

INFORME FORÉTICA 2018

sobre el estado de la RSE y la Sostenibilidad en España

La Recompensa del Optimista



Quiénes somos



Nuestra misión

Fomentar la **integración de los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión** de las organizaciones



Nuestra visión

Maximizar el impacto positivo de empresas y organizaciones para alcanzar un **futuro sostenible**



Nuestros valores

Responsabilidad, Innovación, Compromiso, Confianza

Plataforma de liderazgo en RSE y Sostenibilidad

Más de 200 socios

40% de empresas del IBEX 35

17 empresas del Dow Jones Sustainability Index

22 empresas del Fortune Global 500

8% de socios ONG

Alianzas



wbcasd



Banco Interamericano de Desarrollo

Agenda

- 1 Novedades y metodología
- 2 Conocimiento del concepto RSE por parte de los ciudadanos
- 3 Hábitos de vida sostenible
- 4 El papel que juegan las empresas
- 5 De la conciencia a la acción
- 6 Gap de doble moral. Las barreras que impiden el paso del discurso a la acción



Novedades y metodología



Estructura y contenidos

Tres dimensiones



Gobernanza



Empresas



Ciudadanos



Estudio a Ciudadanía

Cambio metodológico a paneles online.
Población española

1.010 entrevistas válidas para nivel de confianza del 95%; hipótesis más desfavorable: 3,1%

18-70 años proporcional por sexo, edad, Comunidad Autónoma y tamaño de hábitat



Fuentes de información

Análisis

Pública

Accenture, SDSN, KPMG,
Eurostat, Mckinsey & Co.,

Privada

MSCI, Forética

Estudio ciudadanos

Netquest

Novedades y metodología



Estructura y contenidos

Tres dimensiones



Gobernanza



Empresas



Ciudadanos



Estudio a Ciudadanía

Cambio metodológico a paneles online.

Población española

1.010 entrevistas válidas para nivel de confianza del **95%**; hipótesis más desfavorable: **3,1%**

18-70 años proporcional por sexo, edad, Comunidad Autónoma y tamaño de hábitat



Fuentes de información

Análisis

Pública

Accenture, SDSN, KPMG,
Eurostat, Mckinsey & Co.,

Privada

MSCI, Forética

Estudio ciudadanos

Netquest

Novedades y metodología



Estructura y contenidos

Tres dimensiones



Gobernanza



Empresas



Ciudadanos



Estudio a Ciudadanía

Cambio metodológico a paneles online.
Población española

1.010 entrevistas válidas para nivel de confianza del 95%; hipótesis más desfavorable: 3,1%

18-70 años proporcional por sexo, edad, Comunidad Autónoma y tamaño de hábitat



Fuentes de información

Análisis

Pública

Accenture, SDSN, KPMG,
Eurostat, Mckinsey & Co.,

Privada

MSCI, Forética

Estudio ciudadanos

Netquest

Gobernanza Global

El consenso internacional en la gobernanza global es una necesidad urgente para afrontar desafíos comunes como el cambio climático, la economía circular, los derechos, el futuro del trabajo o los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Empresa

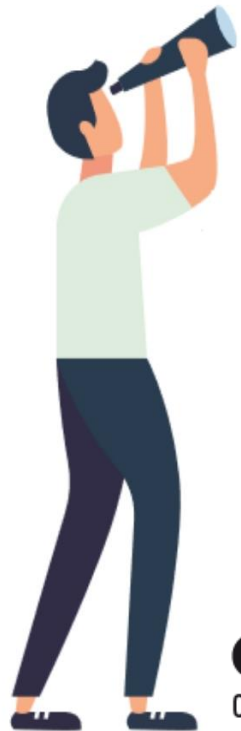
Una mayoría temprana de las empresas globales ya ha conseguido cimentar la sostenibilidad como un área prioritaria para el negocio

Ciudadanía

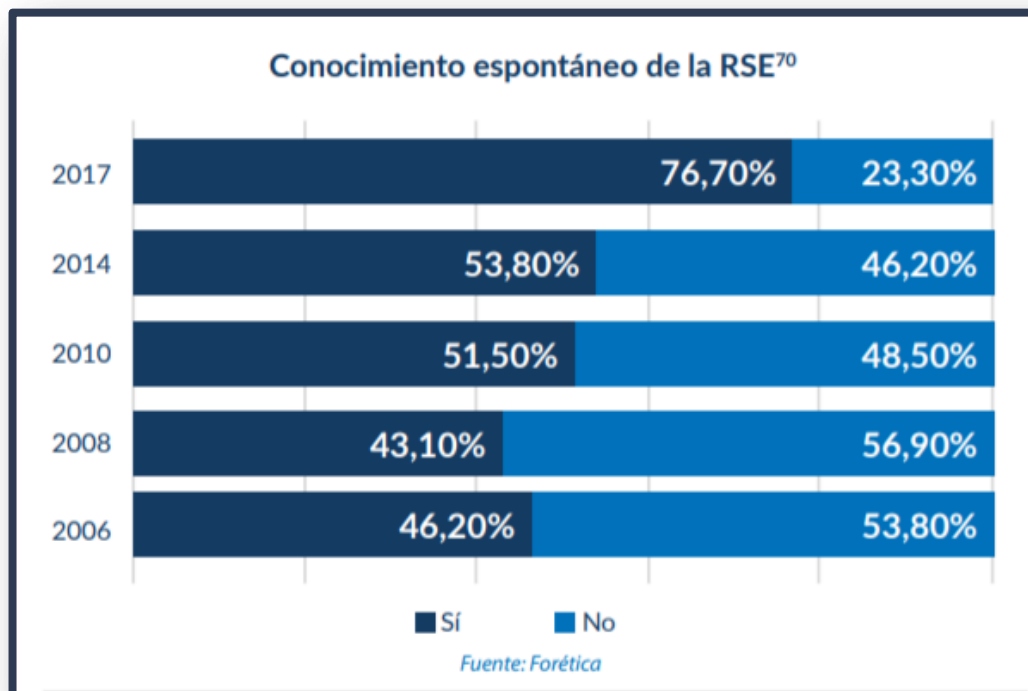
El consumidor consciente está en la línea de salida, impulsado por los hábitos de vida saludable.



El ciudadano consciente. En la línea de salida



Una carrera de fondo: se mantiene el ritmo de acercamiento del concepto a la ciudadanía

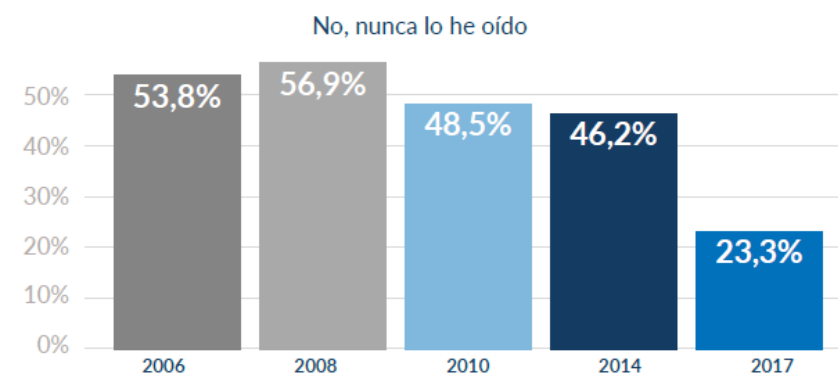
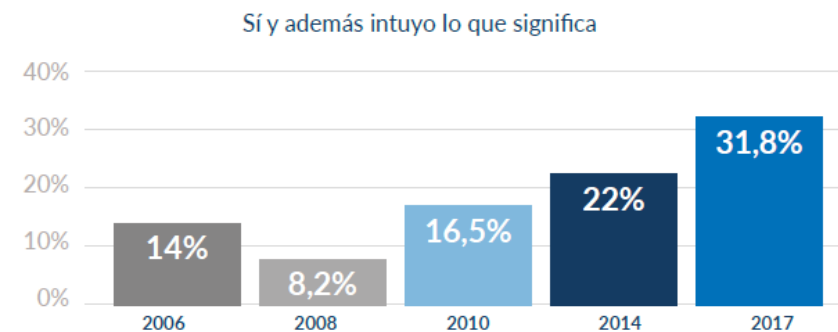
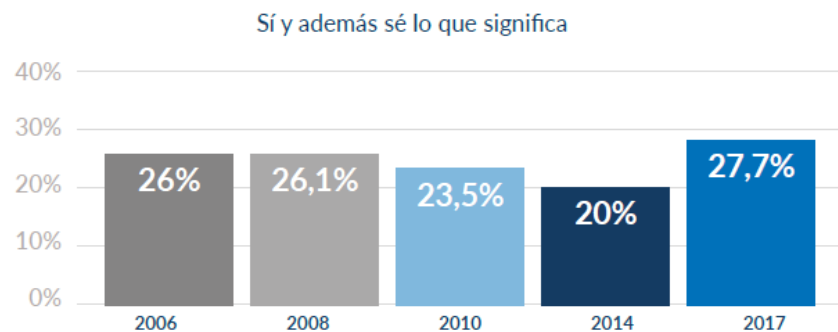


TWITTER: En [#InformeForética](#): La notoriedad del concepto de [#RSE](#) entre los ciudadanos se sitúa por encima del 75%, un 40% más que en 2015 [@foretica](#)

TWITTER: 6 de cada 10 personas saben lo que es la [#RSE](#) o intuyen lo que significa. Un 40% más que la anterior edición. Datos de [#InformeForética](#) [@foretica](#)

Una carrera de fondo: se mantiene el ritmo de acercamiento del concepto a la ciudadanía

Nivel de conocimiento espontáneo de la RSE⁷¹



Fuente: Forética



RSE en el ciudadano: sostenibilidad en los hábitos de vida

Hábitos de vida sostenible

RECURSOS



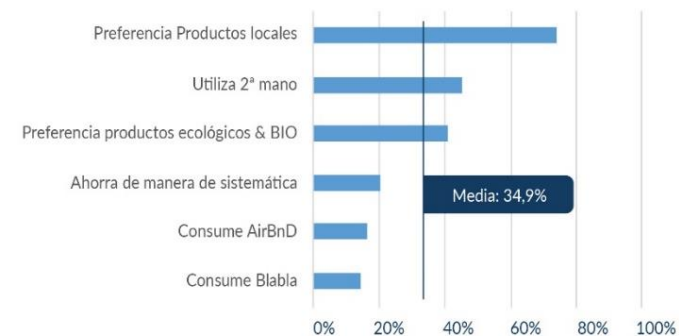
IMPACTOS



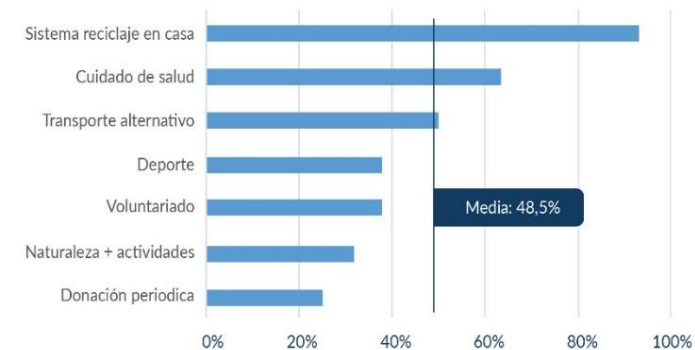
■ 0-35%
 ■ 35-70%
 ■ 70-100%

Hábitos de vida sostenible: Recursos versus Impactos

Hábitos de vida Sostenible --> Recursos



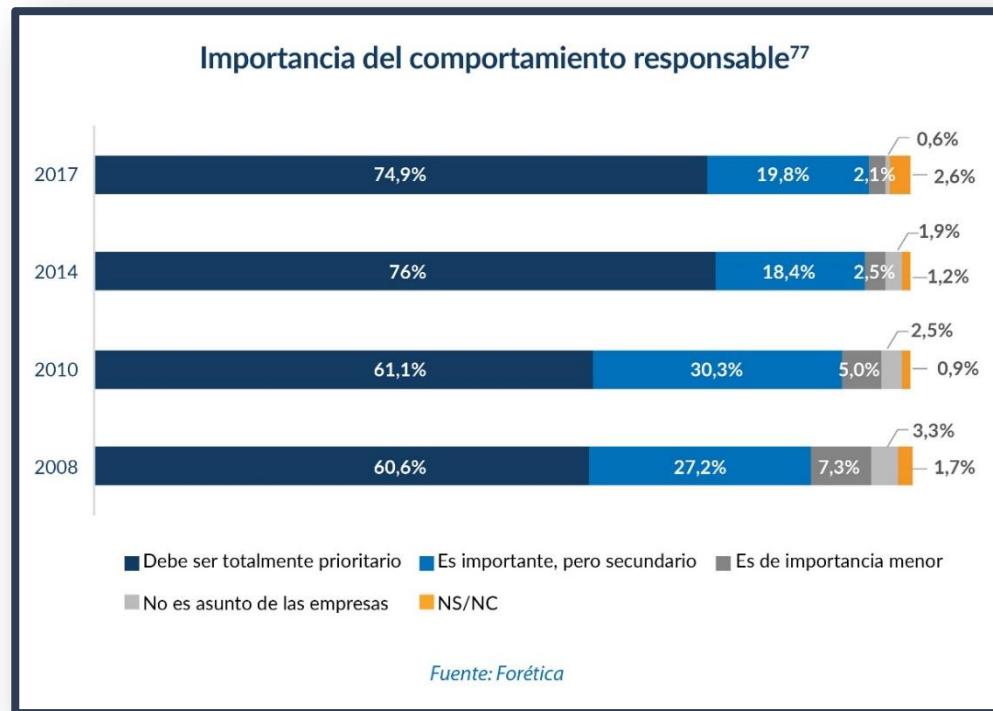
Hábitos de vida Sostenible --> Impacto



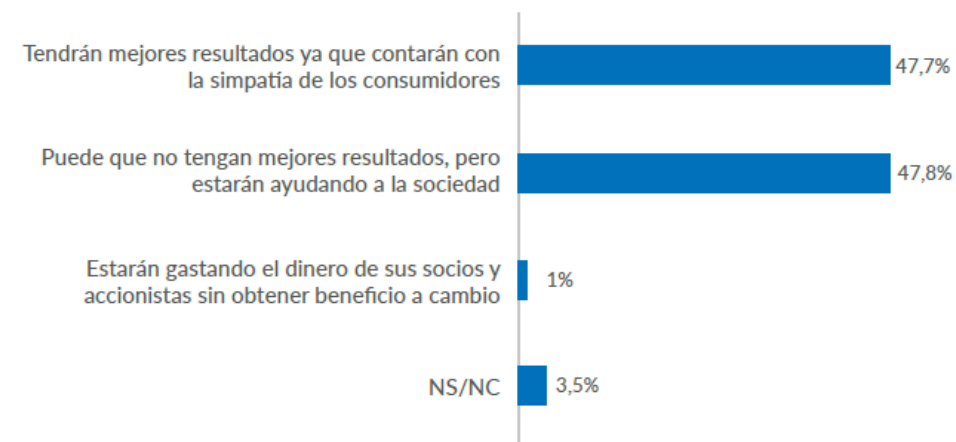
Fuente: Forética



En busca de la RSE auténtica: equilibrada, integrada y estratégica



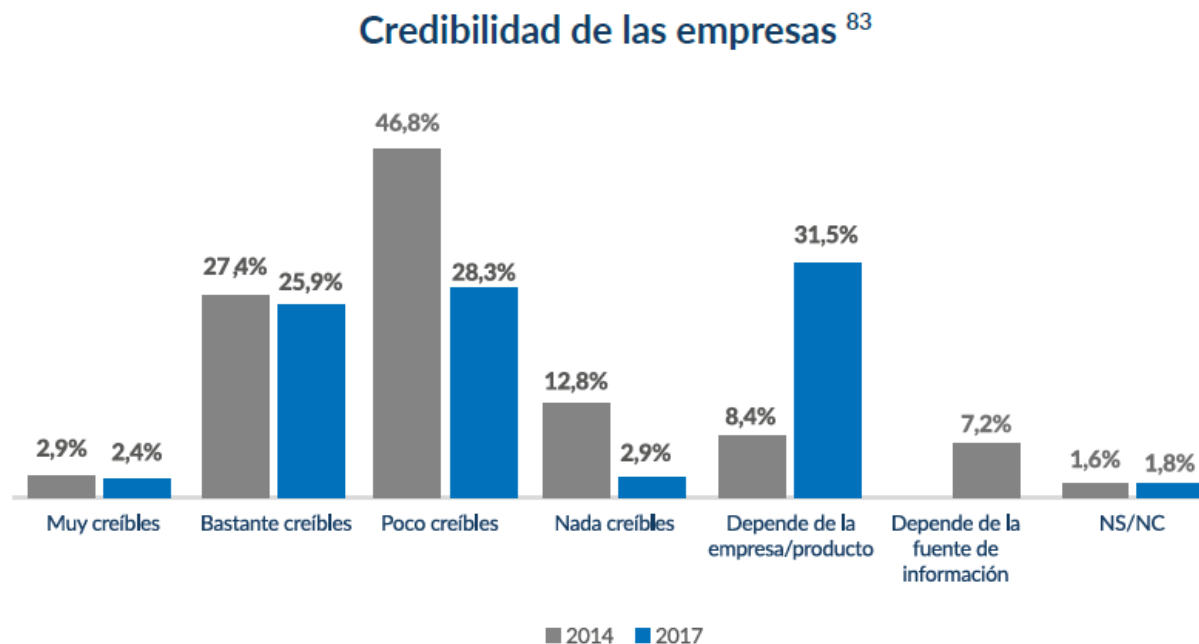
Consecuencias del comportamiento responsable de las empresas⁷⁸



Fuente: Forética



En busca de la RSE auténtica: equilibrada, integrada y estratégica

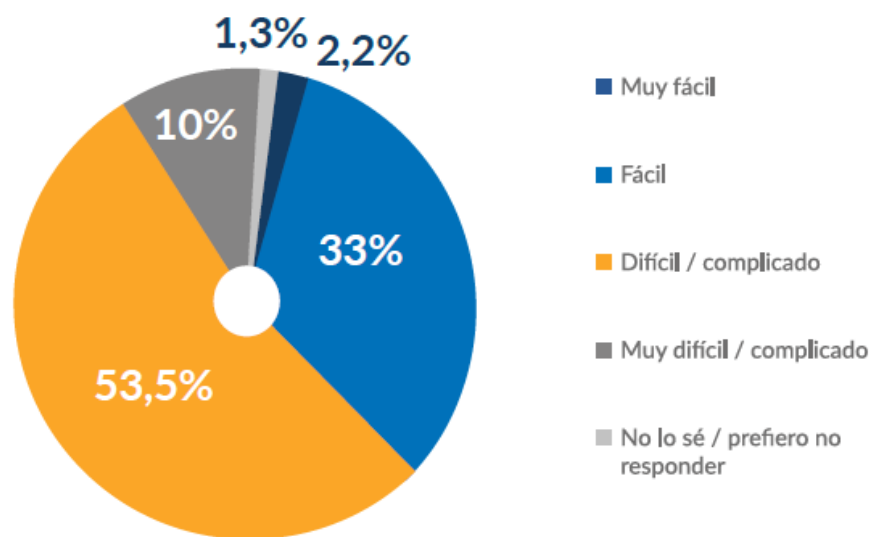


Se **reduce el escepticismo** debido a que el consumidor pone más foco en los **atributos específicos** de cada empresa



En busca de la RSE auténtica: equilibrada, integrada y estratégica

Grado de facilidad para encontrar y entender la información sobre el comportamiento socialmente responsable de las empresas⁸⁷

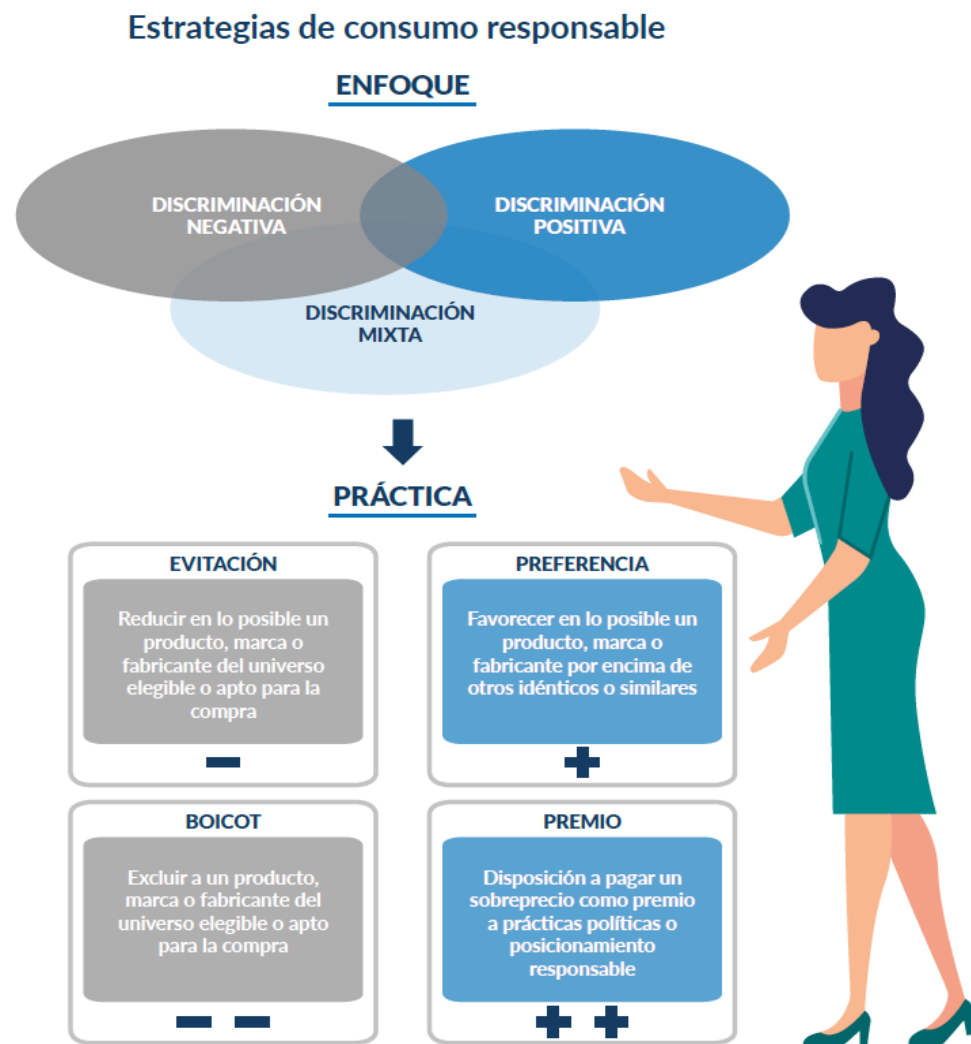


Fuente: Forética



TWITTER: Según el [#InformeForética](#) más de la mitad de los encuestados declara que es muy difícil encontrar y entender la información relativa a [#RSE](#) de las empresas [@foretica](#)

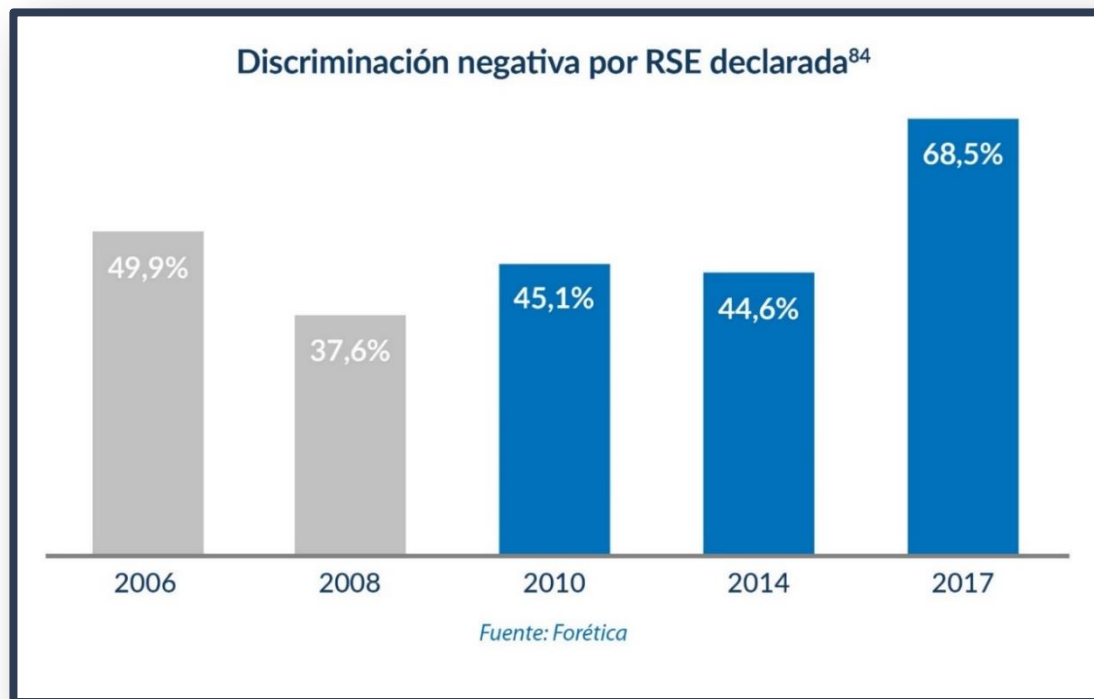
El enfoque importa: de la conciencia a la acción



Fuente: Forética

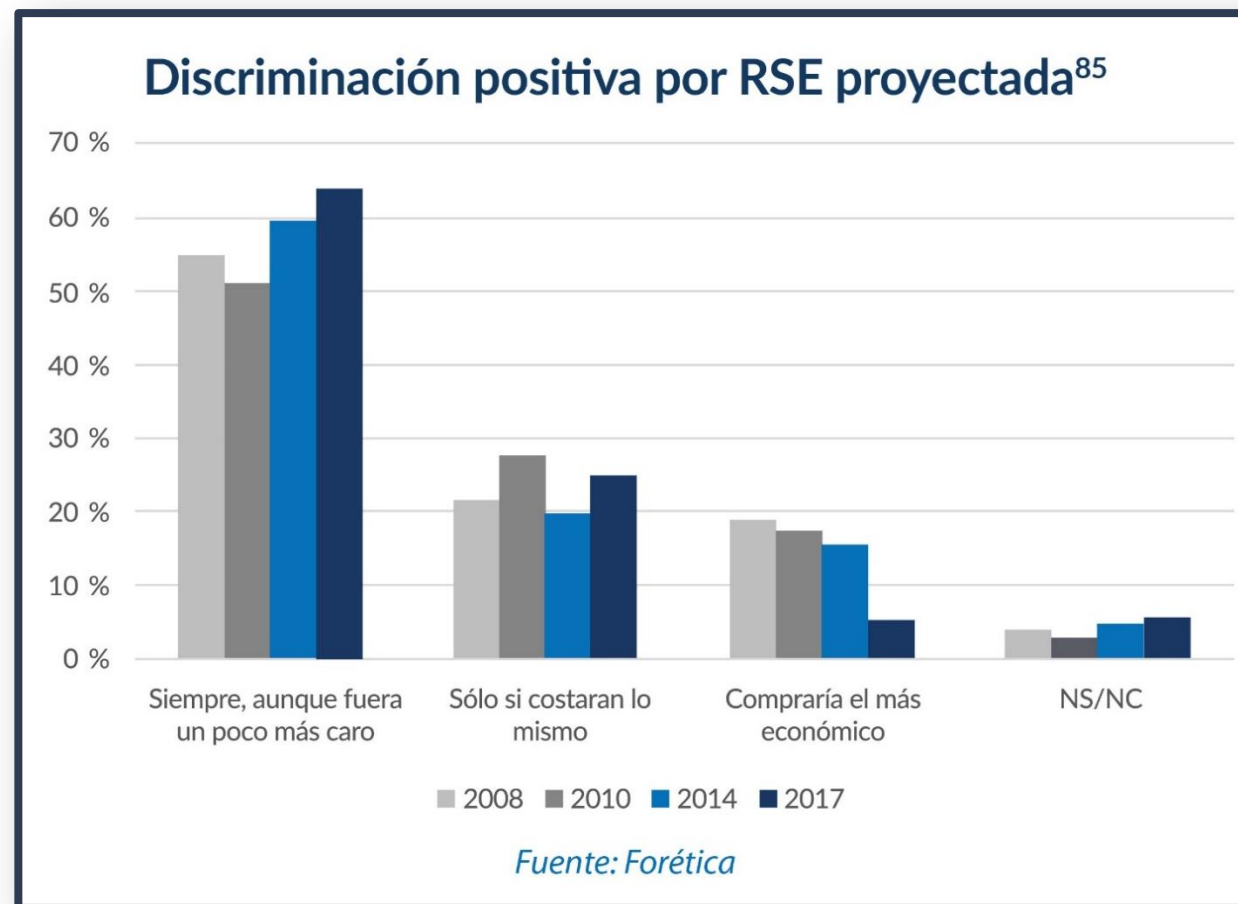
- ❑ La **discriminación negativa** hace referencia al **rechazo** hacia un producto, servicio o marca, o bien a la tendencia a evitarlo en la medida de lo posible
- ❑ La **discriminación positiva** se refiere a la **preferencia**, o incluso el premio, que puede otorgar un consumidor a una marca por su comportamiento responsable

El enfoque importa: de la conciencia a la acción



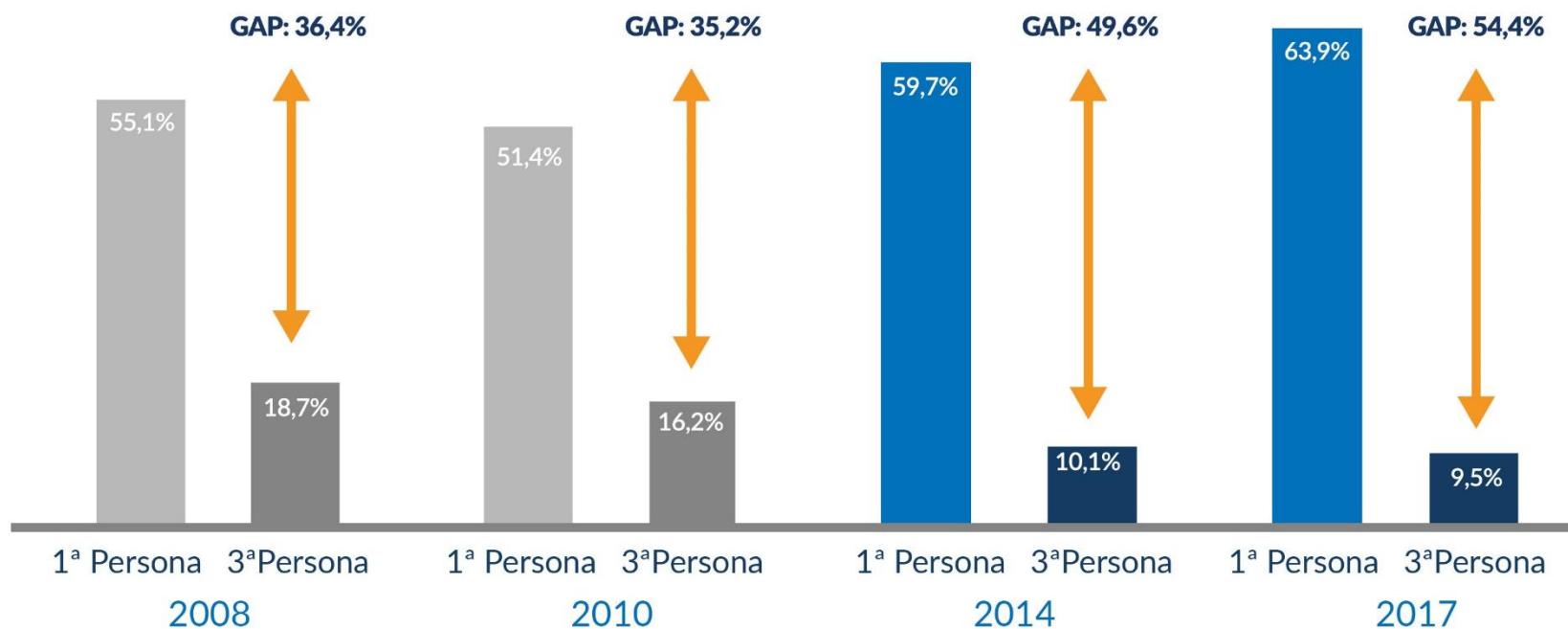
TWITTER: En [#InformeForética](#) "El 68,5% de los [#ciudadanos](#) declara haber dejado de comprar productos o servicios por provenir de empresas que se consideran poco [#éticas](#) [#RSE](#)"

El enfoque importa: de la conciencia a la acción



RSE en el ciudadano: entre el “Yo” y el “Superyo”

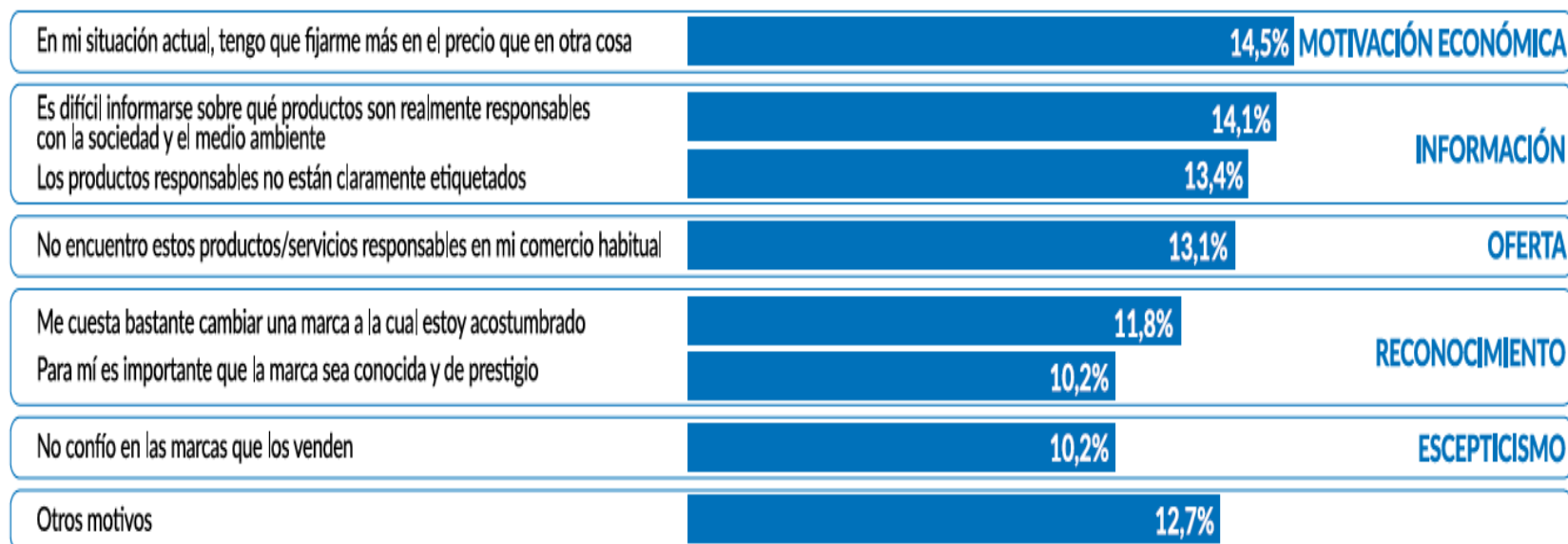
Gap de doble moral. Diferencia entre la compra responsable en primera y en tercera persona⁸⁸



Fuente: Forética

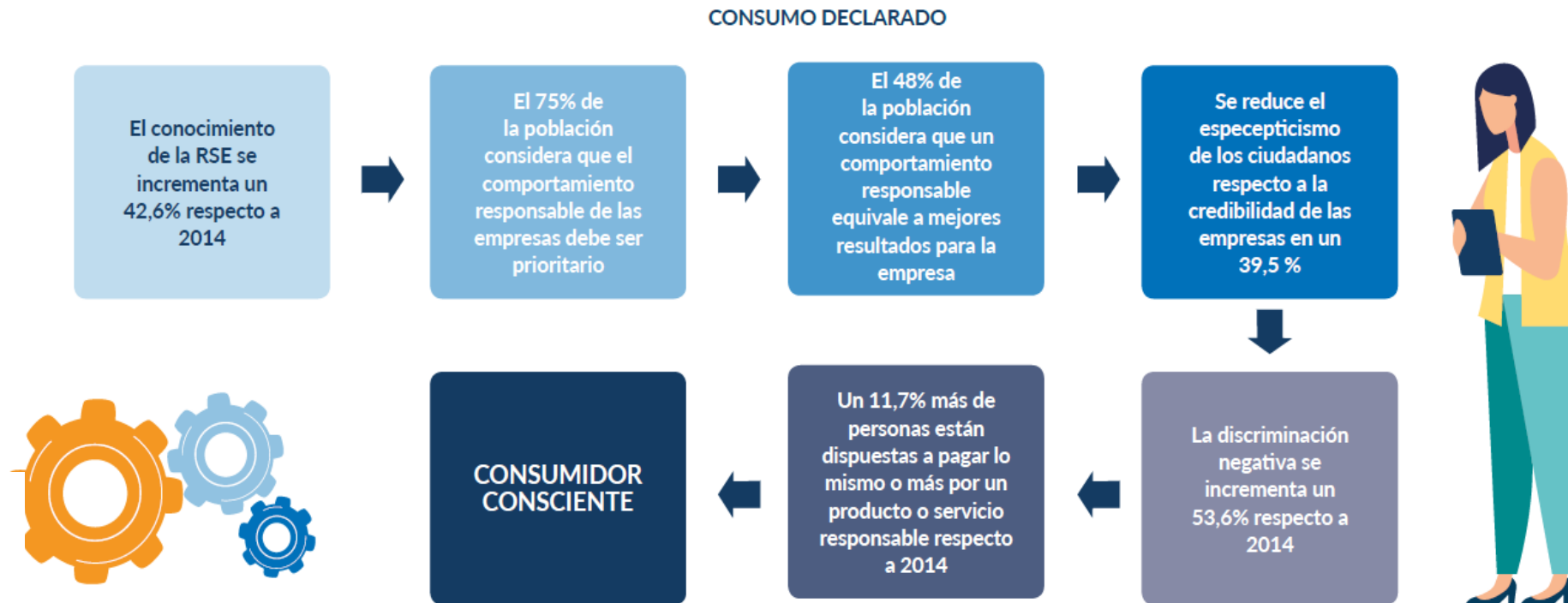
Las barreras y condicionantes que impiden el paso del discurso a la acción

Motivos por los que no suele comprar productos y servicios responsables⁸⁹



El ciudadano consciente. En la línea de salida

Las claves de la evolución hacia el consumidor consciente



Fuente: Forética

INFORME FORÉTICA 2018

sobre el estado de la RSE y la Sostenibilidad en España

La Recompensa del Optimista

