



*Empleo, Asuntos Sociales
e Igualdad de Oportunidades*



ESTUDIO DE MERCADO RESUMEN FINAL CSR-VADEREGIO

***“DESIGNING A TOOLKIT CUSTOMIZED TO EUROPEAN
PUBLIC AUTHORITIES' NEEDS ON CSR”***

Mayo 2008

Novia Salcedo Fundación,
Agenda Scotland and Responsible Business Forum in Estonia, ESADE Foundation

Junto con
Junta de Andalucía-Consejería de Empleo
Diputación Foral de Bizkaia-Dpto. Innovación y Promoción Económica
Green Network

CSR-Vaderegio está financiada por la DG-Empleo, Asuntos Sociales e Igualdad de Oportunidades



1 INTRODUCCIÓN

Este documento resume los resultados de la investigación de mercado realizada para el proyecto *"Designing a toolkit customized to European public authorities' needs on CSR"* ("Diseño de un conjunto de herramientas personalizada a las necesidades de las administraciones públicas europeas en materia de RSE" realizado por la Asociación CSR-Vaderegio y socios. El resultado final de este proyecto es una práctica herramienta on-line para autoridades públicas para facilitar sus acciones de promoción de la RSE.

Uno de los puntos más críticos de este proyecto es la atención a las necesidades reales de las autoridades locales. Esto significa que el producto final se ha creado teniendo como referencia su situación actual y las limitaciones con la finalidad de elaborar una herramienta práctica y útil ajustada al público objetivo. Por lo tanto, el proyecto incluye una etapa previa antes de la elaboración de la aplicación, orientada a identificar esas necesidades a través de una investigación de mercado dirigida a administraciones públicas (a nivel local y regional) de toda Europa.

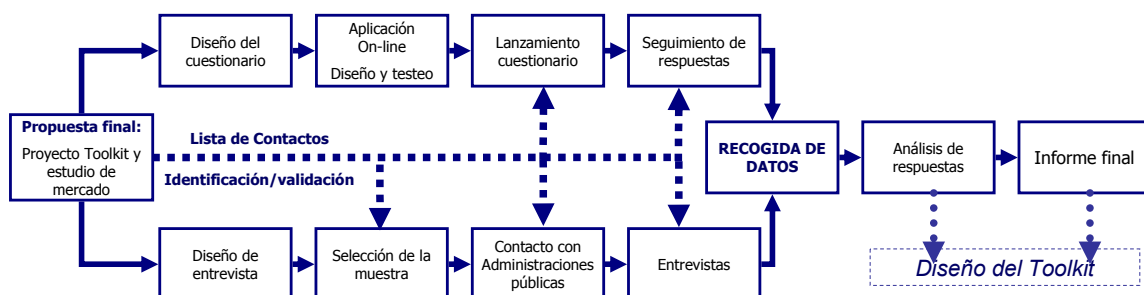
2 METODOLOGÍA

La investigación de mercado se ha realizado utilizando un doble enfoque para recopilar datos:

- Cuestionario
- Entrevistas cualitativas

El objetivo eran administraciones públicas locales y regionales de los países europeos. Se utilizó como base para las primeras etapas del estudio de mercado la lista de contactos de CSR-VadeRegio en la selección de la muestra, y más de 190 destinatarios han sido invitados a participar en el cuestionario.

El siguiente esquema describe las diferentes etapas de la investigación de mercados:



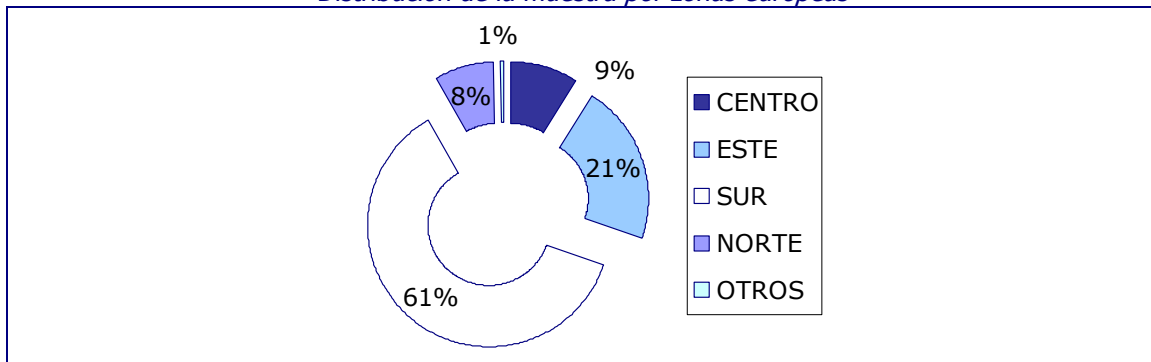


Este documento presenta los resultados obtenidos a partir de una muestra de:

- 10 entrevistas personales con representantes de las autoridades públicas
- 47 cuestionarios (de 18 países)

Los datos recogidos se han ponderado para ajustar la representación de los diferentes países a la muestra objetivo. La configuración final de las respuestas cubre las diferentes zonas de Europa: Norte (Dinamarca, Suecia y Reino Unido), Sur (Francia, Italia, Portugal y España), Este (Estonia, Letonia, Lituania, Polonia, Rumania y Eslovaquia), Centro (Alemania, Austria, Bélgica, Alemania y Suiza) y otros países.

Distribución de la muestra por zonas europeas



3 RESULTADOS

3.1. Administraciones Públicas y RSE: su concepto, visión y rol

Las autoridades públicas son uno de los agentes que se han dado cuenta de la importancia de la creciente demanda de responsabilidad social empresarial. La mayoría de ellos son conscientes de que se trata de un ámbito a considerar en su esfera pública. Sin embargo, no puede afirmarse que hay un entendimiento común sobre cómo la Responsabilidad Social Corporativa se puede definir o interpretar. Además, incluso esas instituciones están pensando en el papel que las propias instituciones públicas pueden desempeñar en la promoción la RSE.

La necesidad de aclaración aparece, por ejemplo, en el hecho de que no todos los organismos públicos han establecido una definición de la RSE. Sólo una pequeña parte de las organizaciones han elaborado una definición propia, y el resto que cuentan con una referencia acordada usan definiciones externas.

"La RSE (...) es el compromiso de las empresas con las necesidades de sus grupos de interés (stakeholders) en diferentes áreas (ámbito laboral, acción social, medio ambiente, clientes y organizaciones y proveedores, gobernanza y transparencia) a través de la implicación voluntaria que va más allá de la legislación vigente."



"La RSE es un proceso continuo de mejora en el que las empresas (...) integran consideraciones económicas, ambientales y sociales en su política de empresa y gestión"

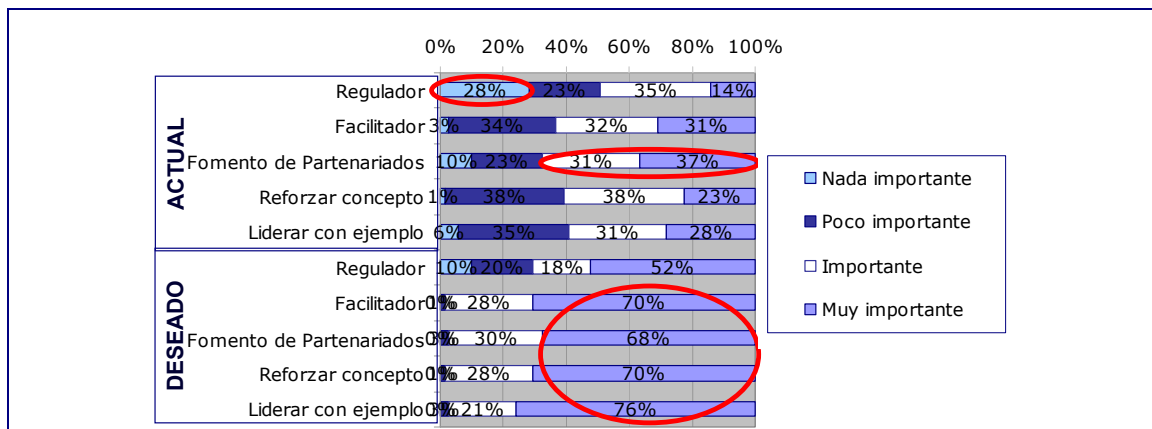
Las autoridades no sitúan a todos los grupos de interés en el mismo grado de concienciación sobre la importancia de la RSE. El sector público se considera el agente más consciente (no sólo a nivel regional), seguido por las organizaciones no gubernamentales y las organizaciones cívicas, mientras que acciones desarrolladas por las empresas se vinculan más a intereses directos que a una preocupación real. En consecuencia, las autoridades encuestadas reflejan interés en la RSE debido a la alta incidencia del comportamiento de las empresas en la sostenibilidad de comunidades locales.

Existen similitudes en el papel que las autoridades públicas quieren desempeñar en el fortalecimiento de la RSE. Las acciones que están en curso están vinculadas en muchos casos a iniciativas para facilitar las alianzas y las relaciones entre los grupos de interés o *stakeholders*. La mayoría de las organizaciones encuestadas afirman que su objetivo es el de desarrollar un papel que permita a las empresas a comprometerse con la agenda de responsabilidad social empresarial (papel de facilitación) y de endosar o dar apoyo o definición al concepto de la RSE en diversas formas. Por otra parte, se evidencia la necesidad de mejorar dentro del sector público en las prácticas internas de responsabilidad social, para predicar con el ejemplo.

Por lo tanto, los poderes públicos consideran que son importantes agentes de promoción de la RSE y que pueden influir en las diferentes esferas. Sin embargo, hay un acuerdo general sobre la voluntariedad de la RSE y, por esta razón, las organizaciones consideran que no es primordial ejercer una función reguladora.

"Nosotros no estamos para regular, dado que la RSE se define como acción voluntaria, pero podemos ayudar a las empresas dando apoyo y herramientas y permitiendo el intercambio de experiencias"

Actualidad y funciones de las Administraciones Públicas en el fortalecimiento de la RSE





3.2. La realidad del trabajo en RSE de las Administraciones Públicas

La importancia dada a la RSE y el papel que las autoridades públicas pueden desempeñar en su promoción no siempre se refleja en las acciones y programas de estas organizaciones. Por ejemplo, sólo un 54% de las autoridades públicas encuestadas cuentan con una política o estrategia formal en materia de RSE. No hay siempre se asignan responsabilidades o recursos para este campo (sólo en el 57% de la muestra) y las acciones se incluyen en diferentes departamentos como iniciativas individuales, con dificultades para asegurar la transversalidad y la continuidad de programas más largos.

Existe una amplia diversidad de actividades entre las acciones que se desarrollan actualmente des de las administraciones públicas. Las acciones orientadas a las pymes son las más frecuentes (75% de las autoridades públicas), pero también son más de la mitad de las organizaciones entrevistadas las que realizan otras acciones como iniciativas internas de responsabilidad para predicar con el ejemplo, actividades de promoción de la RSE y difusión de buenas prácticas. La mayoría de las actividades están orientadas a las empresas (82% de las autoridades públicas se dirigen a ellas) o asociaciones empresariales (64%), mientras que son mucho menos frecuentes los programas destinados a otros agentes, tales como las campañas de opinión pública.

"El principal obstáculo es conseguir la implicación de las empresas locales. Hay diferentes herramientas disponibles, pero lo principal es tener una mejor comunicación con las empresas, y conseguir que usen y saquen provecho de esas herramientas."

"Necesitábamos plantear una nueva forma de pensar en relación con el medio ambiente. Por supuesto es muy difícil hacer participar a las empresas privadas. Tenemos que encontrar más formas de cooperación, porque una vez implicadas las empresas deben invertir dinero en los programas."

Áreas de trabajo en RSE:

Sostenibilidad	Consumo responsable
Competitividad	Marketing responsable
Partenariados	Gobernanza corporativa
Innovación Sostenible	Compra pública sostenible
Participación en la comunidad	Cambio climático
Estándares laborales	Reducción de residuos
Diversidad	Otros

La *sostenibilidad* es el área de trabajo en la RSE más habitual. Este ámbito agrupa el mayor número de estrategias, y la mayoría de administraciones lo sitúan como su primera prioridad.

La *competitividad*, los *partenariados*, y la *innovación sostenible* se consideran también campos muy importantes para los próximos años.

Estos resultados muestran que la situación actual es que las autoridades públicas se dan cuenta de que tienen que trabajar en materia de RSE, pero no tienen un plan o idea claro que determine cómo hacerlo. Por lo tanto, existe la necesidad de llevar a cabo acciones de manera planificada y continua.



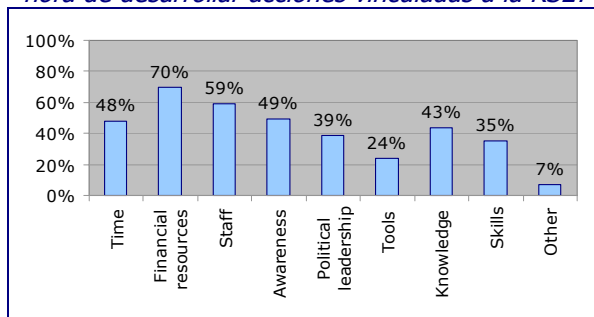
3.3. Dificultades y restricciones para las autoridades públicas

El trabajo de promoción y acción en RSE que están llevando a cabo actualmente las autoridades públicas refleja la existencia de diferentes desafíos. Entre las más comunes figura la limitación de recursos (económicos y humanos).

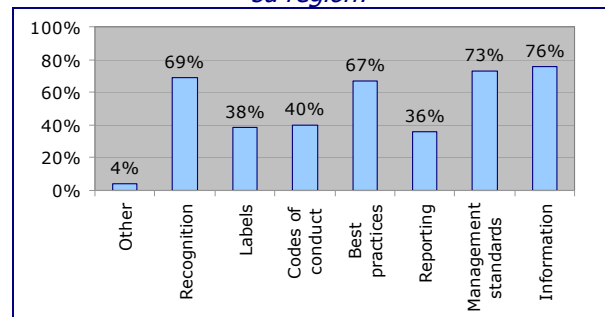
Se valora de forma muy positiva la oportunidad estudiar y comparar el estado actual y los programas de otros organismos como referencias, aunque existe la necesidad de tiempo para compartir sus experiencias. Esta posición se refleja en el hecho de que las organizaciones encuestadas consideran que las herramientas más valiosas para ayudarles a desarrollar sus acciones en materia de RSE son la información, los estándares de gestión, el reconocimiento y las buenas prácticas.

Este apoyo o ayuda a las administraciones públicas puede complementarse con herramientas prácticas dirigidas y adaptadas a este público. Otros de los puntos que se considera clave para que la herramienta final (*toolkit*) tenga un impacto efectivo es la posibilidad de personalizar y contar con asesoramiento individual.

*¿Cuáles son las **restricciones** más habituales con las que se encuentra su organización a la hora de desarrollar acciones vinculadas a la RSE?*



*¿Qué **herramientas** considera más útiles para mejorar la responsabilidad social empresarial en su región?*



4 PUNTOS CLAVE PARA MEJORAR LA ACCIÓN

La investigación de mercado que se resume en este documento ha aportado algunas ideas clave para el desarrollo de la guía para autoridades públicas:

- La importancia de definir el punto de partida para trabajar sobre la RSE (herramienta de autoevaluación) y la identificación de las áreas prioritarias de actuación, aparte de dar una orientación para emprender acciones de forma gradual.



- La adaptación de las herramientas y el apoyo a cada región y la realidad, ofreciendo una amplia perspectiva (diferentes campos y visiones sobre la RSE, y adaptación a los diferentes entornos).
- La vinculación de los intereses de las autoridades públicas y empresas privadas con el fin de involucrar a todos los agentes en el desarrollo de las regiones, y convirtiendo las regiones competitivas de manera sostenible.
- La necesidad de ofrecer una guía o herramienta práctica y de fácil uso.
- La utilidad de la ayuda gracias a la evaluación comparativa y el intercambio de experiencias: *¿qué ha funcionado? ¿cómo se ha desarrollado? ¿qué elementos son similares y cuáles son diferentes?*
- La posibilidad de contar con el apoyo de expertos externos, consultores, redes o instituciones relacionadas con la RSE (importancia de la ayuda práctica y el contacto directo).
- Necesidad que las autoridades públicas prediquen con el ejemplo: Ser social responsable al mismo tiempo que promover ese comportamiento en las empresas.

La herramienta debe ser diferente a otros recursos existentes, teniendo en cuenta los elementos anteriores, para evitar convertirse en manual, informe o guía más almacenado en la oficina pero sin aplicación o utilidad directa.