

Cada cop s'aixequen més veus per reclamar un desenvolupament turístic responsable tant socialment com mediambientalment. És una exigència del Codi Ètic del Turisme avalat per les Nacions Unides, però també una necessitat davant l'increment de la conflictivitat social arreu del món i la proliferació de catàstrofes naturals que hom relaciona amb l'escalfament del planeta, és a dir, amb comportaments humans contraris a la naturalesa. També és una exigència a escala local, on les grans cadenes hoteleres han avisat sobre els excessos urbanístics. Dues d'aquestes veus -Simó Pere Barceló i Sebastià Escarrer- són emprades com a fil conductor d'aquest informe.

Turisme responsable

Sebastià Verd

La Comissió de les Nacions Unides sobre el Desenvolupament Sostenible que es reuní a Nova York l'abril del 1999, acordà la redacció d'un codi ètic per al turisme i inicià així un procés que va dur a la seva aprovació el 2001 per l'Assemblea General. D'aquesta manera, el sector turístic es dotava d'un marc de referència per a un desenvolupament responsable i sostenible a nivell mundial davant la

desenvolupats. Per això fa una crida a la responsabilitat social dels empresaris. Avui ningú no qüestiona que és el sector empresarial qui genera més canvis a la societat, la qual cosa l'obliga a assumir més compromisos i més responsabilitat que mai. Un compromís ètic que, això no obstant, també es fonamenta en una necessitat. Si més no, des que Nacions Unides ha assumit el codi turístic el món s'ha vist sobresaltat per un seguit de tragèdies que obliguen a repensar la forma de relacionar-se dels països desenvolupats amb el Tercer Món. Des d'atemptats terroristes que han elegit el turisme com a objectiu, a catàstrofes naturals -el tsunami del sud-est asiàtic o la ferotge campanya d'huracans que enguany ha assotat el Carib- tot passant per noves amenaces com la grip aviària. Tot plegat fa que les societats s'hagin de plantejar comportaments que siguin socialment i mediambientalment justs. No només és una obligació moral sinó una necessitat empresarial si es vol que el turisme continuï sent el motor econòmic que ha estat fins ara.

La relació entre economia i medi ambient ja quedà perfectament definitiva a la Cimera de Río del 1992, però de llavors ençà s'ha anat redescobrint a cada passa. Joel Makower descriu a "Beyond The Bottom line" com, en aquesta era de competitivitat i reestructuració, les empreses fan a diari un descobriment sorprenent: que les pràctiques que beneficien els empleats, les comunitats i el medi ambient, no només són "bones accions" sinó que també són un negoci. Al capdavant, diu, "no es pot manar una empresa saludable en una societat malalta durant molt de temps". Una afirmació que afecta des dels interessos

internacionals, és a dir, les economies de les multinacionals fins a interessos més concrets, locals i sectorials. El turisme, sens dubte, que ha sofert més que ningú els sotrats del terrorisme i de la naturalesa, és pioner a l'hora de donar respostes.

RESPOSTA BALEAR

No és estrany, doncs, que aquest esperit de responsabilitat social hagi transcendit a l'àmbit empresarial amb major pes dins de la societat balear: l'hoteler. Així, en els darrers mesos, hem pogut escoltar de boca de dos dels principals dirigents hotelers, Simó Pere Barceló i Sebastià Escarrer, paraules de compromís envers el medi ambient i els vessants socials que envolten el turisme. Ambdós pertanyen a la mateixa generació, la dels fills del primer boom, que ja han estat educats per ser empresaris i que, per tant, han gaudit d'una major formació acadèmica que els seus antecessors.

Un és el president d'Exceltur, un lobby de pressió que reuneix tots els grans hotelers de l'Estat espanyol -a la vegada que és copresident el grup Barceló- i l'altre el vicepresident de Sol Meliá. Tots dos parlaren sobre aquestes qüestions a Son Lledó, en el decurs d'actes presidits pel rector de la UIB relacionats amb l'activitat universitària. En definitiva, són el testimoni d'una nova classe empresarial que, per convenciment o per estratègia econòmica, ha pres consciència que cal superar el passat amb polítiques de desenvolupament sostenible tant socials com relatives al medi ambient.

A principi del curs passat, Simó Pere Barceló, copresident de Barceló Hotels & Resorts participà en el



Sebastià Escarrer a l'entrega del premi que du el nom de son pare. L'acompanyen la premiada i el rector Avel·lí Blasco.

perspectiva que el nombre de turistes internacionals arribi gairebé a triplicar el seu volum en els pròxims vint anys. Aquesta és, almenys, la previsió de l'Organització Mundial del Turisme, organisme des del qual es creu que l'esmentat codi ètic és necessari per ajudar a minimitzar els efectes negatius del turisme en el medi ambient i en el patrimoni cultural, al mateix temps que promou un màxim de beneficis per a la població autòctona de les destinacions turístiques.

En un principi, aquest codi va néixer tot pensant en les noves destinacions, per evitar que el turisme es convertís en un nou tipus d'exploració colonial en mans dels països

cicle de conferències sobre trajectòries empresarials que organitzaren l'Escola Universitària d'Estudis Empresarials, la Fundació Universitat Empresa, l'Escola de Turisme i la Fundació Càtedra Iberoamericana. Doncs bé, Barceló després de repassar la història recent del turisme de les Balears, en la qual la seva família ha tengut un protagonisme destacat, afirmà que el futur de les Illes i del seu turisme havia de passar, necessàriament, per un nou model turístic. L'escenari internacional -digué- ha canviat i això obliga a una reconversió. Una reconversió que passa per evitar que l'oferta creixi per sobre de la demanda. El seu missatge fou prou clar: o una de dues, o la societat balear es conforma a gestionar el millor possible una inevitable pèrdua de lideratge o, per contra, assumeix el risc d'iniciar una nova etapa, és a dir, una aventura cap al futur. En definitiva es tracta de triar entre seguir com ara, tot acceptant la inevitabilitat del declivi i la pèrdua de milers de llocs de feina o, per contra, d'innovar i crear noves ocupacions.

Al seu parer, no es tracta que les Illes Balears deixin de créixer, sinó que ho facin bé, d'adoptar un nou model de creixement que sigui sostenible tant socialment com mediambientalment. Aquest model ha de ser socialment rendible, la qual cosa vol dir que els beneficis han de permetre la cohesió i la integració socials, especialment dels immigrants, i a la vegada ser solidaris amb les economies menys desenvolupades. Una aposta de futur que en la seva cara mediambiental implica que sota cap concepte s'esgotin els nostres recursos naturals, ans al contrari: s'ha d'invertir per millorar el seu ús. I per a les illes el principal recurs continua sent el territori. El nou model de desenvolupament ha d'adaptar l'oferta turística a les actuals demandes del mercat, però sobretot ha d'aspirar a millorar la qualitat de vida dels residents, amb més serveis sanitaris, més educació, més habitatges, infraestructures i seguretat ciutadana.

El problema esdevé quan algunes de les propostes generen contradiccions, perquè adaptar l'oferta als canvis que es produeixen en el turisme pot provocar noves ocupacions territorials. Podem ser una destinació nàutica -es demanà Barceló- sense ports o marines? Por ser, afirmà, que s'hagin de fer noves infraestructures o parcs temàtics, però tot tenint present que aquestes polítiques s'han de fonamentar en l'interès general. La planificació ha de tenir en compte que el territori és limitat i que, per tant, té una capacitat de càrrega que no es pot superar. Igualment, s'haurà de regenerar el producte turístic balear no per atreure més turistes, sinó per mantenir el nombre actual i que siguin de major poder adquisitiu. Fins ara la pràctica totalitat de turistes vénen pel sol i la platja. Si es volen turistes d'altre tipus és evident que s'haurà de reconvertir una part de l'oferta.

El grup Barceló compta amb 120 hotels repartits per tot el món, amb més de 60.000 places i prop de 19.000 treballadors. La seva casa mare continua sent a Mallorca, d'on no pensa moure's, encara que cada pic inverteixi més a fora i que ha desinvertit a Balears. La internacionalització de l'activitat forma part de l'estratègia de l'empresa -i en general de l'hoteleria mallorquina- tant per guanyar pes a l'exterior i, consegüentment, poder de decisió com per fer més rendible el negoci. La internacionalització, en opinió de Simó Pere Barceló, no perjudica les Balears, ans tot el contrari: potencia l'economia i permet que aquesta societat estigui cada cop més preparada per fer front als reptes del segle XXI.

KYOTO TAMBÉ COMPTA

Aquestes reflexions, atesa la seva procedència, ens situen davant un canvi d'actitud. L'empresari, i concretament l'empresari hotelier, ja no pot mirar el futur amb els mateixos ulls que ho feien els pioners dels anys seixanta i setanta. La nova frontera exigeix una responsabilitat social que no sempre és fàcil. Tot el contrari. La situació és la que és: la indústria turística s'ha convertit en el sector que més llocs de feina genera a tot el món, però al costat d'evidents beneficis provoca impactes negatius sobre l'entorn natural i cultural de les zones receptores. Això fa que molts de projectes hotelers siguin contradictoris. Ho han estat a les nostres Illes i ho són, possiblement amb més força, a altres indrets on la diferència cultural entre els turistes i la població autòctona és molt més gran. L'Organització Mundial de Turisme aposta per un turisme sostenible. Va participar activament, tant a Río com a Johannesburg, a les dues cimeres de la Terra. En conseqüència les noves generacions empresarials compten, si més no, amb un nou equipatge teòric per donar resposta als reptes social d'aquest segle XXI.

En aquest sentit, alguns mesos després de la intervenció de Barceló a la Universitat de les Illes Balears, l'altre empresari que hem esmentat -Sebastià Escarrer- va fer ús dels mateixos o semblants arguments durant l'acte d'atorgament del Premi Internacional d'Estudis Turístics Gabriel Escarrer a una professora del Departament d'Economia Aplicada de la UIB, Elisabeth Valle. L'estudi mereixedor del guardó

Simó Pere Barceló: "Les Illes Balears han d'adoptar un nou model de creixement que sigui sostenible tant socialment com mediambientalment. Un model que ha de ser socialment rendible"

tenia molt a veure amb aquestes qüestions. Es tracta d'un treball sobre models multisectorials aplicats a l'economia balear on s'analitza què pot passar a les Illes si de cop es redueix dràsticament el nombre de visitants. Elisabeth Valle recordà com el 1999 les Illes rebien 10,5 milions de turistes estrangers i com quatre anys més tard -com a conseqüència de la crisi econòmica alemanya i de l'11-S- la xifra havia abaixat un milió. A partir d'aquí, la investigadora analitzà què passaria, si de cop, el consum dels turistes disminuís en un 10%. La conseqüència immediata seria un descens del PIB del 5%, amb tot el que comportaria una recessió tan ferma: tancament d'empreses i pèrdua de milers de llocs de feina.

El vicepresident de Sol Meliá elogià el treball premiat pel seu rigor, però també pel que tenia d'avís sobre les conseqüències socials d'una crisi econòmica a una societat de serveis com la balear. No obstant això, Escarrer destacà que les crisis també serveixen per generar anticossos i salvaguardar així la societat. És evident, per exemple, que les Illes Balears han suportat la darrera crisi turística molt millor que no les anteriors. Cal recordar els efectes de la primera, la dels anys setanta, que -entre d'altres fenòmens encara no del tot estudiats- significà l'èxode de devers cent mil habitants. Tot el contrari del que ha passat ara, quan la crisi ha estat acompanyada d'un increment de població sense precedents. Tot plegat fa necessari preveure els problemes i avançar-se en les solucions. Ja hi ha prou experiència. En aquest sentit, tant Sebastià Escarrer com Simó Pere Barceló comparteixen el

Apostar per la sostenibilitat

Sol Melià és una de les deu principal cadenes hoteleres del món, la primera entre els hotels de vacances. Aquest fet fa que la seva presa de posició davant els problemes mediambientals, entre els quals s'hi compta el canvi climàtic, pugui considerar-se un punt d'inflexió. Motivats per interessos econòmics o no, els canvis d'actitud dels hotelers envers l'entorn natural i social de les Balears ha capgirat radicalment en molt poc temps. L'oposició que mantengueren respecte de l'ecotaxa que, sobretot, va ser política i econòmica, no ajudà a distanciar l'actual generació d'empresaris dels processos d'urbanització massiva que caracteritzaren les primeres dècades del turisme. Això no obstant, avui els hotelers saben que és impossible continuar creixent i a la vegada mantenir la rendibilitat. Per tant, s'imposa una reducció de places. Això és el que es desprèn de l'informe sobre l'hoteleria balear que ha fet el Cercle de Recerca Econòmica (SA NOSTRA-UIB), segons el qual a les Illes hi ha 1.330 establiments amb 312.802 places. Una oferta que el president de l'Agrupació de Cadenes Hoteleres, Francesc Miralles, qualificà d'excessiva.

Més dades: l'antiguitat mitjana dels hotels és de 32 anys, tot i que la major part s'ha modernitzat. Això no obstant, roman un percentatge alt -entorn del 20%- que són establiments de dues o una estrella i que, en les actuals circumstàncies, fan més nosa que companyia a la resta de l'hoteleria. La major part d'aquests hotels endemés de vells no s'han modernitzat ni sembla possible que ho facin, la qual cosa fa que sobrevisquin tot enfonsant els preus. Segons Miralles, de poder fer desaparèixer aquesta oferta obsoleta s'hauria guanyat molt de terreny cap a la reconversió del producte turístic que reclama el sector.

Balears és la comunitat autònoma de tot l'Estat que té més places hoteleres. És el subsector més important d'una economia que depèn directament -més del 80% del seu producte interior brut- del turisme, que dona feina directa a més de 90.000 treballadors. La temporada d'enguany ha estat bona, s'haurà tancat el 2005 amb una xifra pròxima a la del 1999, però a causa de la competència exterior i també interna la rendibilitat de les empreses ha caigut prop d'un 6%, segons reconeix el president de les cadenes. No queda més remei, doncs, que reforçar les potencialitats de les Illes, tot diversificant l'oferta, i desestacionalitzar el producte.

criteri que s'ha de transformar el model turístic. Vivim un moment crucial, som a una cruïlla de camins i s'han de prendre totes les mesures que calguin per adaptar-nos als canvis sense fer malbé els equilibris territorials i socials que comentam.

Aquestes són, en definitiva, les qüestions fonamentals a les quals ha de fer front la societat balear en aquesta primera dècada del segle XXI. Per una part, el nou model turístic del qual parla Escarrer ha de tenir com a punt fonamental la sostenibilitat. Ja ho hem dit, les Balears tenen un territori limitat i ja se n'ha fet prou

Sebastià Escarrer: "El nou model turístic ha de tenir com a eix la sostenibilitat. Les Balears tenen un territori limitat i ja se n'ha fet prou ús"

ús. Caldrà que el que s'utilitzi en el futur es faci ordenadament i de forma racional. Un exemple del que ha significat el turisme de masses i d'allò que pot passar en el futur el tenim a la platja de Palma, declarada zona pilot per a la reconversió de destinacions turístiques de primera generació. S'ha de facilitar la reconversió dels hotels obsolets per evitar que distorsionin el mercat, però sobretot per aprofitar millor el territori i dignificar les zones

que, com l'esmentada, es desenvoluparen desordenadament.

També defensa Escarrer les inversions que les empreses balears fan a l'exterior. Segons va dir, és demagògic criticar l'expansió de les cadenes a l'estranger en un moment delicat com l'actual, quan el mateix model és en crisi. Precisament, segons el vicepresident de Sol Melià, la inversió a altres països fa que es diversifiquin els riscos i que així es pugui defensar molt millor el model de les Illes. El problema, en qualsevol cas, no és tant l'actitud empresarial com la falta de referent polític, d'iniciatives que possibilitin una reconversió que no pot imposar-se des de dalt sinó que ha de comptar, necessàriament, amb la complicitat dels agents socials. Fa falta un gran pacte social. Ho reivindiquen els sindicats, ho demanen els empresaris i el proposa l'executiu, ho reitera el president Matas en el darrer debat sobre l'estat de l'autonomia. Aquí és on fallen les reflexions. Identificat el problema, fa falta l'empenta social que permeti aplicar les solucions.

Mentrestant, Sebastià Escarrer parla de la responsabilitat social dels empresaris envers el medi ambient. Tant aquí, com és evident, com arran del món. A la UIB, afirmà, que eren les empreses les que havien de liderar el procés de lluita mediambiental i, en aquest sentit, fer pressió davant Madrid perquè el Govern faci complir el protocol de Kyoto. De fet, l'escalfament del planeta té efectes tràgics que, a la vegada, afecten negativament el turisme i els comptes de resultats de les empreses. N'hi ha prou a recordar el tsunami del sud-est asiàtic o, més recentment, les conseqüències de l'huracà Wilma sobre Cancun i l'anomenada Riviera Maya, zona on els hotelers mallorquins hi tenen molts d'interessos.

UN NOU MODEL TURÍSTIC

Reconvertir una part de les places hoteleres en residencials podria ser la solució per rebaixar l'oferta hotelera, però la mesura entra en contradicció amb una de les principals recomanacions que ha fet Exceltur, el lobby que presideix Barceló. És clar que Exceltur fa el seu plantejament des d'una perspectiva general i no des de l'aplicació de solucions concretes a problemes localitzats com són els hotels obsolets. La fórmula que proposa l'Agrupació de Cadenes Hoteleres és la reconversió dels establiments que són fora del mercat en habitatges residencials, però aquesta és una mesura que els sindicats rebutgen, perquè amb els hotels s'eliminarà un important nombre d'ocupacions. És aquí que, de bell nou, cal parlar de la necessitat d'un pacte social, del gran pacte que el president Matas plantejà -un cop més- al debat de l'estat de l'autonomia.

Un pacte que, entre d'altres coses, garanteixi els llocs de feina i la sostenibilitat mediambiental, en definitiva que faci d'àrbitre entre les dues grans vies d'actuació empresarial que, avui per avui, se superposen a les Illes: la via hotelera i la via residencial. Sobre aquest punt Simó Pere Barceló considera que els hotelers han perdut la batalla contra el Pla territorial de Mallorca que, en la seva opinió, afavoreix el desenvolupament de l'oferta extrahotelera en contra dels allotjaments reglats. És, en qualsevol cas, un debat obert. El turisme residencial ja supera el 30% del total de Mallorca, un percentatge important però que encara no ha arribat al d'altres zones de la costa peninsular mediterrània. Hom és conscient que aquest tipus de turisme respon a un canvi de tendència i que difícilment es podrà aturar. "No es poden posar portes al camp", afirmava el consultor turístic Antoni Munar.



José Luis Zoreda.

Això no obstant, des d'Exceltur es reivindica l'hotel com a punt de partida de la reconversió turística i no el residencial. Per què? Doncs perquè, en opinió de José Luis Zoreda, el vicepresident executiu del lobby, l'expansió urbanística que implica el turisme residencial farà malbé l'entorn i llevarà competitivitat a les zones turístiques espanyoles amb relació als mercats competidors que encara són a temps de planificar el seu urbanisme i evitar els errors comesos a les nostres costes. Però, sobretot, hi ha un factor que fa aconsellable l'hotel enfront de la residència: un estudi fet per Exceltur sobre Balears revela que cada plaça hotelera genera 24.277 euros a l'any, mentre que la mitjana de les places residencials és, de només, 3.687. Quinze vegades menys. I el mateix cal dir de l'ocupació: els hotels ocupen directament 135 treballadors per cada 1.000 places, mentre que l'oferta residencial no arriba ni als 25.

LIMITAR L'URBANISME

Aquests arguments són els que emprà Exceltur per justificar que es reguli el turisme residencial. El passat mes de setembre, a Santander, en el marc de la Universidad Menéndez y Pelayo, aquest grup empresarial presentà un informe que tengué un enorme ressò entre la classe empresarial. En ell es denunciava que "la pressió urbanitzadora sobre la costa mediterrània supera la capacitat de càrrega i deteriora la competitivitat". Un greu problema, la solució del qual només pot ser "un nou patró de creixement més equilibrat i sostenible". L'informe, titulat "L'impacte dels diferents models de desenvolupament turístic del litoral mediterrani espanyol, Balears i Canàries", assenyala com a element preocupant que el primer quilòmetre en el 40% del litoral està totalment urbanitzat.

La conseqüència és una massificació que, endemés de problemàtica per a un adequat tractament mediambiental, té efectes negatius sobre els turistes, atès que un 77% - d'acord amb una enquesta feta expressament per a aquest estudi - ho percep com una pèrdua de qualitat. A tota la zona mediterrània, a més de les Balears i les Canàries, hi ha 12 milions de places d'allotjament residencial, mentre que l'oferta hotelera gairebé no sobrepassa el milió i mig. Això no obstant, la situació actual no és res en comparació a allò que pot arribar a ser, ja que els plans d'ordena-

ció vigents als municipis costaners fan possible triplicar el nombre actual de places. Zoreda és prou clar en aquest sentit: "es triplicarien totes les necessitats, d'aigua, de tractament de residus sòlids, d'electricitat, de serveis de salut". Les emissions de CO₂ a l'atmosfera passarien del set milions de tones anuals als vint-i-dos milions.

Potser mai no s'havia fet una declaració tan dramàtica des d'una organització empresarial. En realitat, fins que no han vist l'orella al llop, no s'havia entès que -com a gestors econòmics- eren part fonamental en l'equilibri social i mediambiental del seu entorn, en definitiva de l'ecosistema en el qual s'integren l'home i les seves activitats. Per això s'exigeix la integració de la planificació turística en els plans d'ordenació del territori, així com noves vies de finançament de les hisendes locals perquè l'urbanisme deixi de ser el principal ingrés dels ajuntaments. En definitiva, els hotelers reclamen un major compromís de les administracions públiques i de tots els empresaris en el disseny de polítiques de desenvolupament sostenible.

La responsabilitat social corporativa està vinculada a l'acceptació d'uns valors ètics que han de guiar el comportament de les empreses i la seva relació amb l'entorn. Valors com els drets humans, el bé comú, la solidaritat i la justícia. Però més enllà d'aquests principis, aquesta presa de consciència respon a una estratègia de negoci. Sense un entorn favorable, és a dir, sense l'empara d'una societat estable, l'economia tendeix al fracàs. Respectar el medi ambient no pot ser per als nostres hotelers una excusa per evitar la competència, sinó un valor a posar al mercat per oferir un producte més atractiu, per satisfer més els visitants, i, sobretot, per aconseguir que la societat balear gaudeixi d'un millor benestar i de més qualitat de vida.

L'ètica com a innovació empresarial

Els agents econòmics, i en particular les empreses, han d'assumir la seva responsabilitat en la consecució d'un món més just. En aquest sentit la globalització facilitaria, a través de les empreses, la generalització de comportaments ètics a nivell mundial. Aquesta és una de les reflexions que Adela Cortina, catedràtica de filosofia jurídica, moral i política de la Universitat de València, va fer per a una publicació de Manos Unidas. Segons aquesta activista de l'ètica, ètica i empresa no són conceptes divergents sinó que han d'anar junts.

"El concepte modern d'empresa ha d'incloure necessàriament qüestions ètiques. Estic convençuda -diu- que un dels factors més importants d'innovació permanent en les empreses modernes és la pròpia ètica (...) els clients, els ciutadans i la societat

en general demanen a les empreses que es comportin de forma transparent, que es comprometin en el desenvolupament dels seus entorns, que siguin honestes, coherents i responsables. Tot això són demandes ètiques de la societat a les seves empreses i aquestes les hauran d'assumir si volen seguir mantenint-se en el mercat".

Segons una investigació dirigida per Adela Cortina el 2002, si bé no es pot garantir que una empresa ètica sigui més rendible, si que és segur que una empresa ètica està més preparada per respondre als reptes futurs i per perdurar en el temps amb èxit.

Adela Cortina ha publicat, entre altres llibres *Razón comunicativa y responsabilidad solidaria* (1985), *Ética mínima* (1986), *La moral del camaleón* (1991) i *La ética de la sociedad civil* (1994).

Carlos Balado, director de l'Obra Social i Relacions Institucionals de la Confederació Espanyola de Caixes d'Estalvi (CECA)

Dels monts de pietat al desenvolupament sostenible

Gea

En una societat cada vegada més plural i globalitzada, s'exigeix un comportament empresarial responsable. És el que entenem per responsabilitat social corporativa. Les caixes d'estalvi n'han fet bandera, fins al punt d'organitzar un fòrum que va ser presidit pel cap del Govern, José Luis Rodríguez Zapatero. No debades varen néixer per lluitar contra la usura i per combatre la pobresa, un objectiu al qual se n'han afegit d'altres com ara procurar un desenvolupament sostenible tant social com mediambiental.

-Recentment, la CECA organitzà un fòrum sobre responsabilitat social corporativa. El cap del Govern presidí l'acte inaugural, per què aquest interès?



-L'interès de la Confederació i del sector de caixes d'estalvis per la responsabilitat social corporativa resideix en el fet que aquest afer entronca directament amb la nostra filosofia fundacional.

És una denominació relativament recent d'una qüestió que les caixes han desenvolupat de forma natural des de la seva creació, l'any 1835. Per a tot tipus d'empreses aquesta idea és circumstancial i d'aquesta manera han començat a assumir aquesta visió, per la creixent demanda de l'opinió pública, mentre que a les caixes és un aspecte substancial. Per aquesta raó i per celebrar el 170 aniversari de l'origen de les caixes d'estalvis hem volgut reflexionar sobre aquest assumpte sota una perspectiva actual.

-Els monts de pietat, foren pioners en la responsabilitat social corporativa?

-Si ens remuntam als monts de pietats, amb més de 300 anys d'existència, ja en el seu naixement hi trobam l'objectiu de contribuir a la millora de la societat i de l'entorn on aquesta societat es desenvolupen.

En aquella època eren necessàries entitats capaces d'atendre grups socials en situació d'exclusió per facilitar-los el crèdit perquè poguessin superar aquest estadi. És una decisió voluntària, moguda per l'impuls de millorar les condicions de vida de les persones i contribuir al benestar general tot partint de la idea que és un mateix que ha d'ajudar-se i assumir compromisos, en lloc d'esperar que un tercer se'n faci càrrec.

-Quin és el paper actual de les diferents obres socials?, es plantegen diferents formes d'actuació o hi ha un denominador comú?

-L'Obra Social és una part molt important de la nostra idea d'RSC, però no és l'única. Per a nosaltres l'RSC està composta de l'enfocament social amb el qual actuem en els mercats, el govern corporatiu i la dimensió interna i externa en la nostra relació amb treballadors, clients i proveïdors i l'Obra Social. Aquesta perspectiva social del negoci es tradueix, per exemple, que tenim oficines a llocs on no arriben altres entitats perquè no tenen garanties de la seva rendibilitat, l'habitatge de protecció oficial o els programes de microcrèdits socials per a persones en situació d'exclusió.

A més, la nostra capacitat de competir és una garantia per als ciutadans, perquè assegura una major capacitat d'elecció entre entitats financeres.

D'altra banda, els òrgans de govern de les caixes estan formats pels grups d'interès amb els quals una empresa interactua, clients, treballadors, corporacions locals, comunitats autònomes, etc., per la qual cosa existeix no només un diàleg permanent, sinó que la societat hi és representada de forma plural.

A més, a les caixes en parlar d'Obra Social no ens referim a actuacions aïllades, de mecenatge, sinó que es tracta realment de compromís amb la societat.

MÉS ENLLÀ DELS BENEFICIS

-En els seus negocis, les caixes d'estalvis han de tenir en compte altres interessos diferents a l'obtenció de beneficis?

-Per descomptat que els han de tenir en compte. Tot i que no s'ha de perdre de vista que les caixes es mouen en un entorn competitiu i això exigeix a les empreses ser sostenibles. El concepte "sostenible" es refereix, per una banda, al respecte al medi ambient i també fa referència que s'han d'assegurar la vida a llarg termini. En haver aconseguit això, queden recursos per poder dedicar-los a resoldre les necessitats socials.

-Des de la CECA, com es coordina l'activitat de les caixes i de les obres socials?

-El paper de la CECA és d'impulsor, de promotor i coordinador de les iniciatives de les caixes. A la confederació duim a terme una labor constant d'anàlisi de la societat i des d'aquest coneixement podem coordinar, impulsar i promoure les actuacions de les caixes, perquè puguin arribar més enfora. En aquest sentit, hi ha també una intensa tasca de comunicació interna i externa per intentar que la societat valori cada dia més unes entitats que són de la seva propietat.