

La crisis fortalecerá la apuesta por responsabilidad social de las empresas

Zaragoza, 27 may (EFE).- El concepto de Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) saldrá fortalecido de la actual crisis económica, ya que la innovación, el conocimiento y la formación serán las claves de la competitividad en el futuro, derrotando así ese modelo de intentar conseguir el "máximo beneficio en el menor plazo".

Esta es la idea que ha transmitido el eurodiputado socialista Ramón Jaúregui en la conferencia inaugural del I Congreso Nacional de Responsabilidad Social en la Empresa, que hoy y mañana se celebra en Zaragoza, en la que ha llamado la atención sobre el momento de cambio en el que se encuentra la humanidad.

Ese momento de cambio, de revolución "brutal" en la forma de trabajar, de vivir y de producir, ha coincidido con una crisis económica mundial que obliga a plantear una reorganización del sistema, ya que los mercados están desorganizados como consecuencia de la especulación, ha explicado Jaúregui.

A su juicio, los mercados han adquirido un protagonismo que marca incluso las decisiones de los estados, que han dejado de ser entes soberanos, y en este sistema económico la empresa es el "corazón", que cada vez tiene más importancia y atrae la atención de más ciudadanos.

Y la Unión Europea (UE) y el mundo en general van reclamando cada vez más a esas compañías grandes que hagan memorias de sostenibilidad social, teniendo en cuenta que "los mercados, las bolsas, los consumidores quieren saber cuáles son sus comportamientos sostenibles, medioambientales y sociales".

Finalmente, "acabará siendo una obligación legal" que las grandes empresas tengan que "desnudarse para explicar a la ciudadanía e inversores cuáles son sus comportamientos", ha recalcado el eurodiputado.

Así, las compañías que hagan propaganda social pero tengan comportamientos irresponsables e insostenibles acabarán siendo castigadas por el mercado, además de que "habrá una exigencia cada vez mayor de competencia leal".

"La crisis fomenta la cultura de la responsabilidad social y no hace peligrar su futuro, hace peligrar la propaganda social", ha apuntado Jaúregui, quien ha apostado por que la RSE sea entendida como una estrategia de excelencia en la manera de responder a las exigencias del mercado, de clientes, del medio ambiente, de los ayuntamientos, del entorno.

"Esa cultura va a salir fortalecida, ya que de la crisis surge una sociedad más exigente para con las empresas", ha señalado. EFE