

Los estudios más destacados

María Gómez

La RSE resiste las embestidas de la crisis

A lo largo de este año se han publicado numerosos estudios que arrojan luz sobre la evolución y tendencias de la responsabilidad social empresarial (RSE) en España y el mundo. La preocupación por el cambio climático, la generación de empleos verdes, la implicación de la alta dirección con la sostenibilidad y el desarrollo de las energías renovables son algunos de los puntos analizados por consultoras, universidades y empresas. Las investigaciones que han llevado a cabo ponen de manifiesto que cada día adquiere mayor relevancia la RSE, incluso a pesar de la situación de crisis económica y financiera que nos ha acompañado durante todo 2010.

CompromisoRSE se ha ido haciendo eco de las novedades que aportaban dichos informes y ahora recopilamos en este anuario los más destacados del año y presentamos una selección de los extractos más interesantes de cada uno de ellos, que en algunos casos han pasado prácticamente desapercibidos.



Se incrementa la atención que la RSE recibe por parte de la alta dirección

De acuerdo con los participantes en el Monitor Ibex 35 Sustainability, la alta dirección de las compañías del Ibex 35 dedica una considerable atención a la RSC. Si se analiza la proyección de la relevancia de ésta a corto y medio plazo, se mantiene y consolida la tendencia de creciente importancia percibida. El 80% de los entrevistados opina que la atención que la RSC recibirá por parte de la alta dirección de su compañía

dentro de un año será alta o muy alta, mientras que el 90% de las empresas proyecta este nivel de atención a tres años vista. Del mismo modo, los consultados opinan que el actual contexto de crisis no frenará el desarrollo de la RSC. Así, más del 90% de los consultados considera que el clima de incertidumbre actual no provocará una disminución del interés de las compañías.

Gráfico 1

Nivel de atención que recibe la RSC por parte de la alta dirección hoy

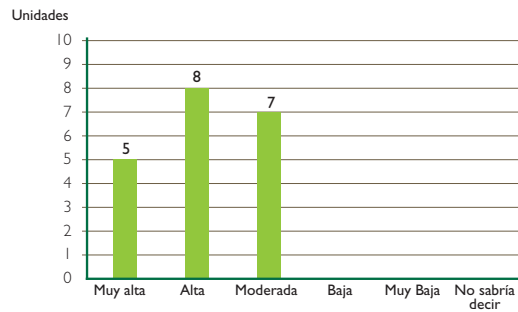


Gráfico 2

Nivel de atención que recibía la RSC por parte de la alta dirección hace tres años

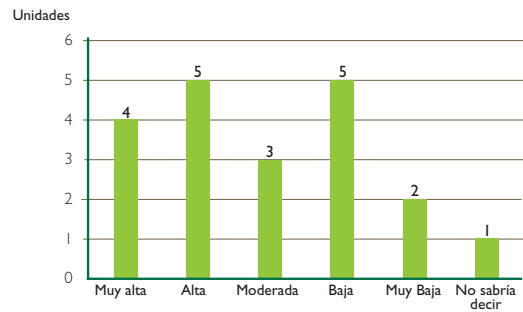


Gráfico 3

Nivel de atención que recibirá la RSC por parte de la alta dirección dentro de un año

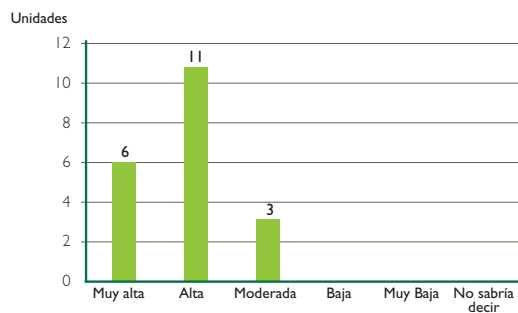
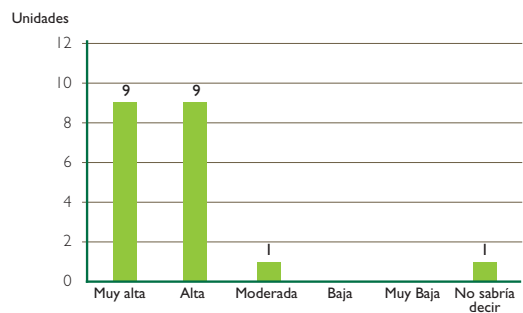


Gráfico 4

Nivel de atención que recibirá la RSC por parte de la alta dirección dentro de tres años



La falta de conocimiento y formación, principal handicap de las pymes

Uno de los principales problemas que existe en la actualidad para la implantación de prácticas de RSC en las pymes es la falta de conocimiento o formación por parte de las mismas. Existe también, en algunos sectores, la creencia generalizada de que la adopción de prácticas de RSC en la gestión de una compañía implica un incremento de los costes.

Gráfico 5

Factores que influyen en el desarrollo de la RSC (%)

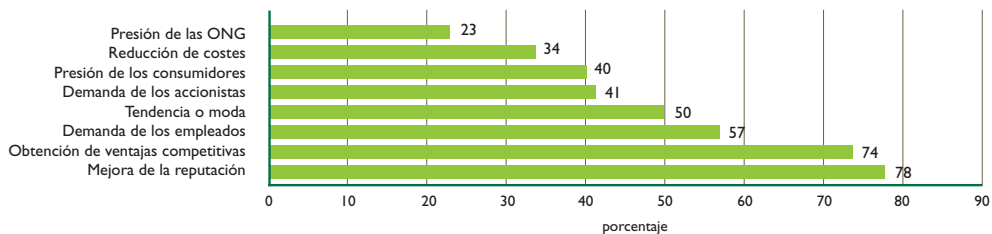
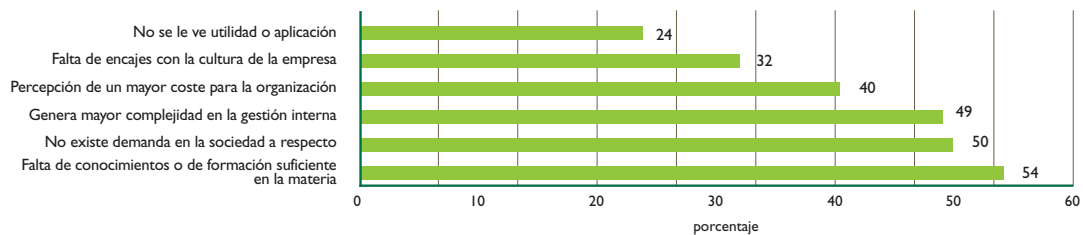


Gráfico 6

Principales barreras a la implantación de la RSC en las PYMES (%)

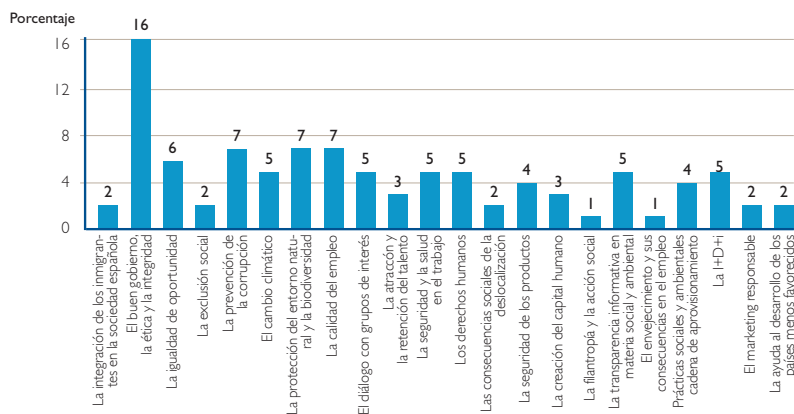


Fuente: Fundación Alternativas y KPMG Monitor Ibox 35 Sustainability 2009

El buen gobierno y la ética se alzan como los asuntos más relevantes

Gráfico 7

Asuntos a considerar en la agenda RSC de las empresas



Resulta significativo que, a diferencia de 12 meses antes, el buen gobierno, la ética y la integridad sean los asuntos que a juicio de los encuestados deberían estar más presentes en la agenda de RSC de las compañías españolas. Destacan también entre los asuntos que los encuestados consideran más importantes la prevención de la corrupción, la protección del entorno natural y la biodiversidad y la calidad del empleo.

Fuente: Fundación Alternativas y KPMG Monitor Ibox 35 Sustainability 2009



La reputación, principal factor que lleva a un CEO a emprender acciones sostenibles

Casi todos los principales directivos de empresas, el 93%, consideran que la sostenibilidad será una de las claves para el futuro éxito de las compañías, a pesar de la crisis económica. Ésta es una de las principales conclusiones que muestra la encuesta realizada por el Pacto Mun-

dial de Naciones Unidas y Accenture a 766 altos directivos de las principales empresas del mundo. Otro de los datos que arroja este estudio es que el principal factor que lleva a un CEO a emprender acciones sostenibles es la reputación.

Gráfico 8

Los CEO ven la sostenibilidad como un punto clave para su futuro, pero esto varía según la región

¿Qué importancia tiene la sostenibilidad para el futuro de su negocio?

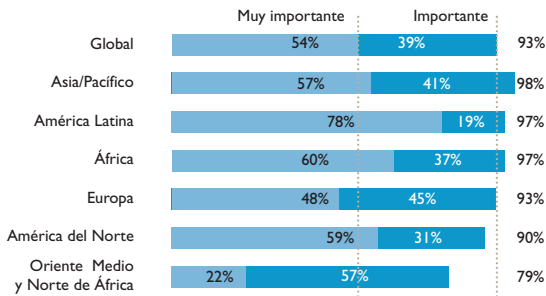
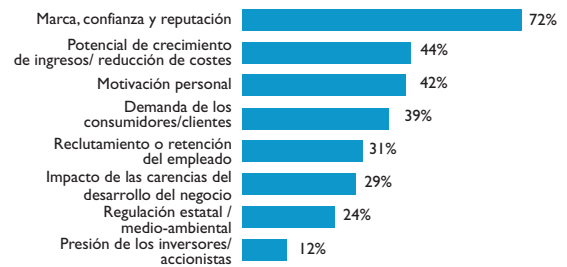


Gráfico 9

Los CEO citan la marca, confianza y reputación como los principales motivos para aplicar acciones de sostenibilidad

¿Qué factores le motivan, como CEO, a aplicar acciones de sostenibilidad?

Respuestas que identifican cada factor entre las tres principales motivaciones



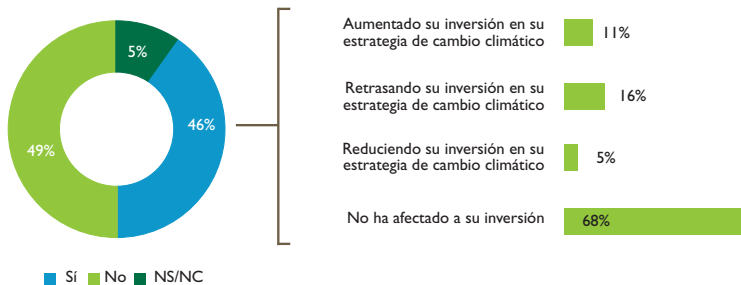
Fuente: United Nation Global Compact CEO Survey 2010 (basado en 766 respuestas completas)

Los directivos mantienen la lucha contra el cambio climático

Gráfico 10

¿Contaba su empresa con una estrategia para responder a los desafíos que plantea el cambio?

Si se ha respondido "Sí", ¿en qué medida ha afectado la recesión a la inversión de su empresa en su estrategia de cambio climático?



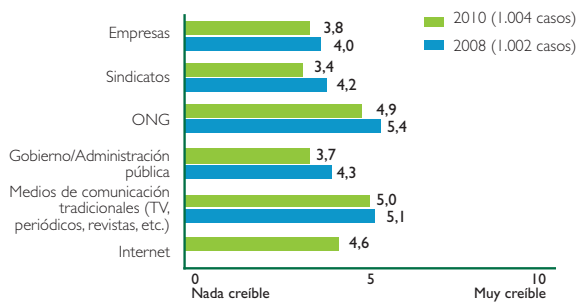
La recesión no ha afectado a las inversiones en cambio climático, según afirma el 68% de los directivos españoles y el 61% de los internacionales. Asimismo, se aprecia un aumento de la preocupación de los directivos, tanto en España como a nivel global, por este tema. Frente a un 23% de directivos españoles preocupados por el impacto del cambio climático en su negocio el año pasado, este año el porcentaje se eleva hasta el 46%.

Fuente: Encuesta Mundial CEOs 2010, PwC

ONG, medios de comunicación e internet son las fuentes más creíbles

Gráfico 11

Credibilidad de la información sobre la RSE que proporcionan las fuentes o canales



En cuanto a la credibilidad de las distintas fuentes o canales por los que se recibe la información sobre RSE se observa una reducción de las distancias entre puntuaciones, aunque se siguen distinguiendo dos grupos claramente: ONG, medios de comunicación tradicionales e internet con las puntuaciones más altas; y empresas, sindicatos y Gobierno o Administración Pública en un nivel de valoración inferior.

Con respecto a 2008 es preciso hacer constar que la evolución de las puntuaciones muestran un descenso de la credibilidad en todos los casos, siendo más acentuado el que se registra a propósito de los sindicatos, el Gobierno o la Administración Pública y las ONG.

Fuente: La opinión y la valoración de los consumidores sobre la Responsabilidad Social en las Empresas en España 2010, Confederación Española de Consumidores y Usuarios (CECU)

Los consumidores esperan conductas responsables por parte de las empresas

Un estudio de Havas revela que la sostenibilidad es un elemento determinante para los ciudadanos a la hora de decantarse por una marca u otra. En cifras, apunta que, en Europa, un 82% de los consumidores espera conductas responsables por parte de las empresas, mientras que un 32% afirma que debería ser competencia del Gobierno, y no de las empresas, la contribución a solventar problemas sociales y medioambientales. Además, como en el resto de los países encuestados, los españoles suelen decantarse por los productos de las marcas que muestran un compromiso social más fuerte.

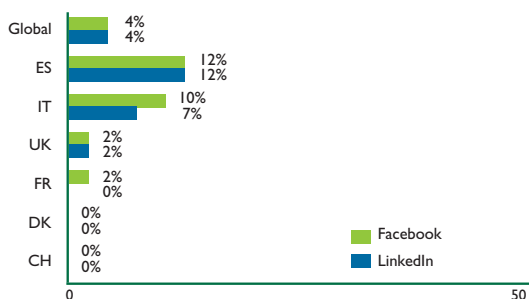
Fuente: Brand Sustainable Futures, Havas

	% de acuerdo	Europa	USA	Latinoam.	Asia
Las empresas deben involucrarse en resolver problemas sociales y medio ambientales		82	70	90	90
Resolver estos problemas es responsabilidad del gobierno, no de las empresas		32	19	28	30
Las grandes empresas trabajan duro para resolver este tipo de cuestiones		23	32	42	49
La mayoría son "responsables" sólo para mejorar su imagen		70	61	67	66
A menudo considero aspectos sostenibles en la decisión de compra		38	34	66	69
Pagaría un 10% más por un producto producido de forma responsable		36	33	61	69

Muy pocas empresas ofrecen información a través de las redes sociales

Gráfico 13

Diferencia entre Facebook y LinkedIn

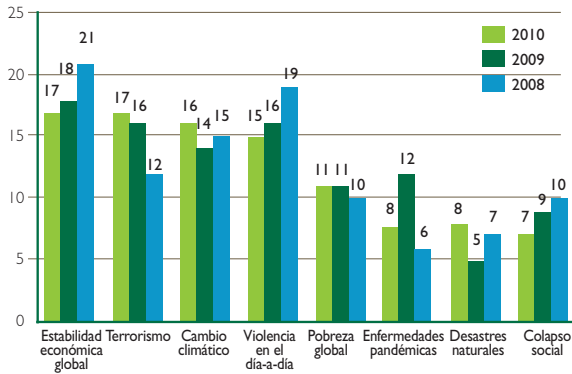


Sólo el 12% de las empresas españolas más importantes ofrece información acerca de su compromiso social mediante las redes sociales. A pesar de ello, en el uso de la web 2.0 las empresas italianas y españolas son las punteras del continente. España se caracteriza, por el uso de blogs corporativos, donde destacan empresas como el BBVA, Mapfre, la Caixa, Caja Madrid y Telefónica. El medio ambiente, la orientación social del mercado y las condiciones del lugar de trabajo son las cuestiones sociales que con mayor frecuencia se mencionan.

Fuente: La Comunicación de la RSC: Explorando las diferencias y tendencias transnacionales en Europa, IE Universidad

El cambio climático es una de las tres principales preocupaciones a nivel mundial

Gráfico 14



El cambio climático vuelve a ser una de las principales preocupaciones de los ciudadanos en todo el mundo, después de un pequeño descenso en la preocupación el año pasado, según revelan los resultados del cuarto estudio "Climate Confidence Monitor", realizado por el banco HSBC.

Los resultados de esta encuesta sobre el cambio climático revelan que el cambio climático es una de las tres principales preocupaciones a nivel mundial, a la par con la estabilidad económica y el terrorismo. En mercados emergentes como Hong Kong y Vietnam, aparece como la preocupación primordial.

Fuente: Climate Confidence Monitor 2010, HSBC

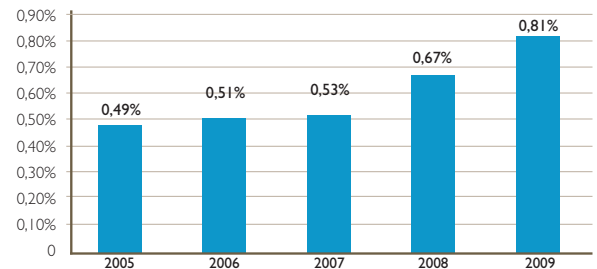
Las renovables deben ser uno de los pilares sobre el que asentar el cambio de modelo productivo

El sector de las energías renovables debe ser uno de los pilares sobre el que asentar el cambio de modelo productivo de España, así se desprende de un informe elaborado por la consultora Deloitte para la Asociación de Productores de Energías Renovables-APPA. El informe pone de manifiesto que las energías renovables contribuyeron al PIB nacional en 2009 con 8.525 millones de euros, el 0,81% del total. Además, el sector, que ha superado en peso en la economía al sector textil, el pesquero o el del calzado, abarató la factura eléctrica en 4.835 millones.

Fuente: Impacto macroeconómico de las energías renovables en España, APPA-Deloitte

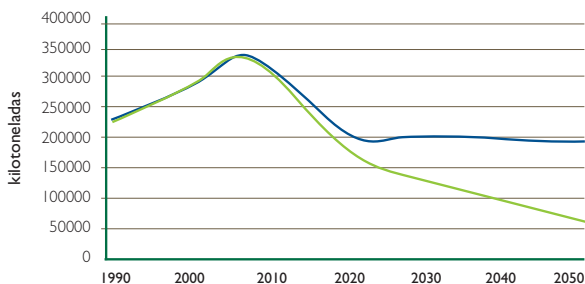
Gráfico 15

Relevancia del sector de las Energías Renovables (contribución directa + efecto arrastre) respecto al PIB de España durante el periodo 2005-2009



La transición hacia un modelo energético sostenible es posible

Gráfico 16

Emisiones de CO₂

La conclusión principal de este informe es que la transición hacia un modelo energético sostenible no sólo es deseable, sino también posible. Una reducción del 23% del consumo de energía para 2030, un 100% de energías renovables en la generación de electricidad para 2030, medio millón de viviendas rehabilitadas al año o 15 millones de coches eléctricos en 2050 son algunos de los pasos que habría que seguir en las próximas décadas en España. El objetivo final que plantea este documento es reducir a la mitad las emisiones de efecto invernadero en 2030 y al 80% en 2050 (con respecto al año 1990).

Fuente: Cambio Global España 2020/50. Energía, economía y sociedad, Fundación General Universidad Complutense de Madrid (FGUCM) y Fundación Conama