

## Un 49% de los españoles realiza consumo crítico, descartando las marcas que no considera responsables



Un 49% de los españoles realiza consumo crítico descartando las marcas que no considera responsables y poniendo en valor aquellas que apuestan por el respeto de la marca al entorno físico o a los Derechos Humanos, según muestra el informe 'El ciudadano y la RSE' realizado por la Fundación Adecco.

El estudio, que ha dado voz a 1.000 ciudadanos mayores de edad residentes en España, también arroja que el 65% admite no estar familiarizado con el término RSE ni conocer su significado. Además, un 19% nunca ha tenido en cuenta la variable responsabilidad en su consumo, pero prevé hacerlo en un futuro próximo. Por el contrario, un 34% continúa sin considerar estos intangibles en su consumo, priorizando en otros aspectos como el precio del producto, la cercanía del establecimiento, la comodidad, la eficiencia, etc.

En este sentido, el director general de la Fundación Adecco, Francisco Mesonero, ha afirmado que "puede que la RSE sea un concepto desconocido en término, pero está calando con intensidad en la conciencia cívica, en una sociedad que se torna más crítica, exigente y selectiva" y a subrayado que "cada vez más, los ciudadanos premian con su consumo a las marcas y empresas más sostenibles y castigan o boicotean a las que consideran más irresponsables. Además, ha destacado que la RSE se incorpora a las decisiones de los ciudadanos y "gana protagonismo en detrimento de otros factores como el económico".

### ÉTICA, TRANSPARENCIA Y DIVERSIDAD

Las categorías que los ciudadanos exigen a las empresas en relación a la RSE son la ética (58%), la transparencia (56%) y la diversidad (45%), esta última referida a culturas corporativas en las que primen los procesos de selección por

competencias: aquéllos que no discriminan por factores como la edad, el sexo o el hecho de tener un certificado de discapacidad. En la cuarta posición se ha situado el respeto y el servicio a la comunidad (32%), seguido de la búsqueda del progreso (27%).

Respecto a la preocupación de los españoles, el desempleo sigue siendo la principal causa para los ciudadanos (77%), seguido de la corrupción (41,5%). A este respecto, el 95% de los encuestados opina que las decisiones del Gobierno son clave en este proceso.

Además, el 90% de los ciudadanos otorga a las empresas la misma responsabilidad que al Gobierno a la hora de dar respuesta a los problemas del entorno, considerando en un 95% al tejido empresarial como un actor con "muchísima responsabilidad". Un 75% cree que los ciudadanos tienen un alto grado de responsabilidad a la hora de dar respuesta a las necesidades del entorno y contribuir a la salida de la crisis. Por detrás, un 60% de los ciudadanos espera de los medios de comunicación un alto grado de compromiso con la recuperación económica, mientras que un 55% así lo demanda al tejido asociativo.

El informe también refleja que el 61% sitúa a las organizaciones nacionales por debajo de las europeas en materia de responsabilidad. Un 35% es más imparcial y las evalúa de forma similar. Por último, sólo un 4% tiene una mejor percepción de las empresas de España con respecto a las de Europa.

Los encuestados han destacado cuáles son, a su juicio, los sectores más responsables e ideales para desarrollarse profesionalmente. Encabeza el ranking el sector de la Tecnología y la Ingeniería, seguido del área de Alimentación y Bebidas.

El estudio también ha profundizado en el concepto de "ciudadano responsable" recalcando que el 63% promueve la separación de basura orgánica e inorgánica, el 56% de los ciudadanos dona a parroquias o centros de acogida y el 80% se muestra preocupado en que las reuniones familiares, los aparatos eléctricos y los electrodomésticos, funcionen a horas compatibles con el descanso y la tranquilidad de sus vecinos.