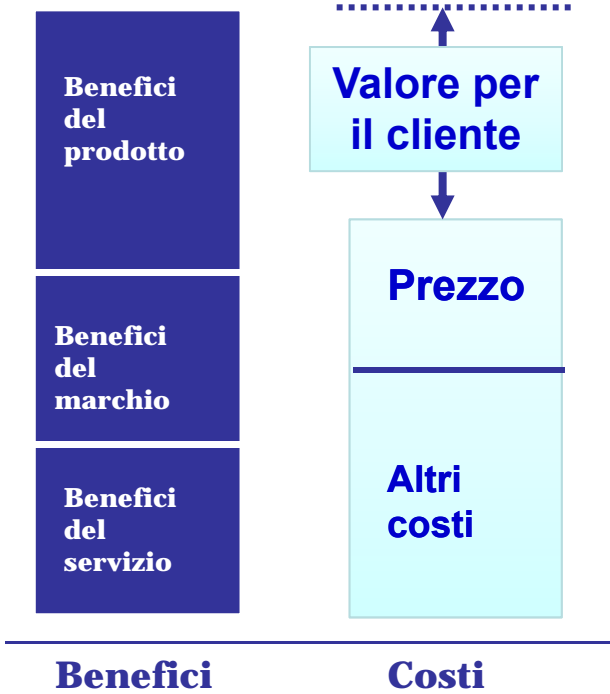


- Chiaro scopo sociale definito
- Obiettivi chiari in materia sociale, economica e ambientale
- RSI come una strategia inserita nella cultura dell'impresa
- Ascolto attivo delle audience
- I dipendenti sono i primi beneficiari e anche ambasciatori della RSI
- Autentico marketing sostenibile
- Focus sul medio-lungo termine

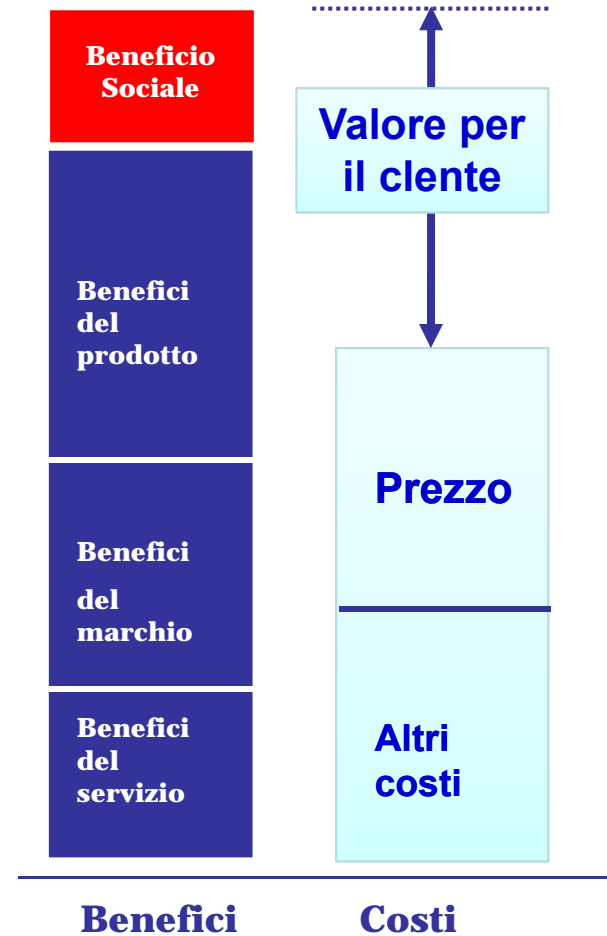


# Processo di creazione del Valore

## Focus tradizionale



## Focus RSI





# Creazione di Valore Sostenibile

## TECNOLOGIE PULITE

Dimostrare competenze sostenibili per il futuro

### RITORNO

Innovazione e riposizionamento

DOMANI

## VISIONE DI SOSTENIBILITÀ

Co-creare nuovi ambiti lavorativi per soddisfare necessità non soddisfatte

### RITORNO

Traiettoria di crescita

INTERNA



ESTERNA

## PREVENZIONE DELLA CONTAMINAZIONE

Minimizzare gli sprechi e le emissioni delle attività aziendali

### RITORNO

Riduzione di costi e rischi

OGGI

## GESTIONE DEI PRODOTTI

Integrare la visione degli Stakeholders nei processi aziendali

### RITORNO

Reputazione e Visibilità

Hart y Milstein (2003)



# Benefici della RSI in Spagna

L'RSI è un **impegno volontario** che le imprese si assumono, perseguendo il fine di lucro, per apportare un miglioramento alla società e all'ambiente

- ✓ **Migliora la reputazione e l'immagine del marchio**
- ✓ **Crea un valore aggiunto condiviso**
- ✓ **Permette di acquisire nuovi mercati**
- ✓ **Riduce il rischio associato alla sostenibilità**
- ✓ **Riduce i costi**
- ✓ **Maggior efficienza dei dipendenti**
- ✓ **Incremento della competitività**







LA GRANDE DOMANDA:

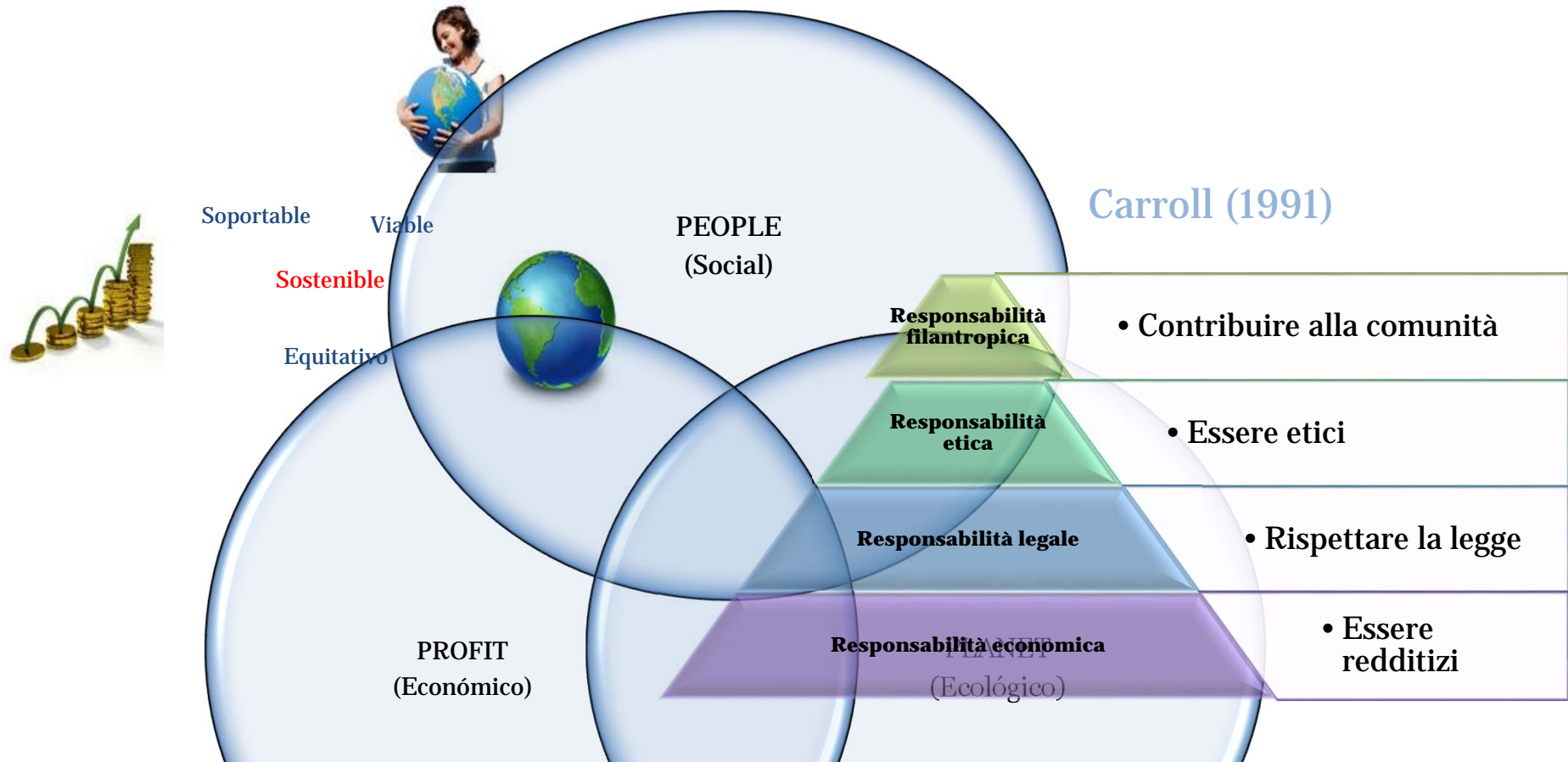
**È vantaggiosa la RSI?**





# Come misurare la RSI: il *Triple Bottom Line* “Triplo obiettivo sostenibile”

Elkington (1997)  
“Cannibals with Forks”







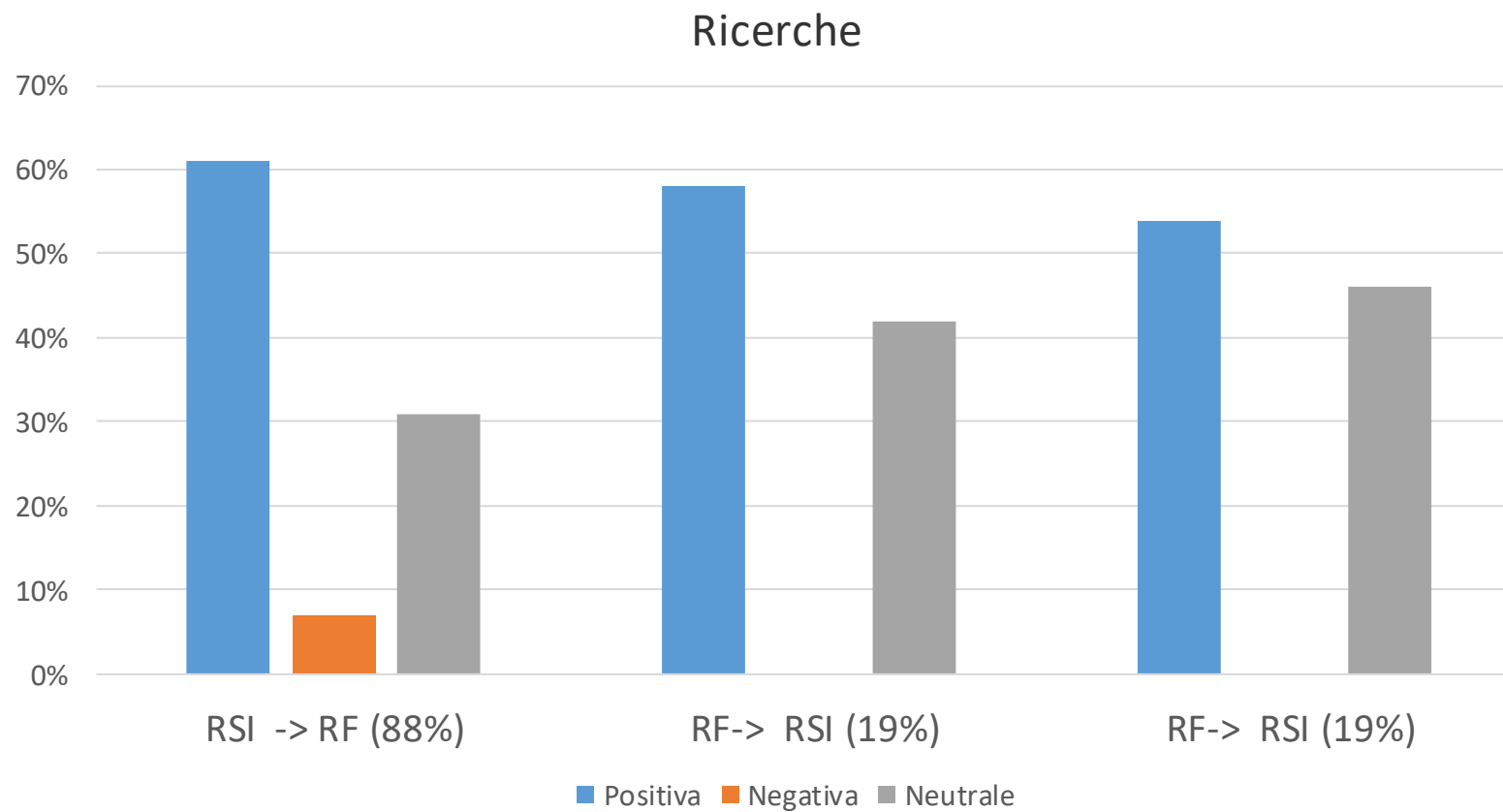
## Tipo di relazione tra RSI e Risultato Finanziario

	<b>SEGNO POSITIVO</b>	<b>SEGNO NEGATIVO</b>
<b>RSI→RF</b>	Ipotesi d'impatto sociale	Ipotesi di <i>trade-off</i>
<b>RSI← RF</b>	Ipotesi di disponibilità di fondi	Ipotesi di opportunismo dei dirigenti
<b>RSI↔RF</b>	Sinergia positiva	Sinergia negativa

Preston y O'Bannon (1997)



# Relazione RSI e Benefici





# Tipo di relazione tra RSI e Risultato Finanziario

	SEGNO POSITIVO	SEGNO NEGATIVO
<b>RSI <math>\rightarrow</math> RF</b>	Ipotesi d'impatto sociale 	Ipotesi di <i>trade-off</i> 
<b>RSI <math>\leftarrow</math> RF</b>	Ipotesi di disponibilità di fondi 	Ipotesi di opportunismo dei dirigenti 
<b>RSI <math>\leftrightarrow</math> RF</b>	Sinergia positiva 	Sinergia negativa 

Preston y O'Bannon (1997)



## Sfide delle RSI in Spagna per i prossimi anni

- **Educazione del consumatore**
- **Creazione di strategie e formazione del personale**
- **Raggiungere la trasparenza aziendale**
- **Potenziare l'innovazione**
- **Combattere la corruzione**
- **Evitare le disuguaglianze**
- **Incentivare la fiscalità, libera dai paradisi fiscali**
- **Potenziare la RSI nei paesi più poveri**
- **Introdurre l'offerta sociale nelle gare d'appalto pubbliche**





# Carenze nella comunicazione della RSI



Fallo bene e  
Fallo sapere

Percezione della  
sostenibilità per il  
consumatore



**C'è maggiore preoccupazione per la sensibilizzazione sulla RSI  
che per l'informazione su ciò che realmente si fa**

# Economia Innovatrice e Sostenibile: Importanza dell'RSI in Spagna



Dr. Carlos Rodríguez Rad ([croдри@us.es](mailto:croдри@us.es))

Universidad de Sevilla

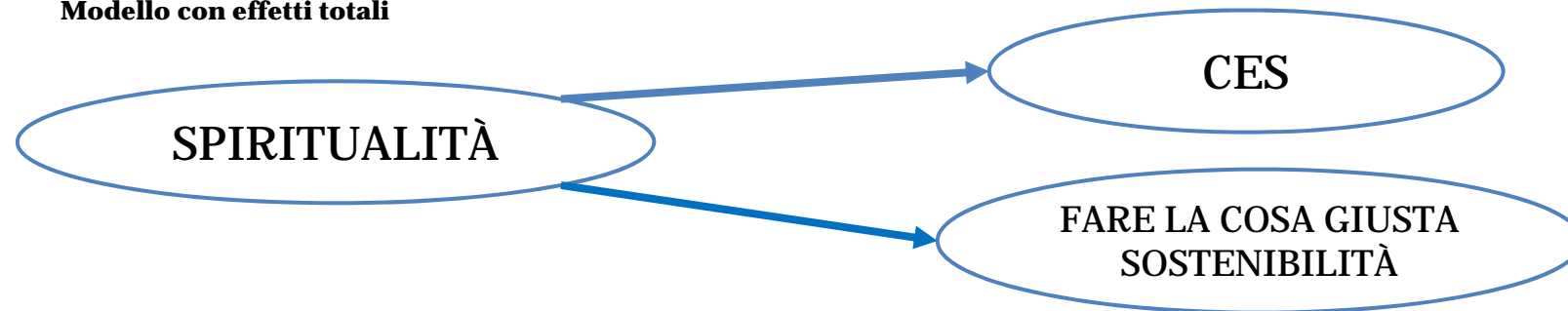
10 Aprile 2018



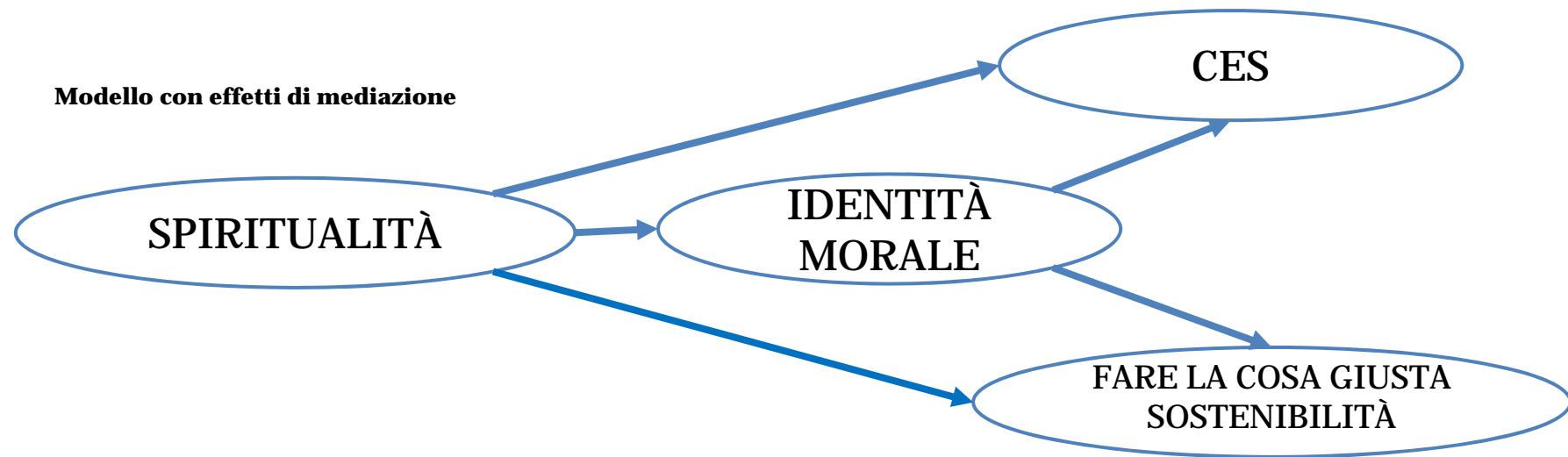


# Modelli proposti (Rodríguez-Rad y Ramos-Hidalgo, 2018)

**Modello con effetti totali**



**Modello con effetti di mediazione**



# Scala CES (CONSUMER ETHICS SCALE)





## Ottenere benefici attivamente

- L'uso di una password a dati che non ci appartengono.
- Restituire merce danneggiata, quando il fatto è avvenuto per colpa mia
- Indicare un oggetto smarrito come “rubato” ad un'agenzia assicurativa, per riscuotere i soldi dell'assicurazione

## Ottenere benefici passivamente

- Vedere qualcuno che ruba e ignorare il fatto
- Mentire sull'età del bambino per avere un prezzo più basso
- Ricevere un resto troppo alto e non dire nulla



# Comportamenti contestabili

- Usare un coupon di sconto di un prodotto che non ho comprato
- Non essere sincero nella propria dichiarazione dei redditi
- Restituire della merce in un negozio, dicendo che si trattava di un regalo, quando non lo era

# Non recare danno

- Passare più di un'ora toccando la merce e non comprare nulla
- Scaricare musica da Internet invece che comprarla
- Acquistare beni falsificati invece che comprare dai produttori originali



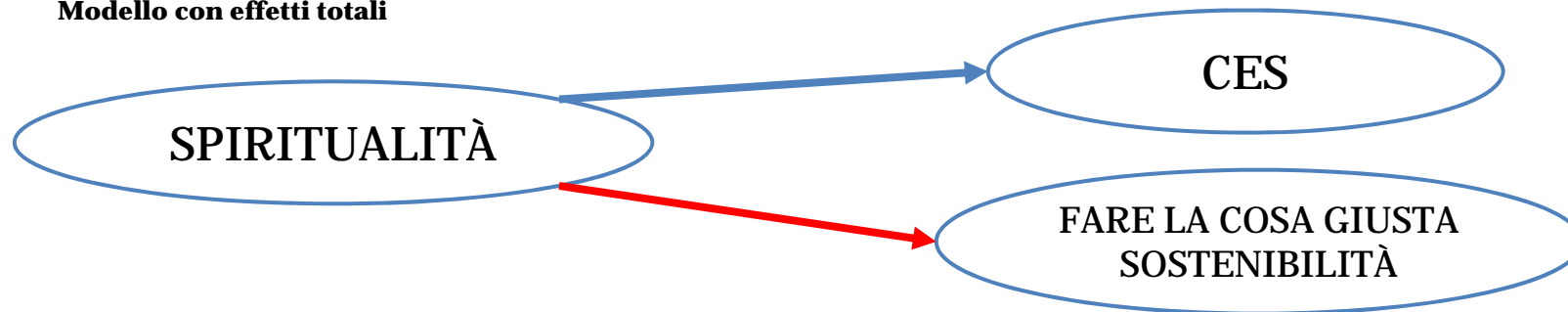
## Fare la cosa giusta/Sostenibilità

- Quando è possibile, comprare solo i prodotti fabbricati nel loro Paese d'origine
- Acquistare prodotti realizzati con materiale riciclato, anche se più cari
- Non acquistare da imprese che non trattano correttamente i loro dipendenti
- Correggere un calcolo errato risultato a mio favore
- Comprare prodotti definiti "ecologico", anche se non funzionano tanto bene come i prodotti concorrenti
- Comprare solo da imprese che rispettano l'ambiente
- Attenzione al riciclo i materiali come lattine, bottiglie, giornali



# Modelli proposti (Rodríguez-Rad y Ramos-Hidalgo, 2018)

**Modello con effetti totali**



**Modello con effetti di mediazione**

