

La sociedad demanda productos y servicios responsables

Los consumidores están incorporando valores éticos en sus decisiones de compra



Durante gran parte del siglo XX se esperaba que una empresa, fabricara sus productos, satisficiera a sus clientes, comprara a sus proveedores, compitiera, y por supuesto, obtuviera beneficios. Pero también se asumían, como males menores inevitables, algunas “desviaciones” en sus comportamientos (degradación del medio ambiente, faltas a los derechos de los trabajadores/humanos, etc.)

Pero en los últimos años, en la sociedad se está produciendo un cambio de valores respecto a las empresas. La sociedad ha empezado a no tolerar comportamientos que no son éticos.

Este cambio de valores ya lo están detectando los directivos de las empresas más prestigiosas, entre los que empieza haber el consenso que las empresas que tienen comportamientos socialmente responsables(*) con todos sus *grupos de interés* (trabajadores, sociedad, accionistas, proveedores, medioambiente, etc.) a medio y largo plazo, mejoran sus resultados.

Y ya existen ejemplos de empresas que incorporando a sus actividades acciones de responsabilidad social, han conseguido beneficios tanto para la empresa como para la sociedad :

- Marks & Spencer (centros comerciales) desarrollando un programa de integración de vagabundos ofreciéndoles trabajo;
- HSBC (banca) promoviendo la participación de sus trabajadores en acciones sociales;
- Inditex (textil-moda) con la contratación de proveedores del tercer mundo respetuosos con los derechos humanos;
- Corporación Alimentaria de Guissona (agroalimentario) con la contratación e integración de inmigrantes.

Y los consumidores ya empiezan a incorporar en la decisión de compra valores relacionados con el comportamiento ético de las empresas (respeto por el medioambiente, respecto por los derechos humanos, compromiso con la sociedad, trato a los trabajadores, etc.).

En un estudio de la Fundación Forética, se constata que uno de cada cinco españoles, en algún momentos ha dejado de comprar productos de empresas que ellos consideran no éticamente responsables. Y más de la mitad de los encuestados elegiría el producto de una empresa responsable, aunque le costará más dinero.

PROPUESTA PARA LA INNOVACIÓN

Innovar incorporando valores de responsabilidad social en las empresas (productos y servicios)

Incorporar valores de responsabilidad social en la estrategia de la empresa, tendrá un doble impacto:

En la sociedad que se beneficiará en los valores aportados, por ejemplo: ayudas a grupos desfavorecidos (caso Marks&Spencer), mejoras de las condiciones de vida en países del tercer mundo (caso Inditex), integración de inmigrantes (caso Guissona), etc.

En la cuenta de resultados de la empresa, la cual se beneficiará de dos maneras: 1) **eficiencia interna**, ya que este tipo de acciones acostumbra a motivar a los trabajadores (se sienten orgullosos y beneficiados de trabajar en una empresa socialmente responsable); 2) en las **ventas** ya que mejorará la percepción de la empresa en el mercado y los consumidores preferirán sus productos (aunque sean más caros) frente a los de los competidores que no son socialmente responsables. ●

(*) (termino conocido por: Responsabilidad Social de la Empresa (RSE))