



Empresas socialmente responsables y nuevos consumidores

No es una tendencia, es el futuro

MARIA RODRIGUEZ. Socióloga y experta en Consumo Responsable y RSE. Consejera del Consejo Estatal de RSE (CERSE)

RESUMEN

Este artículo recopila información documental, normativa y reflexiones sobre la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y los derechos de los consumidores, llegando a la conclusión de que conseguir que el consumo responsable se instale de forma efectiva en la sociedad es una responsabilidad compartida entre los consumidores, las empresas y las administraciones públicas; aunque es evidente que el grado de responsabilidad, en cuanto a la capacidad para poder influir en el mercado a través

de información suficiente, no es igual para los consumidores que no disponen de todos los elementos para poder ejercer su función de agente equilibrador en el mercado, que para las empresas que sí disponen de toda la información y las administraciones públicas, que son las que deben fomentar que la transparencia, la claridad y la información se instalen en el mercado.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social Empresarial, RSE, consumidores, calidad, ISO, información.

Las empresas tienen una gran responsabilidad en que el consumo responsable sea una realidad, porque sin una cultura empresarial responsable, ética y transparente, es absolutamente imposible que los consumidores, exclusivamente, puedan imponer un modelo de consumo responsable. Junto con las medidas que puedan adoptar las diferentes administraciones municipales, autonómicas o estatales en el caso español, son las otras dos variables que integran las responsabilidades del Consumo responsable.

Es cierto que un porcentaje pequeño de grandes corporaciones o multinacionales controlan los sectores económicos