

El Informe en titulares

EMPRESAS

- ✓ **La RSE se instala en el discurso empresarial.** 6 de cada 10 empresas ya conoce la RSE
- ✓ **La nitidez se incrementa en la gran y mediana empresa, mientras que la pequeña cede posiciones.** El concepto evoluciona de manera dispar entre la empresa pequeña, que no acaba de capturar el concepto, y la de mayor tamaño, cuya visión se ajusta a la “*ortodoxia*”.
- ✓ **Las empresas muestran una actitud más defensiva ante la RSE en un contexto de crisis.** Repunte del escepticismo con respecto a la RSE.
- ✓ **La importancia de la RSE seguirá creciendo, pero a tasas inferiores.** Un 84% de las empresas consideran que la RSE tendrá una importancia igual o mayor en futuro.
- ✓ **Las prioridades en RSE también se adaptan al ciclo económico.** Gana importancia la creación del empleo en detrimento del medio ambiente.
- ✓ **El perfil estratégico de la organización.** La Dirección General constituye el principal impulsor seguido del Consejo de Administración. 5 de cada 100 empresas tiene estructurada la función de la RSE mediante políticas y procedimientos sistematizados.
- ✓ **A nivel operativo, no existe un modelo dominante a la hora de integrar la RSE en el organigrama.** El director de RSE se sitúa en la cúpula del organigrama y se constituye como la fórmula más extendida.
- ✓ **Los procesos verticales dominan el panorama de la gestión, mostrando deficiencias en la transversalidad de la RSE.** Seguridad e higiene, medio ambiente, optimización de recursos, conciliación e igualdad de género constituyen las prácticas más extendidas.
- ✓ **La excelencia en el capital humano y la optimización de recursos son las principales palancas de valor de la RSE.** De cada 10 empresas, 8 consideran que la RSE contribuye a la reducción de costes, 7 de cada 10 a la mejora de ingresos y 6 a un mejor acceso a fuentes de financiación.
- ✓ **Las empresas acusan la crisis y repercute en su RSE. Sin embargo, no tiran la toalla.** Una de cada tres empresas ha recortado sus actividades en materia de RSE.
- ✓ **El informe Forética segmenta a las empresas españolas en función de su actitud y aproximación a la RSE.** Un 4,3% de las empresas son líderes, es decir creen en la RSE y la aplican. El total de empresas con una orientación favorable a la RSE se sitúa en el 43,1%.
- ✓ **Una nueva ponderación.** ¿El vaso medio lleno o medio vacío?

CIUDADANOS

- ✓ **Avanza el grado de penetración del concepto de la RSE en el consumidor.** Uno de cada dos ciudadanos ha oído hablar de la RSE.
- ✓ **La nitidez no experimenta cambios cuantitativos pero sí cualitativos.** Se incrementa el peso de lo social en la visión ciudadana de la RSE.
- ✓ **La responsabilidad social gana peso en los atributos de “la buena empresa” gracias a una mayor preocupación por el empleo.** Los atributos de mercado pierden posiciones a la hora de valorar a las empresas.
- ✓ **La RSE sigue siendo prioritaria de cara al ciudadano.** Se constatan tres umbrales de exigencia para la RSE: lo obligatorio, lo exigible y lo deseable.
- ✓ **Los ciudadanos siguen apreciando mejoras en la gestión de la RSE.** 6 de cada 7 ciudadanos perciben mejoras en el desempeño social y ambiental.
- ✓ **La discriminación positiva de producto se consolida, mientras que la negativa gana posiciones y se convierte en la principal herramienta de consumo responsable.** Los consumidores éticos reducen su prima por RSE y prefieren discriminar en igualdad de precios y boicotear a las empresas “irresponsables”.
- ✓ **Las instituciones privadas mejoran su percepción en gestión ética mientras que las públicas retroceden de manera sustancial.** Sector farmacéutico, automóviles y transporte de viajeros, líderes en el ámbito empresarial.
- ✓ **La población española experimenta un retroceso en cuanto a su sensibilización en materia de RSE.** Tres de cada 10 españoles son sensibles a la RSE.