



Diputación Foral de  
Álava

Fundación Laboral  
San Prudencio

# [SITUACION DE LA RSE EN ALAVA]

## Sobre Fundación San Prudencio

La Fundación Laboral San Prudencio es una entidad sin ánimo de lucro que fue creada en Vitoria-Gasteiz hace más de 46 años. En el año 2006, la Fundación incorporó en su objeto social la RSE “El objeto de esta Fundación Laboral es ser vehículo eficaz para impulsar la **Responsabilidad Social Empresarial** en el ámbito socio-laboral de sus empresas, sirviendo como plataforma de encuentro entre trabajadores y empresas, para contribuir así al bienestar de los trabajadores y sus familias y al desarrollo social del entorno, canalizando las actividades y servicios que las empresas, de forma justa, responsable y voluntaria quieran desarrollar para sus trabajadores”.

Diciembre 2015

# 1. Resumen ejecutivo

En este estudio analizamos la situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en nuestro entorno a través de dos encuestas realizadas a empresas y trabajadores alaveses.

A lo largo de estas páginas pasamos revista a todas las iniciativas desarrolladas en materia de RSE a todos los niveles –internacional, nacional y autonómico-, haciendo especial énfasis en lo más próximo, para comprobar que, aunque se han producido importantes avances, la mayoría de ellos han sido más en el plano teórico que en el práctico y en las grandes compañías que en las medianas y pequeñas donde su conocimiento e implantación es aún muy baja.

Para el trabajo hemos analizado la situación de la RSE desde dos perspectivas diferentes, la de la empresa y la de las y los trabajadores, tratando de poner ambas en relación para estudiar de qué modo se pueden incorporar los valores y principios de la RSE a la gestión de las organizaciones generando mayor competitividad y bienestar económico y social en nuestro territorio.

Nos hemos detenido especialmente en la observación de las prioridades de las empresas para concluir que:

- Ponen el foco fundamentalmente en sus trabajadores (7 de cada 10, se fijan esa prioridad), en los clientes (48,2%) y el medio ambiente (42,9%).
- También hemos podido constatar que un importante porcentaje (casi el 43%) de las empresas analizadas no han sistematizado su actuación en este campo, aunque muchas de ellas realizan acciones de RSE con el objetivo principal de contribuir al bienestar social (el 72,7%), por lo que cabe concluir que mejorar su relación con la comunidad es uno de sus objetivos como organización.
- Un porcentaje significativo de las empresas encuestadas (el 35,7%) considera que el esfuerzo de impulsar la implantación de la RSE en las mismas debe recaer en las administraciones públicas, un dato que contrasta con los bajos porcentajes que atribuyen dicho impulso a la propia empresa (1,8%) o a sus trabajadores (7,1%).

- Seis de cada diez empresas está de acuerdo con la afirmación de que en la actual situación de crisis el desarrollo de la RSE en la empresa tiene una prioridad más bien baja, aunque habría que destacar que el resto (casi 4 de cada 10), por el contrario, considera que la responsabilidad social es una filosofía de gestión, ligada a la estrategia de la empresa, que es de aplicación independientemente de la situación económica.

Desde la otra perspectiva, la de las y los trabajadores –hay que señalar que éste es el primer informe que se centra en ese ángulo de la cuestión- el estudio concluye que entre otros puntos:

- Cinco de cada diez encuestados ha oído hablar de la RSE y mayoritariamente (59,8%) relaciona este concepto con una mayor calidad de vida laboral, pero también con la ayuda a las personas desfavorecidas (36,9%), el cuidado del medio ambiente (36,3%) y con la transparencia y buen gobierno (34,6%).
- El 76,8% de las y los trabajadores afirma que una empresa es socialmente responsable cuando cuida de sus trabajadores, seguido de un 51,6% que relaciona el concepto con el apoyo a proyectos sociales y un 39,3% que lo hace la veracidad en la comunicación.
- Para el 90% de los encuestados resulta difícil o muy difícil acceder a información que le permita saber si una empresa es responsable y un 79% cree que como consumidor podría influir para orientar a las empresas hacia una mayor responsabilidad social.
- Un dato sorprendente es que uno de cada dos encuestados afirma que desconoce si la empresa donde trabaja realiza acciones de RSE.

Finalmente, el trabajo incluye un capítulo de recomendaciones en el que, a la vista de las principales conclusiones de las encuestas, se pone de relieve la necesidad de rebatir la idea de que la RSE es “hacer cosas buenas”, para centrar la atención en que se trata de una herramienta para “hacer las cosas bien” y un instrumento de gestión dirigido a apoyar e impulsar la competitividad de las empresas alavesas y relanzar y restaurar la confianza de la sociedad en sus empresas y en su futuro.

## 2. Introducción

Este estudio surge en un momento socioeconómico de salida de una crisis cuyas causas se explican, entre otras, por una falta de responsabilidad individual, de fallos de buen gobierno empresarial, transparencia y ética, de fallos en la supervisión y de casos de corrupción relevantes tanto en número como en intensidad en distintos sectores políticos, económicos y sociales.

Es el momento de restaurar la confianza en bancos, empresas, mercados, reguladores y supervisores; y para ello es esencial actuar con ética y transparencia y qué mejor herramienta a utilizar que la Responsabilidad Social Empresarial. Para maximizar la creación de valor a largo plazo de forma sostenible son más importantes que nunca las áreas propias de la RSE: transparencia, ética, buen gobierno, derechos humanos, desarrollo, innovación, medio ambiente, etc.

Las empresas son uno de los pilares de nuestra sociedad. Más allá de las funciones que le son propias, el mundo empresarial actual ejerce una gran influencia en la evolución de la sociedad, no sólo en el ámbito económico, sino en el devenir de las personas, de las familias y del entorno en el que están implantadas.

En los dos últimos años, se han sucedido tres actos muy relevantes a tener en cuenta de cara a la importancia y consideración futura de la RSE por parte de los estamentos internacionales y estatales que merece la pena destacar:

- Aprobación por parte de La Comisión Europea de la *Directiva sobre divulgación de la información no financiera* que obliga a las 6.000 empresas más grandes de la Unión Europea (con más de 500 trabajadores) a hacer pública información relativa a políticas y herramientas de gestión de riesgos sobre aspectos ambientales, sociales, laborales, de derechos humanos, lucha contra la corrupción y diversidad en los consejos de administración.
- *Nuevo Código de buen gobierno de las sociedades cotizadas*, elaborado con el apoyo y asesoramiento de la Comisión de expertos y aprobado por Acuerdo del Consejo de la CNMV de 18 de febrero de 2015, en la que se recomienda disponer de una política de RSE que deberá ser aprobada por el consejo de administración así como informar sobre los aspectos financieros y no financieros de las compañías.

- *Reforma del código penal* en el que se obliga a disponer de sistemas de control normativo y prevención del delito como forma de exención de la responsabilidad penal de las empresas. El modelo de prevención, muy resumidamente, supone que las empresas deben identificar las actividades donde se puedan cometer los delitos. Igualmente, se obliga a establecer protocolos de formación y disponer de modelos de gestión de los recursos financieros para impedir la comisión de delitos, además del establecimiento de un sistema disciplinario que sancione el incumplimiento de las medidas acordadas.

Quizás estemos en el punto de inflexión que incline la balanza hacia una manera de gestionar en base a la RSE o la desacreditación del término que nos lleve hacia otro posicionamiento respecto al mismo.

La desaceleración económica ha podido hacer disminuir algunos proyectos o retardar el ritmo pero no puede dejar en "stand by" un estilo de gestión que ha empezado a demostrar su potencial de cambio. Por ello, el momento actual es un muy buen momento para empezar a integrar políticas de RSE y apostar por un estilo de gestión acorde a los nuevos tiempos y a la generación de confianza y reputación.

La Responsabilidad Social Empresarial es un atributo estratégico que debe considerarse como un factor de competitividad, por la vía de un desarrollo viable y sostenible. Podemos afirmar, que las prácticas más habituales para aplicar la RSE en el interior de las empresas, en un primer momento, se han focalizado sobre todo en empresas de gran tamaño, por los recursos de los que disponen, la capacidad para influir en el entorno sobre el que operan y el alcance geográfico de su actividad.

Sin embargo, la estructura empresarial, en la CAV y en especial en Álava está conformada por pequeñas y micro empresas. Es por ello, que consideramos que las prácticas desarrolladas por las grandes empresas deben ampliarse a la participación de las pequeñas y medianas empresas, (PYMES), las cuales cumplen un rol clave como generadoras de riqueza y empleo, dado que tienen una importancia clave en el empleo y la provisión de bienes para satisfacer la demanda vinculada a la cadena de valor de la Gran Empresa.

Cuando la Gran Empresa decide incorporar RSE en su gestión, se provoca, en muchos casos, un efecto tractor a lo largo de toda la cadena de proveedores que se verán así impulsados a adoptar prácticas empresariales socialmente responsables, lo que derivará en un futuro no muy lejano en que para las empresas sea cada vez más necesario incorporar la RSE para mantener buenas relaciones con sus clientes empresariales de mayor tamaño, así como también asegurarse que sus propios proveedores incorporen dichas prácticas.

Así, la RSE ha comenzado a percibirse como un elemento clave de la gestión empresarial que puede afectar a los resultados del negocio y por tanto a la competitividad de las empresas, sobre todo de las más grandes pero que en futuro llegará a las medianas y pequeñas.

La propia crisis ha mostrado que es necesaria más y mejor RSE para no volver a caer en los motivos principales que nos han llevado a ella.

Partimos de la base de que el principal propósito de una empresa responsable es perdurar en el tiempo y para ello, ha de crear valor para sí misma y para su entorno.

La RSE no es sino la herramienta para conseguir que las empresas sean sostenibles en el doble sentido de la palabra: capaces de perdurar en el tiempo y de contribuir a la sostenibilidad del entorno donde operan.

### 3. Conclusiones de las encuestas a empresas

Como resultado del análisis de los datos obtenidos en el estudio, podemos destacar las siguientes conclusiones:

- Las empresas han oído hablar de la RSE, pero su comprensión no engloba todo el alcance y la implicación que supone para una organización de cualquier tipo su puesta en práctica. Hay que tener en cuenta que las empresas que han contestado el cuestionario han tenido una predisposición por la temática de RSE, por lo que debemos ser conscientes de que un gran porcentaje desconoce el término en sí mismo así como su manera de aplicarlo.
- Las tipologías de empresas que están actualmente trabajando en RSE son empresas de medio o gran tamaño, del sector industrial o servicios.
- La RSE gira mayoritariamente sobre las grandes empresas cuando las PYMES suponen el 93% de todo nuestro tejido empresarial.
- Las PYMES siguen siendo el gran “debe” de todos los esfuerzos realizados en los últimos años en la sensibilización e implantación de acciones de RSE.
- La mayoría de las empresas se plantean la RSE como buenas prácticas o acciones puntuales pero no con un enfoque estratégico a incorporar en el “cuore” del negocio. La RSE aún no es percibida como una nueva filosofía y modelo de gestión que mejora el posicionamiento y competitividad de la empresa.
- Se sigue identificando la responsabilidad social como acción social o filantropía y esta sólo es una parte más de la gestión global de la RSE.
- Cabe destacar el alto porcentaje de empresas que creen que debe ser la administración pública quien impulse la RSE, seguida de las asociaciones empresariales y los agentes sociales.



- La mayor motivación por la cual las empresas indican que acometen la RSE es la contribución al bienestar social seguido de la protección del medio ambiente y la mejora de la reputación e imagen.
- La mayoría de las empresas manifiestan que la responsabilidad social debería formar parte de la cultura empresarial, más que ser un conjunto de exigencias recogidas por una norma de referencia o un reglamento de obligado cumplimiento.
- Se detecta una clara asociación por parte de las empresas entre RSE y su impacto en la reducción del impacto ambiental producida por las actividades que desarrollan.
- La transparencia y la credibilidad son atributos destacados por parte de las empresas por lo que deben ser impulsados como una palanca de cambio en la empresa tanto en la dimensión interna como externa para que la RSE no sea un mero instrumento de comunicación y marketing y pase a estar en un lugar destacado en las organizaciones.

## 4. Conclusiones de las encuestas a trabajadores y trabajadoras

- Es necesario simplificar el mensaje del concepto de RSE para que las y los trabajadores de las empresas lo entiendan tanto en el rol de la persona trabajadora como de ciudadano en general y puedan exigir su implantación a todo tipo de organizaciones. Para ello, es necesario huir de los tecnicismos y bajar el concepto a la calle creando una ciudadanía que consuma de manera responsable convirtiéndose en un consumidor consciente.
- Los consumidores no entienden el concepto de RSE, ya que es demasiado amplio y complejo. Por eso, se enfocan sólo en algunas de las áreas que componen la RSE y cada uno de ellas y ellos adjudican diferente importancia a cada uno de los temas.
- Va a ser relevante a futuro la inclusión de la RSE en la formación de manera que a medio-largo plazo se incremente la representatividad de grupos de población más sensibles a la RSE (que según Forética se encuentra entre los 45 y 54 años).
- Las empresas deben mejorar sus estrategias de comunicación interna para que no sólo los gestores conozcan los ámbitos en los que se trabaja la RSE sino que todas las personas trabajadoras tengan una nociones básicas y sepan en qué aspectos y en qué medida las empresas en las que trabajan realizan acciones de RSE. Esto, además, redundará en aspectos como el sentido de pertenencia, la implicación y la retención del talento.
- Las y los consumidores serán a medio plazo uno de los mayores acicates para que las empresas incorporen en su gestión estrategias de RSE ya que cada vez éstos estarán mejor formados y serán más exigentes.
- Las acciones de RSE tienen impacto sobre las actitudes de las y los consumidores, incluidas las intenciones de compra, identificación con la empresa, la lealtad y la satisfacción.
- Es necesario que las y los consumidores puedan identificar de manera sencilla cuando una empresa es responsable sin que tengan que acudir a distintivos o información relativa a la empresa como informes de sostenibilidad, certificaciones etc... o a un tercero experto en la materia.

- Parece contradictorio, que el principal grupo de interés de las empresas sean las y los trabajadores pero éstos no sepan en qué consiste la RSE o como poder identificarla como persona trabajadora dentro de su organización. La visibilidad y comunicación de las acciones en el campo de la RSE se encuentra ligado al comportamiento responsable de las organizaciones y al desarrollo de las personas.
- La transparencia y la credibilidad es un activo muy importante por parte de las empresas y un atributo en el que la sociedad en general se fija cada vez más. A las empresas les queda mucho para poder mejorar y conseguir transmitir un mensaje que llegue a la ciudadanía en general y sobre todo a los trabajadores y trabajadoras. La RSE contribuye a promover organizaciones transparentes y esto redundará en un aumento de la credibilidad y de la confianza.
- Los aspectos mayoritariamente ligados al concepto de RSE son el cuidado de los aspectos laborales, la acción social y el medio ambiente.
- Claramente la persona trabajadora asocia que una empresa es socialmente responsable cuando el grupo de interés principal es el propio trabajador en esa faceta o en la de ciudadano si piensa en una empresa que no es la suya. La RSE es preocuparse por el bien del trabajador y de la trabajadora pero no solo dentro de la empresa sino también fuera de la misma, en su familia y por qué no decirlo en la comunidad donde vive y la empresa está implantada.

## 5. Consideraciones

A lo largo de este informe, hemos ido observando la RSE desde dos perspectivas diferentes, la de la empresa y la de las personas trabajadoras, tratando de poner en relación de qué manera incorporar el atributo de la RSE en la gestión de las organizaciones para generar mayor competitividad y bienestar para la economía y la sociedad de nuestro territorio.

### **Conocimiento del término y su alcance**

En primer lugar, se identifica un empresariado conocedor del concepto y su desarrollo. En este grupo, se sitúan las empresa más grandes, aunque cada vez hay más pequeñas, que dado el perfil de sus directivos también son conocedoras de este modelo de gestión empresarial.

En segundo lugar, se encuentra un empresariado conocedor de aspectos parciales de la Responsabilidad Social de las Empresas, que en función de su filosofía personal y empresarial, su actividad económica y el contexto en el que opera, identifica la RSE con filantropía, con aspectos ambientales o aspectos de política de recursos humanos, si bien desconoce el pleno alcance y trascendencia de la RSE.

Por último, se identifica aquel empresariado, todavía muy numeroso, que es desconocedor del concepto y su magnitud aunque, en muchos casos, en su gestión empresarial desarrolla prácticas que cabe situar dentro del marco conceptual de la RSE. Son buenas prácticas puntuales en áreas como el medio ambiente o pequeños apoyos a programas de acción social. Este empresariado se encuentra detrás de pequeñas empresas y microempresas.

Las pymes son las que encuentran mayores dificultades para aplicar medidas de RSE ya sea por el desconocimiento, los costes y la falta de recursos y tiempo para llevarlas a cabo.

Podemos concluir que queda mucho camino por recorrer para que el conocimiento del concepto y el alcance de la RSE sean conocidos por la mayoría de los empresarios de nuestro territorio.

El mayor esfuerzo tanto de fomento, como de sensibilización, como de apoyo, debería recaer en las pymes y micro pymes que son las más numerosas y con menos recursos para abordar este campo.

No obstante, no existe una estrategia única para el inicio y desarrollo de la RSE. Todo depende de la realidad de cada empresa, del momento en el que se encuentra, las razones y motivación para iniciarse, el tamaño de la misma, el sector de actividad y todo ello influye en la estrategia de RSE para que sea coherente con su realidad.

### **Barreras**

Las principales barreras para implantar acciones de RSE son: la falta de retorno a corto plazo, el desconocimiento para la valoración de los intangibles y del retorno de la inversión de la RSE. Estas dos últimas herramientas son necesarias y poco desarrolladas en la actualidad.

### **Motivaciones**

Para las empresas, uno de los grupos de interés más importantes son los y las trabajadoras aunque el principal motivo por el que ponen en marcha acciones de RSE no es fortalecer la atracción y retención del talento sino contribuir al bienestar social, proteger el medio ambiente y mejora la reputación e imagen.

Las empresas que aplican medidas de RSE reconocen que lo hacen porque ello les implica una mejora de la imagen. La imagen de marca y credibilidad de la empresa es uno de los beneficios que muchas empresas ven a la aplicación de la RSE. Sin embargo, no son percibidos con tanta claridad otros beneficios como la minimización de riesgos, la fidelización del cliente o la mejora de la competitividad.

La RSE mejora la reputación e imagen si se incorpora como una estrategia de marketing, pero esta crisis y casos concretos de empresas, nos deben llevar a ser consciente de los múltiples riesgos que conlleva trabajar únicamente la RSE como marketing. Debemos ser conscientes, que únicamente desde esta vertiente y sin que exista una estrategia clara y fundamentada, no suele durar en el tiempo, y es más perjudicial a largo plazo. La integración en la gestión empresarial de criterios y actuaciones socialmente responsables debe ser llevada a cabo de forma transversal en la organización y en todas las áreas estratégicas.

El área ambiental es la más desarrollada por parte de las empresas, ya que se observa una mayor sensibilización tanto por parte de las empresas como de sus trabajadores y trabajadoras en relación al impacto que la actuación empresarial pueda generar y las acciones que se llevan a cabo para minimizarla.

## **Referenciales**

Existen dos líneas de pensamiento: aquellos que consideran que integrar la RSE en la gestión empresarial debe realizarse del mismo modo que se integran otros elementos. Esta integración es un elemento de mejora continua y por ello debe estar sistematizado en la gestión empresarial, por lo que estas iniciativas son consideradas herramientas adecuadas para su desarrollo. En esta línea nos encontramos fundamentalmente a personas y directivos que tienen muy desarrollados sus sistemas de gestión (calidad, medioambiente, modelo EFQM,...)

De otra parte, se sitúa aquel empresariado que considera que la RSE es algo intrínseco a la actividad empresarial que se realiza desde el convencimiento y que es una filosofía de gestión en la que la RSE está en la estrategia de negocio de manera transversal y es una manera de hacer las cosas bien, no hacer cosas buenas, que no necesita un certificado para avalarlo.

En el centro, se situaría aquellos que opinan que las certificaciones no son un fin en sí mismas por lo que se debe hacer un balance de las mismas, ya que sin no aportan nada en la gestión no sirven y no tienen sentido.

## **Impulso**

Las Administraciones públicas también tienen un papel significativo a desempeñar en la responsabilidad social. En este sentido, la Administración, debe desempeñar una doble función: por una parte, continuar fomentando e impulsando el desarrollo de la RSE, especialmente en las PYMES; pero también, la Administración pública debe convertirse en un modelo y referencia a seguir, por lo que debe impregnarse de este modelo de actuación a nivel interno, propiciando que los criterios éticos de transparencia y buen gobierno sean visibles para el resto de la sociedad.

Estas pueden dar ejemplo con servicios de calidad, otorgar incentivos fiscales o mayor valoración en concursos y contratos públicos a empresas en función de sus avances en RSE, o implantar la ética y transparencia a lo largo de toda la educación y formación de las personas, así como en las distintas administraciones y sociedad públicas.

## **El papel fundamental de las y los trabajadores**

Las empresas son lo que son las personas que la integran por lo que es necesario tener en cuenta que una buena manera de comenzar a implantar una política de RSE debe empezar por la persona de manera individual. Se debe formar e informar

a toda la plantilla sobre el alcance de la RSE y tener en cuenta la importancia de la comunicación que debe de ser ascendente y descendente, para implicar a todos los estamentos de la empresa independientemente de su peso o importancia.

Poner en marcha iniciativas que mejoren el desarrollo profesional y medidas de conciliación, son aspectos importantes de motivación e implicación de las personas con el proyecto de la empresa.

En lo referente a la calidad de la comunicación con este grupo de interés, los datos obtenidos muestran la existencia de numerosas oportunidades para ampliar el acceso de los empleados a información ligada al impacto que sobre los mismos y el entorno donde se ubican puede tener la empresa, a partir de una comunicación más amplia de los objetivos estratégicos de la empresa, la política de RSE y la gestión operacional.

Por otro lado, los mejores embajadores de una empresa son sus trabajadores y trabajadoras y éstos juegan un papel esencial en su rol de ciudadanos y consumidores por lo que en la medida que tengan formación e información podrán actuar de manera responsable en su papel de consumidor consciente.

### **Consumidores**

Las consultoras especialistas en consumo señalan que los clientes no solamente tienen en cuenta que la empresa sea conocida por sus valores sociales, sino también por su comportamiento y responsabilidad respecto al cuidado del medio ambiente. Por lo tanto, la confianza será un atributo esencial para las empresas dado que la confianza es lo que fideliza al cliente y lo convierte en un aliado.

### **La sociedad**

La Sociedad influye cada vez más en el devenir de las empresas a través de su toma de decisiones. Por ello, la Sociedad debe ser conocedora y, para ello, dotarse de herramientas que le permitan decidir libremente por sus opciones de consumo y, por lo tanto, elegir con qué empresa quiere colaborar adquiriendo sus productos.

Para finalizar, podemos decir, que antes, la RSE se relacionaba con la filantropía y acción social, posteriormente continuó con el medio ambiente y en estos momentos, de manera incipiente, ya se comienza a relacionar con la creación de valor y la competitividad, pero aún queda mucho camino por recorrer.

Así, la RSE debe convertirse en una estrategia empresarial adecuada. Pero la Responsabilidad Social va más allá de la propia empresa, nos compete a todos y a todas tanto de manera individual como a las distintas organizaciones y gobiernos por lo que el diálogo con todos ellos será lo que permita definir su futuro.



## 6. Principales Recomendaciones

A lo largo de este estudio, hemos podido comprobar todo lo que se ha hecho en materia de RSE, que es mucho, pero también hay que tener en cuenta que la mayoría es de carácter teórico y no práctico.

Este punto del estudio, no pretende ser un análisis ni recopilación de todas las recomendaciones y acciones que desde todas las vertientes habría que poner en marcha. Ello, supondría un nuevo estudio en el que se debería incorporar a los distintos grupos de interés, evaluar todas las acciones, valorar los recursos necesarios para ponerlas en marcha y programarlas.

Es hora, de pasar de la teoría a la acción, de apostar por esta filosofía de gestión como herramienta de mejora de la competitividad y para ello, exponemos aquí las principales recomendaciones a poner en marcha:

- Realizar un Plan Estratégico de RSE en Euskadi que tenga en cuenta todo lo realizado y todos los puntos débiles para potenciar la competitividad en las empresas y mejorar su reputación en el entorno donde operan.
- Es necesario impulsar e incentivar la RSE desde las políticas públicas, desde los discursos, la formación, las escuelas de negocio, desde la compra pública, adjudicaciones, etc.
- Es esencial un apoyo concreto y dimensionado para las PYMES, que les facilite la comprensión e implantación paulatina de medidas destinadas a potenciar la RSE adaptada a su tamaño, sector y organización.
- Se debe realizar un trabajo para que el concepto de RSE sea más sencillo para las personas trabajadoras y el ciudadano en general, y sea la sociedad quien pueda valorar de una manera más sencilla cuando una empresa es socialmente responsable.
- Los medios de comunicación juegan un papel importante en materia de sensibilización y concienciación por lo que es fundamental que el concepto de RSE les parezca atractivo e interesante como para poder ejercer de vehículo de la información hacia los distintos grupos de interés.

- La administración pública debería ejercer de tractor de esta nueva filosofía de gestión siendo ejemplarizante e implantando la RSE en su organización.
- La visualización de buenas prácticas en las distintas áreas de la RSE podría ayudar a las empresas a identificar acciones que no siempre van asociadas a una gran inversión o coste.