



SERES, valor social 2022

X Informe del impacto
social de las empresas

Febrero 2024

Contenido

Introducción	5
Empresas participantes	8
Objetivo y alcance del informe	10
Fundación SERES, modelo de contribución social	12
Contribución de las empresas SERES en 10 años	14
Principales resultados la dimensión social de la sostenibilidad en España	16
Resumen en 10 años del impacto social de las empresas en España	18
La contribución de las empresas SERES a la Agenda 2030	22
Capital persona	30
Capital organizacional	42
Capital relacional	50
Capital económico	54
Capital de comunicación social	58
Alineamiento de las empresas SERES con la normativa vigente	62
Metodología	74



Introducción



Fernando Ruiz
Presidente de la Fundación SERES

Tras una década elaborando este estudio anual, que ha sido pionero en la evaluación del impacto social agregado de las compañías, somos capaces de ver la evolución de la empresa española en el último decenio y qué cambios ha experimentado en materia social. No cabe duda de que se ha transformado y ha fortalecido su compromiso social, y ha sido capaz de hacerlo en momentos complejos como el actual, tras varias crisis, entornos de incertidumbre, conflictos, polarización e incluso una pandemia global, que supuso una emergencia internacional decretada por la OMS.

La irrupción de la COVID-19 en febrero de 2020 creó otra recesión global y en consecuencia la peor crisis económica después de la Gran Depresión en 1929. En ese período llegaron a contabilizarse oficialmente 765 millones de diagnósticos y 6,9 millones de muertes, cifras que se quedan muy cortas, según todas las estimaciones. Desde el inicio de la pandemia ha sido evidente la respuesta decidida por parte de las empresas en lo que se refiere a desafíos sociales. Por otro lado, también han mostrado que es posible abordar los retos sociales, pero hacerlo al mismo tiempo que logran un impacto positivo en la cuenta de resultados.

Este informe, con resultados positivos a lo largo de estos años, muestra una continuidad por parte de las empresas participantes y nos deja también la certeza de que las compañías tienen cada vez más interés en medir el impacto social en sus iniciativas. Las organizaciones pueden contribuir significativamente al desarrollo económico, social o medioambiental, ya sea a través de sus operaciones o de la creación de cadenas de valor. La empresa tiene capacidades para llevar a cabo un reto ambicioso: generar soluciones eficientes, eficaces y escalables al tiempo que sostenibles. Los ejemplos de empresas que ofrecen tanto resultados económicos como sociales demuestran que generar valor social es posible y se vislumbra como una oportunidad para generar resultados económicos, así como un impacto social positivo.

Vivimos en un entorno cambiante e impredecible que pone en valor (más aún de lo que ya lo estaba) la gestión transparente y ética en las organizaciones, combinándolo con la apuesta por el largo plazo en momentos de gran disrupción y velocidad. La sociedad demanda tras la crisis nuevos tipos de liderazgo y habilidades. Las soft skills se han vuelto aún más imprescindibles dentro de la gestión de las compañías: foco en las personas, retención de talento y empatía. Nuevas cualidades para los líderes en medio de un contexto económico y social con nuevos patrones y para los que se habla de un nuevo contrato social.

Conectar lo social con el negocio es una de las dimensiones directivas más exigentes en las compañías. Por otro lado, cuenta con una barrera importante: hacer tangible su retorno, medirlo de manera contrastada y estandarizada con indicadores que puedan equipararlo a la medición económica. La medición es esencial para analizar el impacto real que las empresas realizan en materia social. Si bien es cierto que el ámbito medioambiental cuenta con una gran estandarización en el lenguaje e indicadores, es algo que no sucede en materia social. Seguimos sin disponer de modelos que permitan la comparabilidad en el aspecto social y lo vinculen a la rentabilidad económica.

En la mayor parte de las compañías el 80% del valor de las empresas ya se explica por los intangibles. El diálogo con los grupos de interés permitirá a las empresas percibir de forma directa cómo les afectan los retos sociales y la búsqueda de soluciones a esos desafíos. La confianza se revela como un gran acelerador de los factores ESG dentro de las corporaciones y como un intangible más poderoso y eficaz que la reputación para activar comportamientos positivos hacia la empresa. El compromiso social es un factor decisivo. Sabemos que el papel de la empresa en este sentido ha evolucionado a lo largo del tiempo. Ese compromiso ha llegado para quedarse y no es una opción. La asunción por parte de las empresas del compromiso social en sus estrategias está cada vez más patente en la agenda de los empresarios. Reitero mi agradecimiento a todas las empresas que han participado en este estudio y por supuesto a Deloitte que ha hecho posible este análisis. El compromiso social empresarial y la medición de su impacto son dos elementos irrenunciables para construir la empresa del mañana.



Mª Concepción Iglesias
Socia Líder en Sostenibilidad y Clima de Deloitte España

En el año en el que se cumple el décimo aniversario de la publicación del primer informe sobre el impacto social de las empresas en España, la labor de SERES como divulgador de la contribución social de las principales empresas motores de la economía española parece más relevante que nunca. Deloitte, como socio colaborador de las principales empresas del país, está siendo testigo y partícipe de la transición hacia una economía socialmente justa y responsable. No es un reto sencillo y llevar a cabo avances significativos, implica que las empresas definan su propósito de creación de valor integrando su ambición de impacto

social, estableciendo compromisos tangibles, objetivos claros y medidas de responsabilidad empresarial que tengan en cuenta la comunidad local, los clientes y en general todos los actores de la cadena de valor.

Para avanzar hacia un futuro socialmente más responsable, las empresas juegan un papel fundamental, y el mercado y los reguladores las reconocen, cada vez más, como agentes clave del cambio. Los inversores han ampliado su enfoque buscando más allá de la rentabilidad financiera, la rentabilidad social, provocando así un mayor apetito en el sector privado de iniciativas y acciones beneficiando a la sociedad. Son cada vez más las entidades que incorporan un departamento de sostenibilidad y que consideran los ODS en su estrategia empresarial. Este dato queda evidenciado en esta edición por el incremento del 5% de entidades que integran los objetivos de sostenibilidad en su plan estratégico, con respecto al informe anterior.

En este contexto, se aprecia una clara evolución del marco regulatorio hacia el desarrollo y la ampliación de las exigencias sociales para el sector privado a nivel nacional y europeo. En España, tanto el Real Decreto para garantizar la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y ocupación, como la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, demuestran algunas de las expectativas que existen hacia las empresas en el ámbito social. En Europa, la obligatoriedad de redactar y publicar el EINF se ha ampliado a las empresas de más de más de 250 trabajadores para los datos del FY23; la propuesta de Directiva sobre diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad obligará a las empresas a integrar los riesgos ESG de su cadena de valor en las políticas y procesos, además de comunicar públicamente su sistema de diligencia debida.



Ana Sainz Martin
Directora General de la Fundación SERES

Los datos de longevidad de las empresas que mostraba la revista Fortune 500 en uno de sus reportajes dejaba entrever que los valores del pasado no se mantienen en el futuro cercano. En muchas compañías el 80% del valor de las empresas ya se explica a través de los indicadores no financieros. El diálogo con los grupos de interés permitirá a las empresas percibir de forma directa cómo les afectan los retos sociales y la búsqueda de soluciones a esos desafíos. En definitiva, estamos ante compañías que miran al largo plazo, sostenibles y estimuladoras del cambio.

Con esta premisa hemos impulsado desde Fundación SERES la elaboración de este estudio anual a lo largo de una década. Un documento como éste muestra de qué manera las empresas han evolucionado, pero también apostado por modelos de negocio más comprometidos socialmente y con un claro foco en las personas. Acontecimientos como la pandemia y las tensiones geopolíticas que han desembocado en conflictos en distintos puntos del mundo y el impacto drástico en la pobreza y la desigualdad en todo el mundo no han hecho sino afianzar una empresa que da pasos decididos hacia el compromiso social. Sólo en una sociedad sana pueden fortalecerse y crearse empresas sostenibles y de futuro. SERES es un proyecto común, de un grupo totalmente convencido de que el compromiso social de las empresas hace crecer a la sociedad, y a las compañías. Quiero agradecer a las 150 empresas SERES que han participado en las ediciones de esta década, a aquellos que han querido formar parte de análisis más específicos elaborados a lo largo de estos 10 años, como por ejemplo el que desarrollamos durante la pandemia para examinar el compromiso de las compañías en ese período y su contribución. Indudablemente me gustaría hacer una mención especial a Deloitte que contribuye año a año a que este informe se consolide como un modelo de medición reconocido, riguroso y sólido.

El hecho de trabajar con más indicadores no financieros ha servido para aportar claridad y rigor. No en vano, en los últimos años hemos avanzado mucho en lo que se refiere a reporte no financiero, por muchos motivos que van desde una mayor madurez de las empresas en este sentido, un nuevo modelo generado por un cambio regulatorio y por la demanda creciente de algunos grupos de interés como los inversores que están tomando sus decisiones en base a los criterios ESG.

Lo social, como una de las dimensiones ejecutivas más exigentes, se enfrenta a barreras como la falta de estandarización o la dificultad a asociarlo al campo económico. Todos estos factores seguramente han permitido mayores avances a asuntos medioambientales en detrimento de las implicaciones más sociales, con un calado muy profundo en la sociedad, en la empresa y, en definitiva, en el progreso económico y social. La transformación y la recuperación que todos esperamos debe tener en cuenta los tres factores ESG, pero sobre todo ser capaces de medirlo.

Sabemos que la empresa actúa movida por la responsabilidad, la normativa o la oportunidad, en la medida en la que ponga su foco en su propósito, la gestión de riesgos o un concepto mucho más poderoso: la transformación de la compañía hacia una nueva manera de hacer empresa. En gran medida los factores ESG han sido grandes impulsores de este cambio. Si bien es cierto que la regulación ha fomentado la implantación de los factores ESG como uno de los activos más estratégicos en las compañías, esta tendencia se aceleró a partir de 2014 con la Directiva de Divulgación No Financiera y las regulaciones que se desencadenaron a partir de esta. Se avecinan cambios y novedades en este sentido, entre otros, dos años más de plazo para la adopción de normas de presentación de informes de sostenibilidad para determinados sectores y para determinadas empresas de terceros (CSRD).

Más transparencia, una ética como principio básico y una respuesta más completa por parte de todos los agentes sociales son seguramente la receta para consolidar una nueva manera de hacer empresa y construir un futuro que conecte el progreso económico y social.

Desde hace 15 años Fundación SERES ha buscado apoyar la transformación de las organizaciones hacia un modelo de empresa responsable y sostenible. Nuestro empeño todo este tiempo ha residido en garantizar la visión estratégica de los proyectos y posicionar las actuaciones sociales como iniciativas fundamentales en las organizaciones, capaces de ofrecer valor para la empresa y para la sociedad. Porque no hay futuro sin empresas gestionadas con responsabilidad.

Empresas participantes

La elaboración del informe sobre la contribución social de las empresas ha sido posible gracias a la participación y aportación de información sobre el desempeño y actividad de **66 empresas de la Fundación SERES** en la dimensión social de la sostenibilidad durante el año 2022. Agradecemos la participación de los siguientes miembros:



amadeus

 **ATLANTIC COPPER**
Una compañía del grupo Freeport-McMoRan

ATRESMEDIA 

ATREVIÀ

 **Sabadell**





COSENTINO

 CUATRECASAS

Damm

endesa

esade


EY
Building a better working world

ferrovial



 **Gonvarri Industries**

 **GRUPO INDUKERN**

 **iInsur**
GRUPO

 **santalucía**
SEGUROS

 grupo social
ONCE

Konecta



 **MAPFRE**

 **MERCADONA**
SUPERMERCADOS DE CONFIANZA

 **MUTUAMADRILEÑA**

 **PRISA**

 **quirónsalud**

 **randstad**

redeia

 **REPSOL**
Fundación

URÍA
MENÉNDEZ

Objetivo y alcance del informe

La X edición del Informe del Impacto Social de las empresas, un estudio de Fundación SERES en colaboración con Deloitte, analiza la contribución social de las empresas españolas participantes

Este año se celebra el **décimo aniversario del Informe de Impacto Social de las empresas SERES en España**, que ha querido reflejar a lo largo de estos años la **involucración de las empresas en el ámbito social** dentro del territorio nacional e incluso internacional, mediante la **inversión, la colaboración y el desarrollo de proyectos de impacto social**.

Todas las acciones llevadas a cabo por las compañías contribuyen a la mejor adaptación de la población al evolutivo contexto socioeconómico en el que se encuentran, al mismo tiempo que a la reducción de las desigualdades y la mitigación de la posible vulneración de Derechos Humanos.

En este contexto, el presente informe mide el **progreso realizado por las empresas SERES durante 2022** con respecto a sus acciones e iniciativas en el ámbito social de la sostenibilidad, siempre con la finalidad de tener un impacto positivo y mejorar la vida de sus distintos grupos de interés¹.

De este modo, el informe aborda:

- **La información cuantitativa y cualitativa** sobre la contribución social de las empresas SERES, siguiendo el ya consolidado modelo de contribución basado en el *Global Impact Model*, en el que, a través de cinco capitales definidos en el siguiente apartado, se analizan aspectos relacionados con:

- La consideración a nivel interno de las empresas SERES de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y su contribución al alcance de estos.
- Las principales prácticas de la organización en la dimensión social de la sostenibilidad.
- La tipología de actuaciones y su impacto sobre los distintos grupos de interés: sociedad, empleados, cadena de suministro y clientes.
- La inversión de las empresas en sus actuaciones sociales.
- Las actividades de sensibilización y difusión en materia de impacto social.
- **El alineamiento de las empresas con respecto a los avances legislativos** y los correspondientes requerimientos afectando al ámbito social.

Para la redacción de este informe, se han analizado los datos aportados por 66 empresas SERES mediante un cuestionario sobre la contribución social de las participantes, además de contar con fuentes públicas de información, tal y como se detalla en la sección dedicada a la metodología en el último apartado de este documento. Ni Deloitte ni Fundación SERES han auditado o realizado ningún tipo de procedimiento de aseguramiento o verificación sobre la información contenida en este informe. Todas las fuentes de información se han desglosado en el informe convenientemente.

1. Grupo de interés o *stakeholder* es cualquier individuo u organización que puede ser impactado por las acciones de determinadas empresas. Ejemplos de estos son: clientes, accionistas, proveedores, empleados, inversores, administraciones públicas, tercer sector y la sociedad en general.



Fundación SERES, modelo de contribución social

Fundación SERES, junto con la participación de Deloitte, evalúan desde la primera edición la contribución social de las empresas teniendo en cuenta 5 capitales

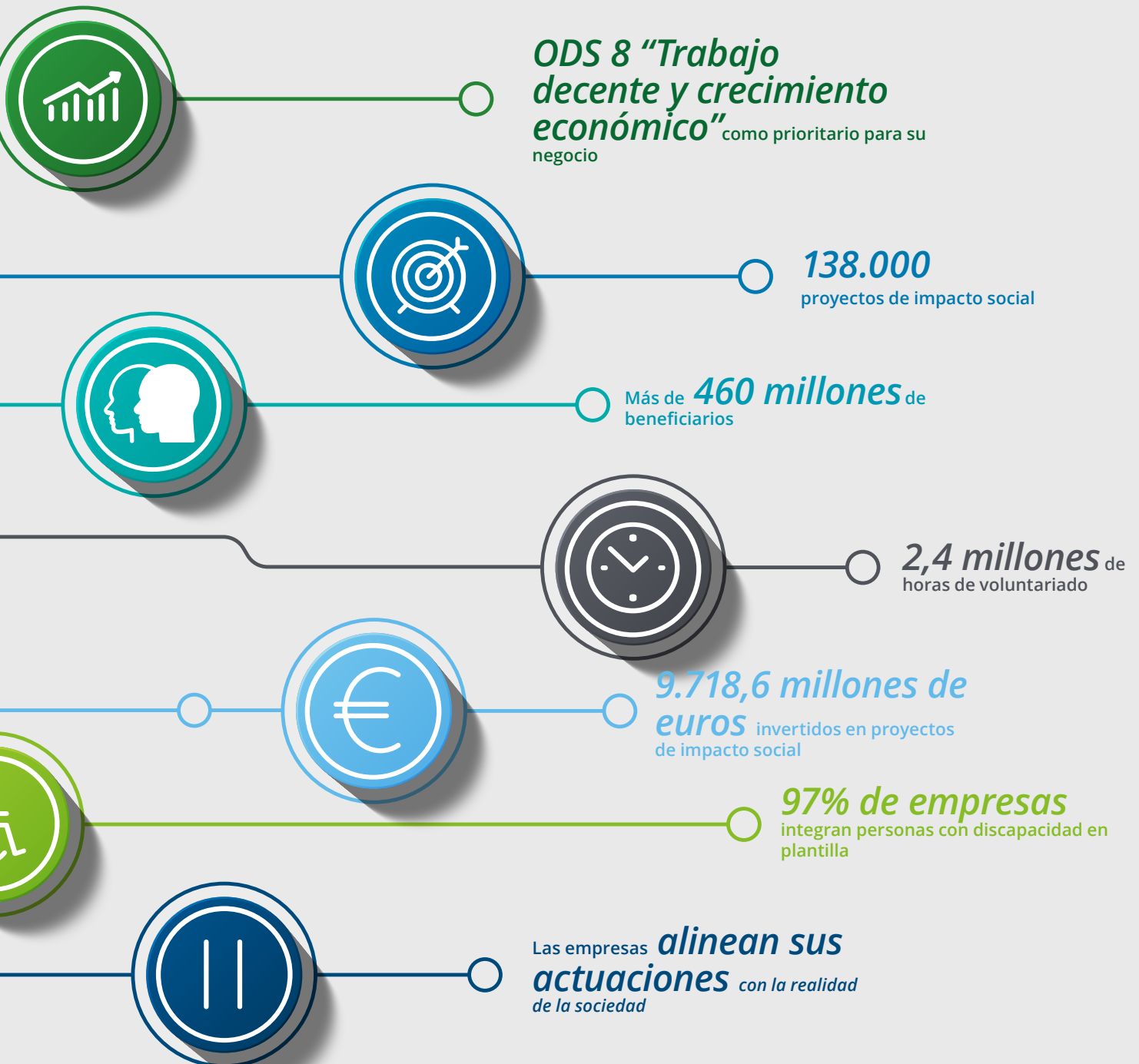
El modelo de contribución social se estructura alrededor de 5 capitales que permiten observar, mediante el análisis de los datos aportados por las empresas, los objetivos y los impactos que estas establecen con respecto al desarrollo de su actividad.





Contribución de las empresas SERES en 10 años





Principales resultados la dimensión social de la sostenibilidad en España



CAPITAL PERSONA

20.462 proyectos han sido desarrollados por las empresas participantes

330 proyectos sociales de media por empresa

El **76% de estos proyectos** se llevaron a cabo en **territorio nacional**

El **79% de las empresas** actúan principalmente **fomentando la educación**

28,9 millones de beneficiarios se han visto impactados por los proyectos sociales realizados

El **90% de las actuaciones** se dirigen a **beneficiarios directos** y 10% a indirectos

El **14% de la plantilla total agregada**, 185.112 empleados, **participaron en proyectos sociales**

El **88% de las empresas** proponen programas de **voluntariado corporativo** a sus empleados

Se han realizado un total de **1.293.379 horas de voluntariado corporativo**



CAPITAL ORGANIZACIONAL

El **100%** de las empresas facilita **medidas para la conciliación de la vida familiar y laboral**

El **97%**, es el porcentaje de empresas participantes que **integra en su plantilla personas con discapacidad**

El **91%** de las empresas encuestadas **disponen de una estrategia de sostenibilidad alineada a su negocio** y un **82% integra los objetivos de sostenibilidad en su plan estratégico**, siendo este último dato **mayor respecto al del año anterior en 5 puntos porcentuales**

El **87%** de empresas participantes **disponen de un área específica** o estructura organizativa **dedicada a la sostenibilidad** donde se trata la dimensión social



20.828 colaboraciones con entidades sociales han sido realizadas por las empresas participantes para llevar a cabo sus proyectos de impacto social, **de media 347 colaboraciones** con entidades sociales por empresa

Por cada euro de inversión propia en proyectos de impacto social se ha logrado captar **un 38% adicional de inversión** de terceros

El 77% de las empresas participantes son **firmantes de convenios de Derechos Humanos (DD.HH.)** y **fomentan la defensa de los Derechos Humanos** a través de sus actuaciones



78% de la inversión fue destinada a proyectos con impacto mayoritariamente en España

1.015,5 millones de euros invertidos por las empresas en **proyectos sociales**

38.586 euros invertidos de media por proyecto

El **31,5% de la inversión** es aportada por el sector de **finanzas y seguros**



El **95% de las empresas SERES** desarrollan acciones vinculadas a la **sensibilización y difusión sobre temáticas del ámbito social** de la sostenibilidad

El **100% de las empresas reportan la información no financiera**, mediante un informe específico de información no financiera o introduciéndola en su informe anual de gestión

El **89% de las empresas elaboran un informe anual de sostenibilidad** en el que reflejan su impacto en los ámbitos ESG

En la **14ª edición de los Premios SERES** destacan:

- 2 proyectos premiados por el acceso a la información y la digitalización
- 2 proyectos premiados por el acceso a la vivienda de las personas en situación de riesgo de exclusión social

Resumen en 10 años del impacto social de las empresas en España

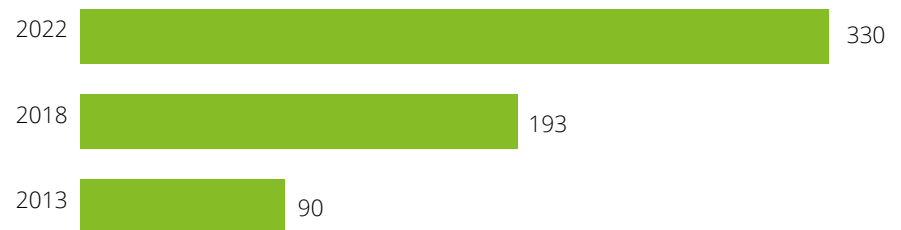
Durante **estos últimos 10 años** se ha podido observar la evolución positiva de la **contribución en el ámbito social de la sostenibilidad** en España por parte de las empresas. En este sentido, desde 2018, las empresas han puesto **énfasis en el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” para su negocio.**

Las empresas SERES han ejecutado alrededor de 138.000 proyectos sociales para impactar positivamente en la sociedad. Su compromiso ha crecido con el tiempo, pasando de 90 proyectos en 2013 a 193 en 2018, y alcanzando los 330 proyectos por empresa en 2022.

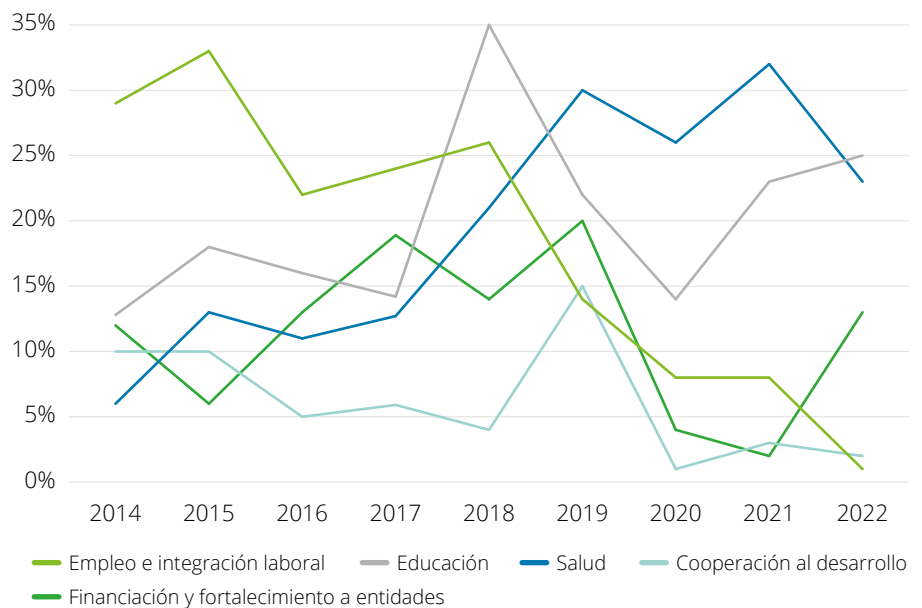
Durante los primeros años, las empresas priorizaban proyectos de impacto en empleo e integración laboral, posiblemente como respuesta a la reciente crisis económica. Este enfoque ha disminuido en las últimas ediciones del informe debido a la emergencia de nuevos desafíos.

El gráfico interanual refleja el alineamiento de la estrategia de contribución social de las empresas con las necesidades y los retos de la sociedad

Número medio de proyectos sociales a lo largo de las 10 ediciones del Informe



Evolución de la tipología de los proyectos sociales



El crecimiento sostenido de las colaboraciones con entidades sociales impulsando la mejora de la sociedad

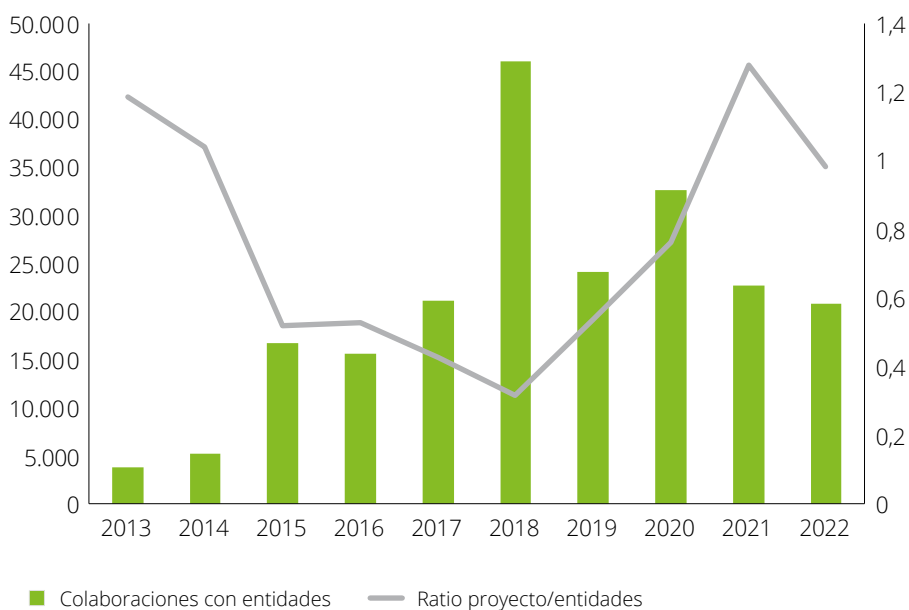
La implicación en el ámbito educativo refleja el compromiso de las compañías con la reducción de las desigualdades y su contribución al ODS 4 "Educación de calidad". Así mismo se observa como el ámbito de la salud alcanza su máxima contribución durante el periodo de la Covid-19.

Las empresas fortalecen sus iniciativas sociales mediante colaboraciones con entidades sociales. El análisis histórico revela que tanto en los primeros como en los últimos años se ejecutaban múltiples proyectos en colaboración. Sin embargo, entre 2017 y 2019, se observa una disminución en el número de proyectos por entidad, planteando la posibilidad de explorar colaboraciones con varias entidades para acometer un mismo proyecto.

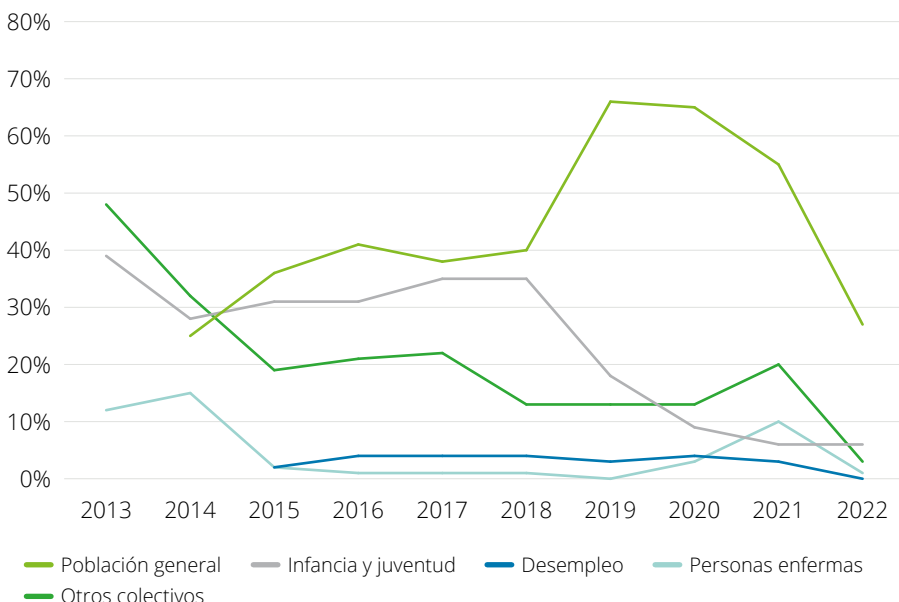
Las empresas SERES han llegado a más de 460 millones de beneficiarios, destacando su contribución a la población general, lo que refleja el compromiso de las empresas con el desarrollo social. En cuanto a la infancia y juventud, la proporción de beneficiarios se mantuvo alrededor del 40% en los primeros años, pero empezó a reducirse en 2018.

Asimismo, para abordar la dificultad en la categorización de beneficiarios, se introdujo la designación "otro" para incluir a aquellos no clasificados específicamente. Se observa una mejora en la clasificación de este grupo, representando el 3% en 2022 según el gráfico.

Evolución de las colaboraciones con entidades sociales



Evolución de la tipología de los beneficiarios

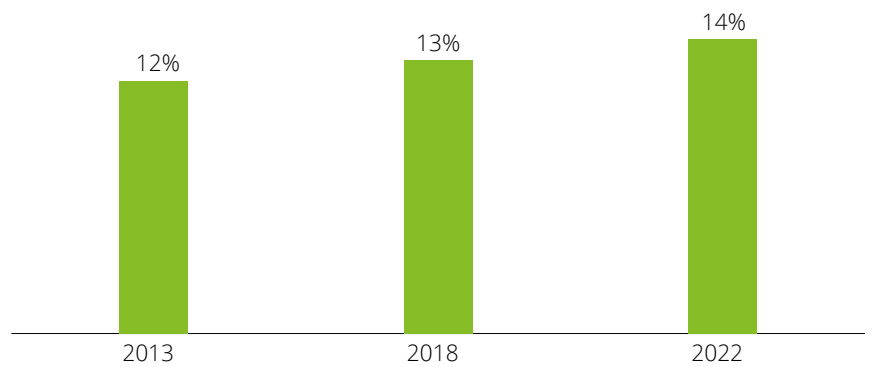


Se muestra durante estas 10 ediciones el compromiso de los empleados con las problemáticas de la sociedad, viéndose reflejado un incremento estable del porcentaje de empleados involucrados en proyectos sociales, pasando de 12% en 2013 al 14% en 2022 de la plantilla total agregada.

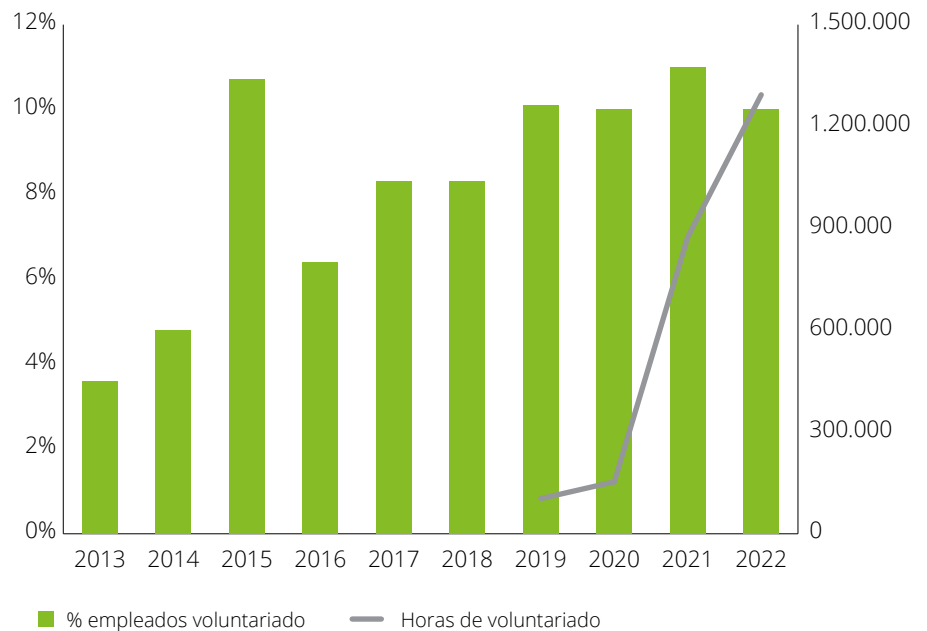
Este compromiso se materializa alcanzando 2,4 millones de horas de voluntariado desde que se comenzó a contabilizar en 2019. Según el gráfico interanual, la participación de los empleados ha ido en aumento, llegando al 10% de la plantilla y convirtiéndose en un referente para las estrategias de voluntariado empresarial.

La evolución de las prácticas empresariales también se ha visto reflejada en los datos reportados. De hecho, el gráfico refleja como desde 2015 ha aumentado el porcentaje de empresas integrando personas con discapacidad en su plantilla de 15 puntos porcentuales, además del número de empresas adquiriendo bienes y servicios a Centros Especiales de Empleo, habiendo incrementado el dato respectivamente de 9 puntos porcentuales.

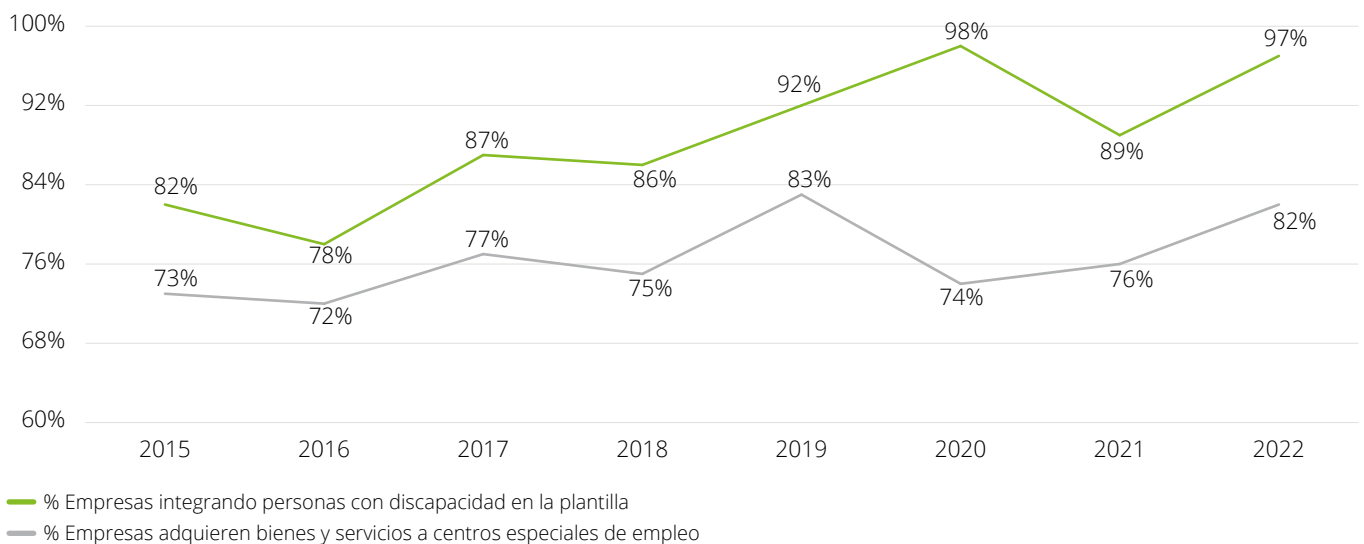
Porcentaje de empleados involucrados en proyectos sociales 2013-2022



Evolución de las horas de voluntariado y del % de la plantilla voluntaria



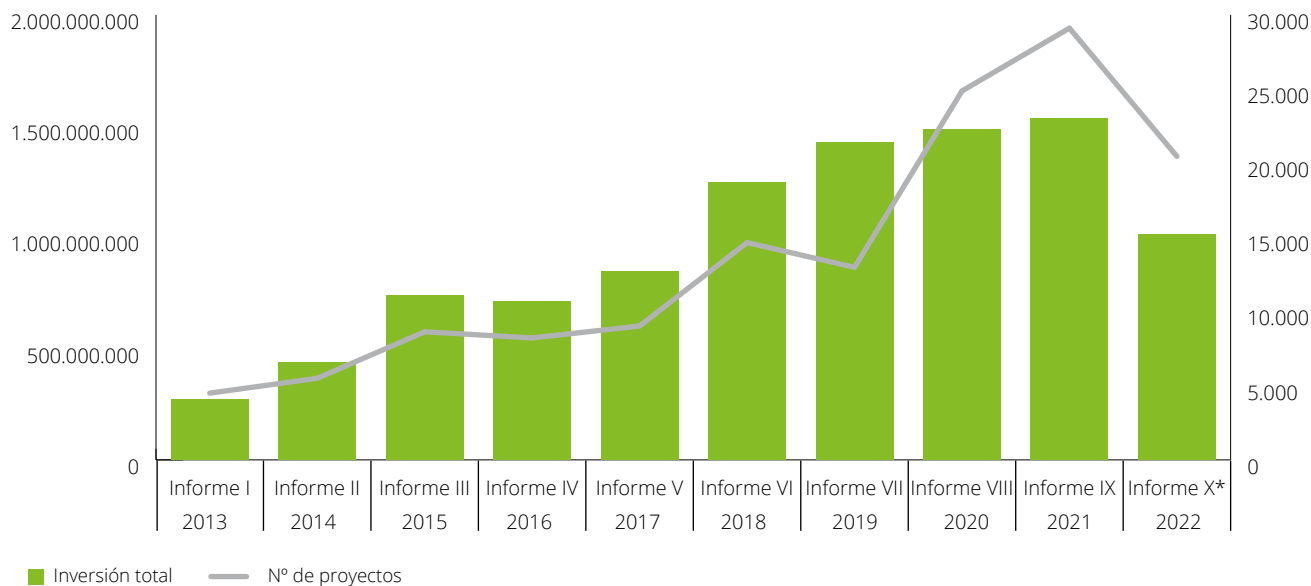
Evolución de la integración de las personas con discapacidad en las empresas



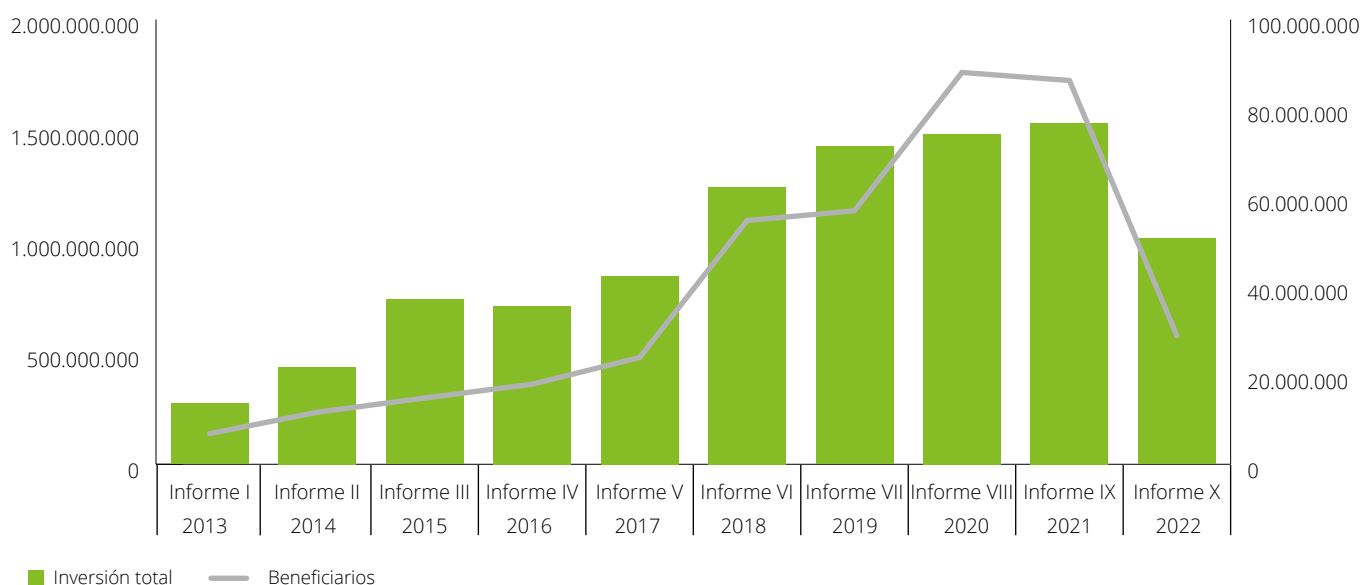
El impacto social realizado por las empresas participantes durante los 10 años de informe ha sido posible por la **contribución monetaria de 9.718,6 millones de euros** que han efectuado.

Se puede concluir que durante estos años, se ha observado un **incremento tanto de la inversión como de los proyectos y respectivos beneficiarios**, alineando así sus acciones a las necesidades de la sociedad.

Evolución de la inversión y de los proyectos



Evolución de la inversión y de los beneficiarios



* La información del ejercicio 2022 no es totalmente comparable a la información del ejercicio 2021 puesto que incorpora la participación de 13 empresas menos, principalmente consecuencia del reporting de alguna de ellas con el reporting de CSRD.

La contribución de las empresas SERES a la Agenda 2030



Alineamiento de la estrategia de sostenibilidad con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

El **95%** de las empresas participantes **contemplan los ODS en el desarrollo de su estrategia** o a la hora de realizar su actividad. Más concretamente, el **64%** de las empresas participantes **consideran los ODS para el desarrollo de su estrategia de sostenibilidad** y el **31%** de ellas **identifican a los ODS como los ejes clave** sobre los que estructuran su contribución.

Al evaluar la relevancia de los ODS desde el ángulo sectorial, se observa que el **100%** de las empresas de telecomunicaciones y medios y del sector Otro² consideran los ODS como una pauta para el desarrollo de su estrategia de sostenibilidad. Asimismo, el **67%** de las empresas del sector de alimentación y bebidas identifica a los ODS como ejes clave sobre los que articula su contribución y únicamente en los sectores de finanzas y seguros, servicios profesionales y tecnología se encuentra un **porcentaje inferior al 33%** de empresas que no contemplan los ODS ni en su estrategia ni en su contribución. De este modo, las empresas del resto de sectores consideran los ODS de igual manera tanto como pauta para el desarrollo de su estrategia de sostenibilidad como ejes clave sobre los que articula su contribución.

Los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** son un conjunto de **17 objetivos y 169 metas globales**, que fueron **aprobados en 2015 por más de 193 líderes mundiales** miembros de la **Organización de las Naciones Unidas (ONU)**. Estos objetivos forman parte de la **Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible** y tienen como meta **abordar los desafíos de carácter social, económico y medioambiental a los que se enfrenta la sociedad**.

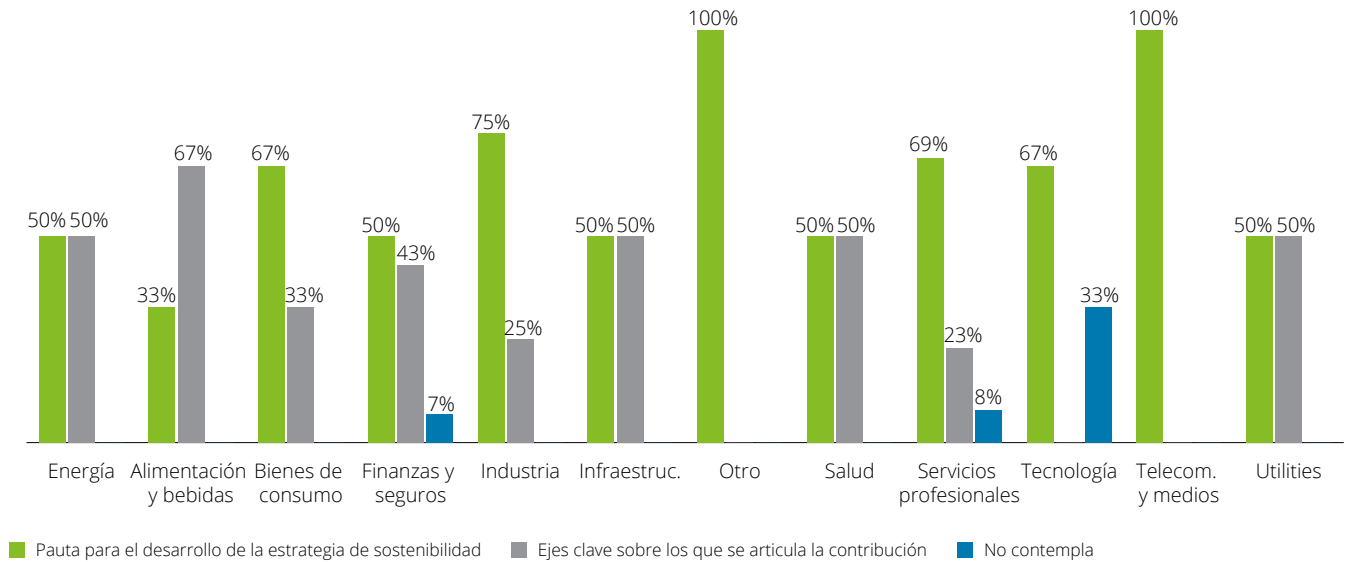
Los ODS abarcan diferentes temáticas, como la **erradicación de la pobreza, la garantía de una educación de calidad, la promoción de la igualdad de género, la acción contra el cambio climático y la promoción de la justicia y la paz**, entre otros. Con la consecución de los objetivos, se quiere proporcionar un marco global que oriente los **esfuerzos de los países hacia un desarrollo sostenible** y respetuoso en tres dimensiones: **Social, Ambiental y de Gobernanza (económica)**.

La Fundación SERES y Deloitte tienen como propósito examinar y mostrar cómo las distintas **empresas participantes contribuyen a los ODS a través de las acciones que desarrollan** y los proyectos sociales que llevan a cabo.

El 64% de las empresas encuestadas consideran los Objetivos de Desarrollo Sostenible para el desarrollo de su estrategia de sostenibilidad

2. El sector Otro hace referencia a empresas de varios sectores que no contaban con suficientes empresas para crear su propio sector. Está compuesto por fundaciones, empresas de transporte, servicios de mensajería, etc.

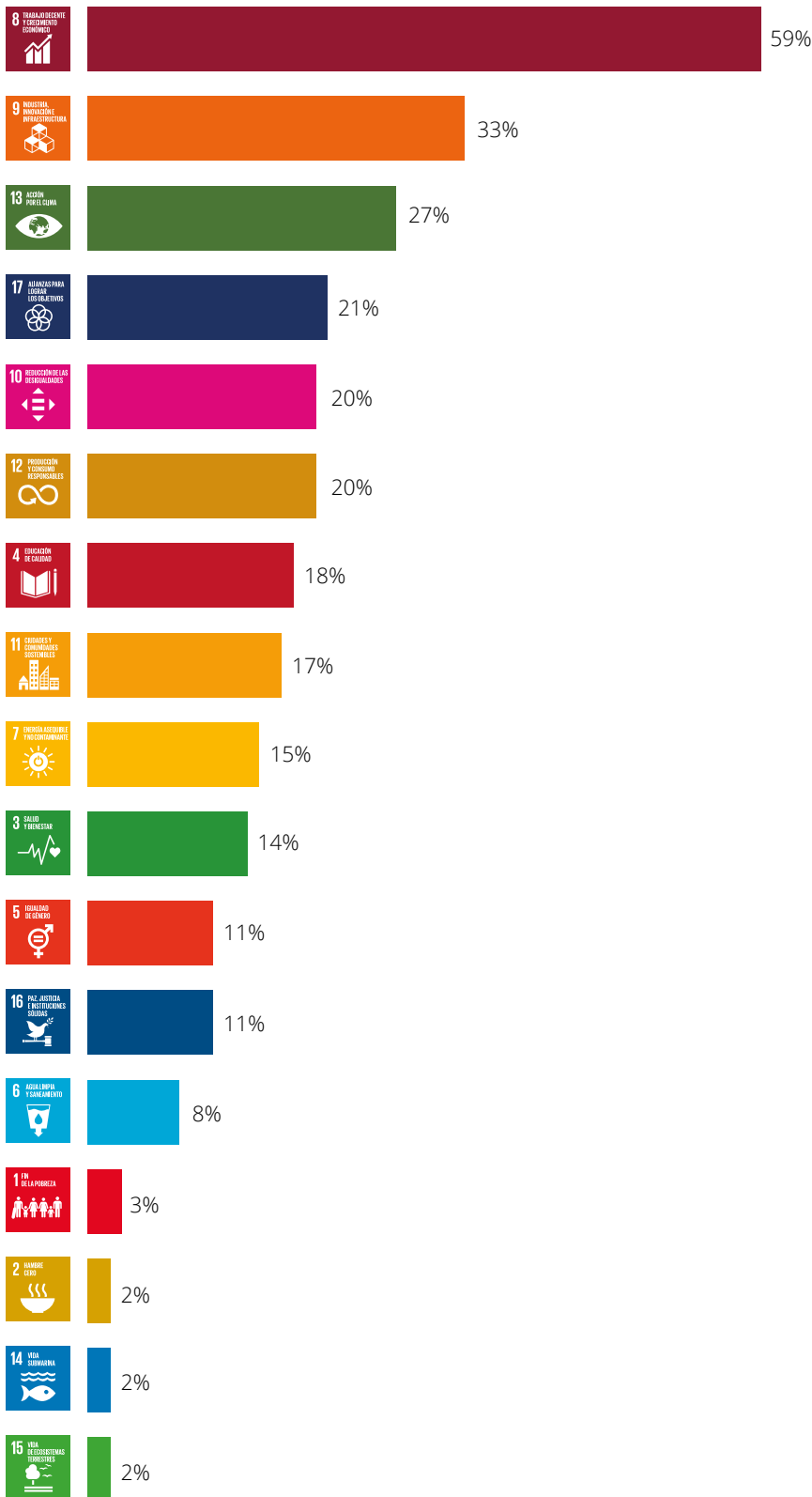
Consideración de los ODS desde un punto de vista sectorial



Desde 2018 se analiza la consideración de los ODS por las empresas participantes y en cada edición, el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” es el que tienen en cuenta más empresas en su negocio, contribución y actuaciones. Asimismo, el análisis de este año refleja que el **59% de las empresas** estiman que el **ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” es el de mayor prioridad para su negocio**, seguido del **ODS 9 “Industria, innovación e infraestructura” con un 33%**, el **ODS 13 “Acción por el clima” con el 27% de las empresas**, y el **ODS 17 “Alianza para lograr los objetivos” que cuenta con el 21%** de participación por parte de las empresas.

El ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”, es el más considerado por las empresas desde 2018

Distribución de las empresas por prioridad del ODS en su negocio



Con respecto a los ODS prioritarios en los que cada sector focaliza su negocio, se observa que:

- El 100% de las empresas del **sector de alimentación y bebidas** participantes en el estudio consideran el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” y el ODS 12 “Producción y consumo responsables” como prioritarios para su negocio, y el 67% de ellas también considera el ODS 13 “Acción por el clima” de gran importancia.
- Respecto al **sector de bienes de consumo**, el 67% de las empresas miembro también identifican el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”, el ODS 12 “Producción y consumo responsables” y el ODS 13 “Acción por el clima”, como prioritarios para su actividad.
- Todas las empresas encuestadas del **sector energético** estiman importantes para el desarrollo de su negocio el ODS 7 “Energía asequible y no contaminante” y el ODS 13 “Acción por el clima”, y a su vez el ODS 9 “Industria, innovación e infraestructura” es considerado a partes iguales por más de la mitad de ellas como prioritario.
- En el **sector de finanzas y seguros** casi el 90% de las empresas han elegido el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” y más del 33% de estas han coincidido en que también es imprescindible tener en cuenta el ODS 10 “Reducción de las desigualdades” y el ODS 13 “Acción por el clima”.
- Con relación al **sector de la industria**, el 100% de las participantes coinciden con que el ODS 9 “Industria, innovación e infraestructura” es el más importante para el progreso de su negocio.
- El **sector de infraestructuras** reparte el foco en el ODS 7 “Energía asequible y no contaminante”, el ODS 9 “Industria, innovación e infraestructuras” y el ODS 11 “Ciudades y comunidades sostenibles” para la estrategia de su negocio.

- El 80% de las empresas del **sector de la salud** consideran el ODS 3 “Salud y bienestar” como prioritario para su actividad, seguido del ODS 13 “Acción por el clima” con un 60% y del ODS 9 “Industria, innovación e infraestructuras” con un 40%.
- Más del 83% de las empresas de **servicios profesionales** estiman que el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” es prioritario para su negocio y cerca del 42% los ODS 4 “Educación de calidad” y ODS 16 “Paz, justicia e instituciones sólidas” como relevante.
- Para el 67% de las empresas del **sector de la tecnología**, el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” es el de mayor prioridad, además de contar con el ODS 9 “Industria, innovación e infraestructuras” con un 40%.

e infraestructura”. Se posiciona también como único sector en el que las empresas consideran el ODS 17 “Alianzas para lograr los objetivos” como prioritario.

- Dentro del **sector de las telecomunicaciones y medios**, el 50% de las empresas están de acuerdo en que el ODS 4 “Educación de calidad”, el ODS 9 “Industria, innovación e infraestructura” y el ODS 10 “Reducción de las desigualdades” son los más prioritarios para su negocio.
- El único sector para el que el ODS 1 “Fin de la pobreza” y el ODS 6 “Agua limpia y saneamiento” son de mayor prioridad en un 50% es el **sector de utilities**. Además, el 100% de las empresas de este sector destaca para el desarrollo de su actividad el ODS 11 “Ciudades y comunidades sostenibles”.

ODS seleccionados por las empresas participantes de cada sector como uno de los 3 ODS prioritarios sobre los que focalizan su negocio

Alimentación y bebidas			
Bienes de consumo			
Energía			
Finanzas y seguros			
Industria			
Infraestructuras			
Salud			
Servicios profesionales			
Tecnología			
Telecomunicaciones y medios			
Utilities			

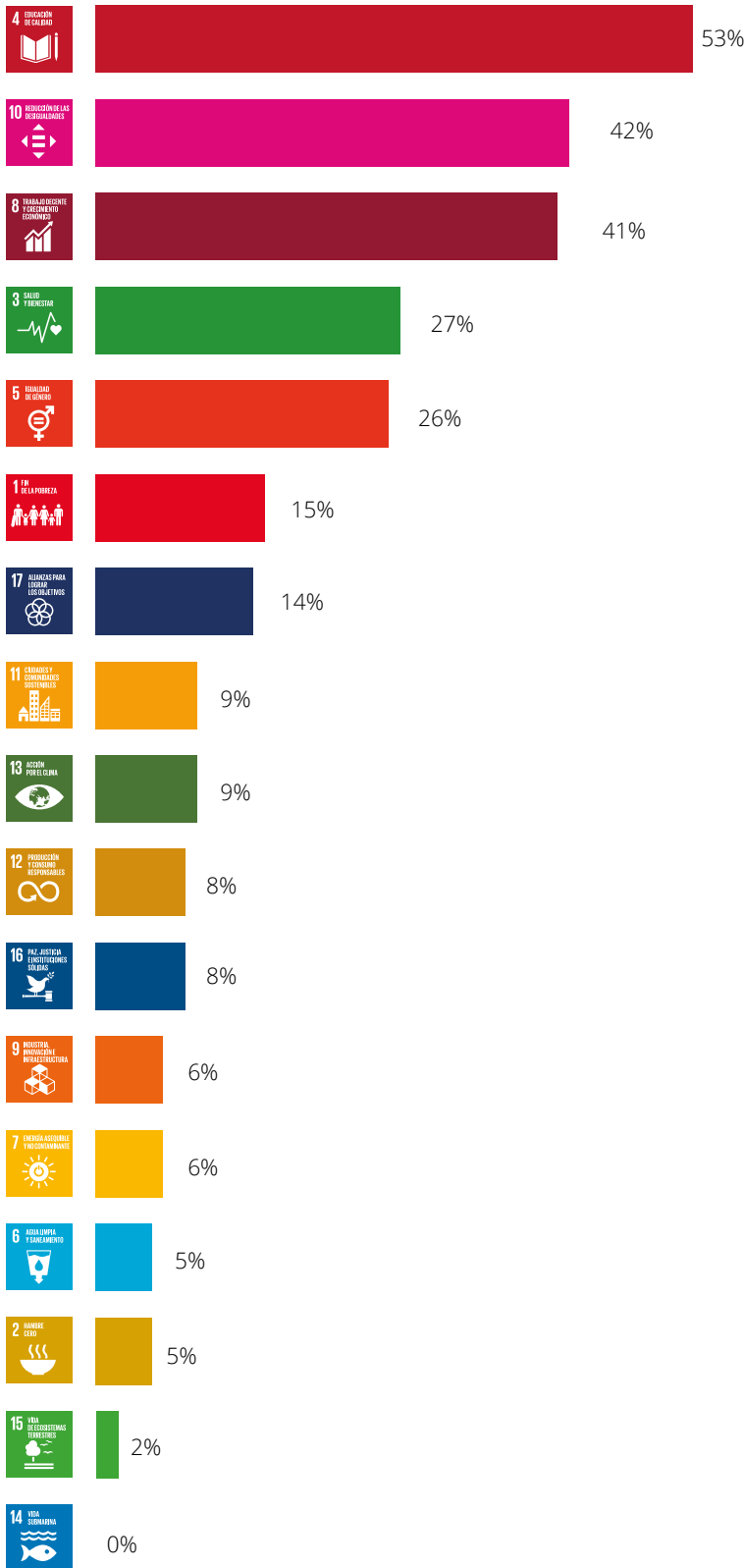
Alineamiento de la Acción Social con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Cada uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por las Naciones Unidas ofrece una guía para que las empresas aborden los desafíos globales que se les presentan, en los que se incluyen los desafíos de carácter social. Por esta razón, la alineación de las acciones sociales de las empresas con los ODS implica una integración coherente de las prácticas sostenibles en la operativa empresarial.

De igual manera, los ODS constituyen una herramienta clave para clasificar y estructurar los objetivos de acciones sociales a los que quieren contribuir con sus acciones:

- ODS 4: El **53% de las empresas** participantes priorizan su trabajo de acción social en el fomento de la **educación de calidad**.
- ODS 10 y ODS 8: El **42% de las compañías** promueven la **reducción de las desigualdades** y el **41%** promocionan acciones para suscitar el **trabajo decente y crecimiento económico** gracias a los proyectos que desarrollan.
- ODS 3 y ODS 5: El **27% de las empresas** proponen acciones sociales para mejorar la **salud y bienestar** de la sociedad, al mismo tiempo que el **26%** fomentan a través de sus acciones la **igualdad de género**.

Distribución de las empresas según los ODS a los que contribuyen con sus acciones sociales



Tras analizar los ODS prioritarios en los que cada sector focaliza su plan de acción social se concluye lo siguiente:

- En el **sector de alimentación y bebidas**, el 67% de las empresas focalizan su plan de acción social en contribuir al ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” y al ODS 10 “Reducción de las desigualdades”. Además, contribuyendo con el mismo porcentaje de empresas que priorizan estos objetivos, destaca que es el único sector de los analizados en este informe que tiene en cuenta el ODS 2 “Hambre cero” a la hora de elaborar su plan de acción social.
- Respecto al sector de **bienes de consumo**, el 67% de las empresas que han participado se centran en contribuir al ODS 1 “Fin de la pobreza”, ODS 3 “Salud y bienestar” y al ODS 10 “Reducción de las desigualdades” en su plan de acción social.
- Asimismo, en el **sector de servicios profesionales**, más de la mitad de las empresas orientan su plan de acción social a la contribución al ODS 4 “Educación de calidad”. También se tiene en cuenta en un 69% el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” y en un porcentaje menor, 31%, pero siendo el único sector que lo tiene en cuenta para las acciones sociales de las empresas que forman parte de este, está el ODS 16 “Paz, justicia e instituciones sólidas”.
- Del **sector energético** destaca que el 67% de las empresas están enfocando el trabajo que realizan en su plan de acción social en contribuir al ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”. Las empresas energéticas participantes son las únicas respecto a los negocios de todos los sectores, que focalizan sus esfuerzos en elaborar acciones sociales centradas en los ODS 7 “Energía asequible y no contaminante” y ODS 11 “Ciudades y comunidades sostenibles”.

El 53% de las empresas se enfocan en el ODS 4 “Educación de calidad” a la hora de definir los objetivos de su plan de acción social

- En referencia al **sector financiero y seguros**, más del 53% de las empresas coinciden en enfocar su plan de acción social en el ODS 10 “Reducción de las desigualdades”, mientras que el 47% se centran en los ODS 4 “Educación de calidad” y el 40% de las empresas se focalizan en el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”.
- En el **sector industrial** las empresas focalizan su contribución a partes iguales en los ODS 3 “Salud y bienestar”, ODS 4 “Educación de calidad” y ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”.
- El 57% de las empresas del **sector de infraestructuras** están

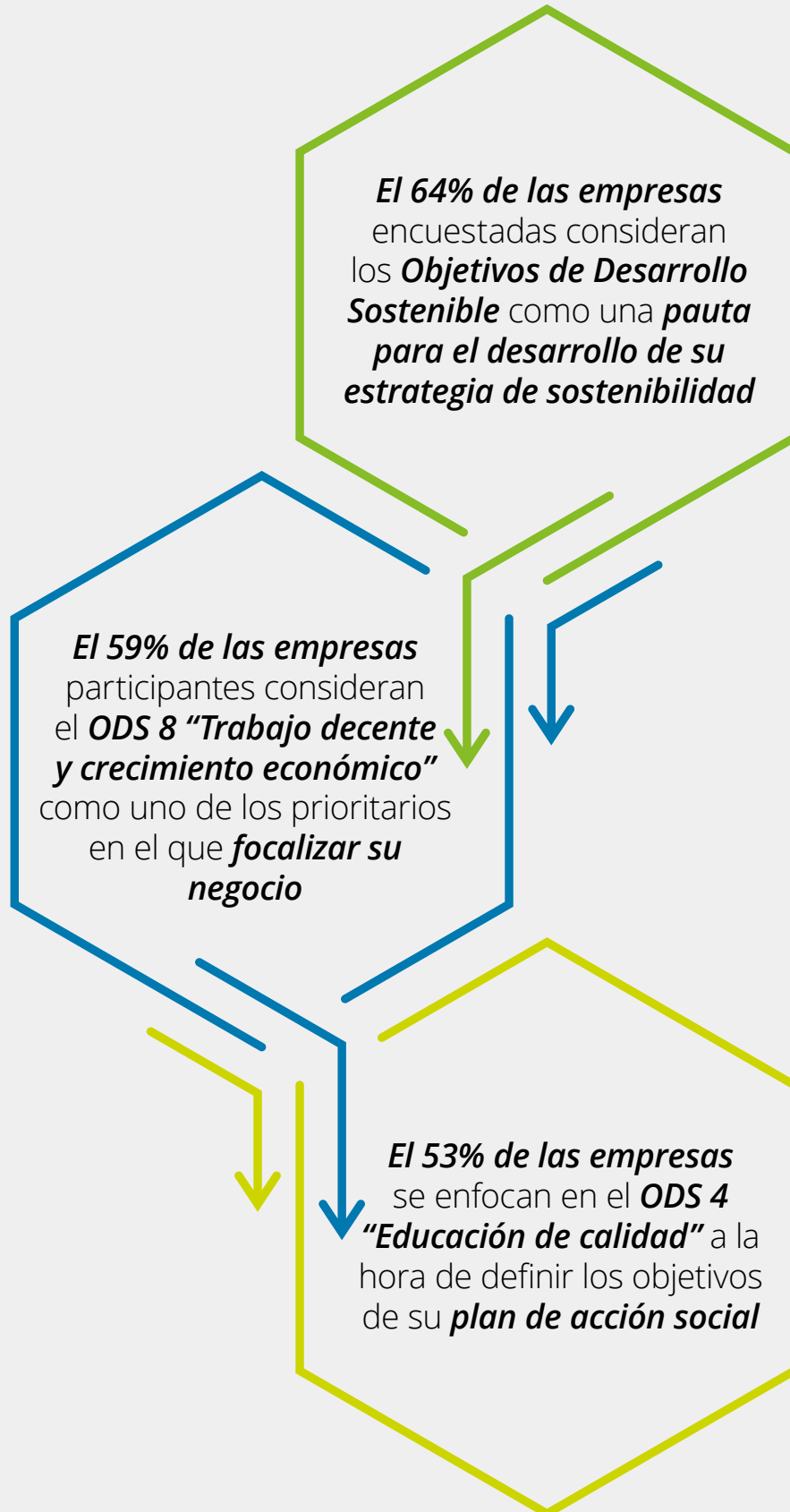
centrando su trabajo de acción social en alcanzar el ODS 4 “Educación de calidad”, seguido por el ODS 3 “Salud y bienestar” con el 43% de las empresas, y el ODS 10 “Reducción de las desigualdades” con el 30% de las empresas.

- Las prioridades dentro del **sector de la salud** muestran que el 60% de las empresas de este sector realizan su trabajo de acción social en los ODS 3 “Salud y bienestar”, ODS 4 “Educación de calidad” y ODS 5 “Igualdad de género”. Este último objetivo sólo se tiene en cuenta por parte de las empresas del informe que corresponden al sector de la salud.
- Dentro del **sector de la tecnología**, el 67% de las empresas enfocan su plan de acción social en el ODS 4 “Educación de calidad”, mientras que más del 33% de estas también focalizan sus acciones sociales alrededor de los ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” y ODS 10 “Reducción de las desigualdades”.
- El total de las empresas del sector de las **telecomunicaciones y medios** priorizan el ODS 4 “Educación de calidad”, seguido del ODS 10 “Reducción de las desigualdades” con el 75% de contribución, y del ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” con el 50%.
- También en el sector de las **Utilities**, la totalidad de las empresas centra su trabajo social principalmente en el ODS 1 “Fin de la pobreza”, que junto con el sector de bienes de consumo son los únicos que priorizan estos objetivos a la hora de elaborar su plan de acción social. A su vez, sólo este sector prioriza el ODS 6 “Agua limpia y saneamiento” con el 100% de las empresas contribuyendo a desarrollarlo en sus acciones, y por último se centran en el ODS 4 “Educación de calidad” con el 50% de participación.

ODS en los que las empresas encuestadas por sector están focalizando su plan de acción social

 Alimentación y bebidas	 2 HAMBRE CERO	 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES
 Bienes de consumo	 1 FIN DE LA POBREZA	 3 SALUD Y BIENESTAR	 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES
 Servicios profesionales	 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS
 Energía	 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE	 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES
 Finanzas y seguros	 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES
 Industria	 3 SALUD Y BIENESTAR	 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO
 Infraestructuras	 3 SALUD Y BIENESTAR	 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES
 Salud	 3 SALUD Y BIENESTAR	 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	 5 IGUALDAD DE GÉNERO
 Tecnología	 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES
 Telecomunicaciones y medios	 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES
 Utilities	 1 FIN DE LA POBREZA	 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

Principales resultados de la contribución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible





Capital persona

El presente capital refleja el **análisis del compromiso de las empresas con la sociedad**, teniendo en cuenta las iniciativas y medidas que desarrollan con el objetivo de actuar sobre las **necesidades sociales e impulsar de las capacidades y oportunidades de las personas**, como miembros beneficiarios de la sociedad.



De este modo, en esta sección se evalúa el compromiso de las empresas con la sociedad en términos de:

- Volumen de proyectos e iniciativas sociales
- Áreas de impacto de las iniciativas
- Tipología de beneficiarios impactados por las acciones de las empresas

- Involucración y participación de los empleados en las iniciativas impulsadas por las empresas

Los proyectos sociales en el ecosistema empresarial

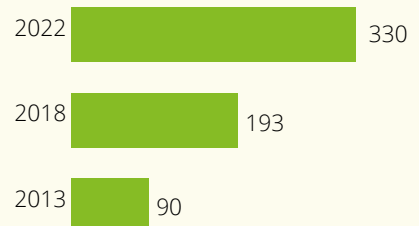
Las empresas SERES participantes en esta edición del informe, implementan acciones sociales dirigidas a contribuir positivamente a la situación de los distintos grupos de interés, con el objetivo de mejorar los estándares de vida de la sociedad y el bienestar global.



138.000 proyectos sociales a lo largo de 10 ediciones de este informe, que han ido creciendo a lo largo de los años con el fin de contribuir positivamente a la sociedad en la que se integran.

La implicación y el compromiso de las empresas participantes respecto al desarrollo de proyectos sociales, se ha visto en aumento a lo largo del tiempo: 2013 con 90 iniciativas sociales anuales por empresa, en 2018 se duplicó y alcanzó 193 y en 2022, 330 proyectos de media por empresa. Más adelante, en el Capital económico se reflejará la evolución de los proyectos y beneficiarios con respecto a la inversión de las empresas a lo largo de los 10 informes.

Número medio de proyectos sociales a lo largo de las 10 ediciones del Informe



Más de 20.400 proyectos desarrollados

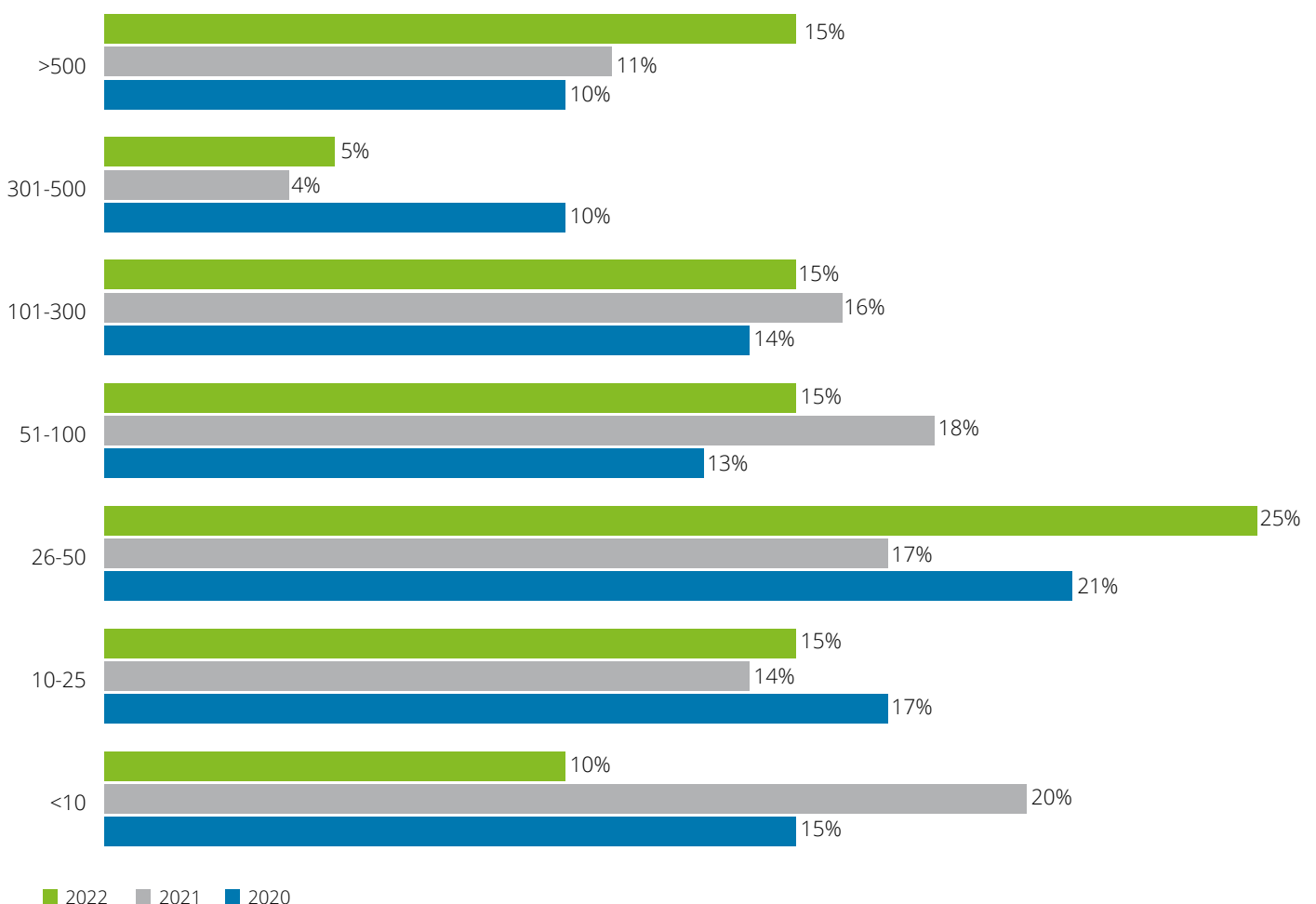
En 2022, las empresas participantes han llevado a cabo **20.462 proyectos con impacto social**. De estos proyectos, el **76% se han implementado en España y el 24% en otros países fuera de España**, lo que representan 15.530 y 4.932 proyectos desarrollados con carácter nacional e internacional respectivamente.

En cuanto a los proyectos sociales realizados por las empresas participantes, el **35% ha realizado más de 100 proyectos en 2022**, 4 puntos porcentuales más que en 2021 y 1 punto porcentual más que en 2020. De estas empresas, el 15% ha ejecutado más de 500 proyectos en 2022, mientras que en 2020 y 2021 fueron el 10% y el 11% respectivamente. Asimismo, en 2022, el **40% han realizado entre 25 y 100 proyectos**³, 5 puntos y 6

puntos porcentuales más que en 2021 y 2020, respectivamente. Se puede destacar que en 2022 las empresas han intensificado su contribución, teniendo en cuenta que únicamente el 10% ha realizado menos de 10 proyectos.

El análisis sectorial de las empresas participantes refleja que, en 2022, las empresas del **sector financiero y seguros** son las que desarrollan más proyectos con impacto social a lo largo del año. El impacto de dicho sector representa el **23% de los proyectos totales ejecutados**, lo que se traduce en cerca de 5.000 proyectos. El segundo con mayor implicación es el **sector de bienes de consumo, que cuenta con un 20%**, lo que corresponde a unos 4.000 proyectos desarrollados.


Número de proyectos ejecutados por empresa



3. Calculado con la respuesta del 94% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

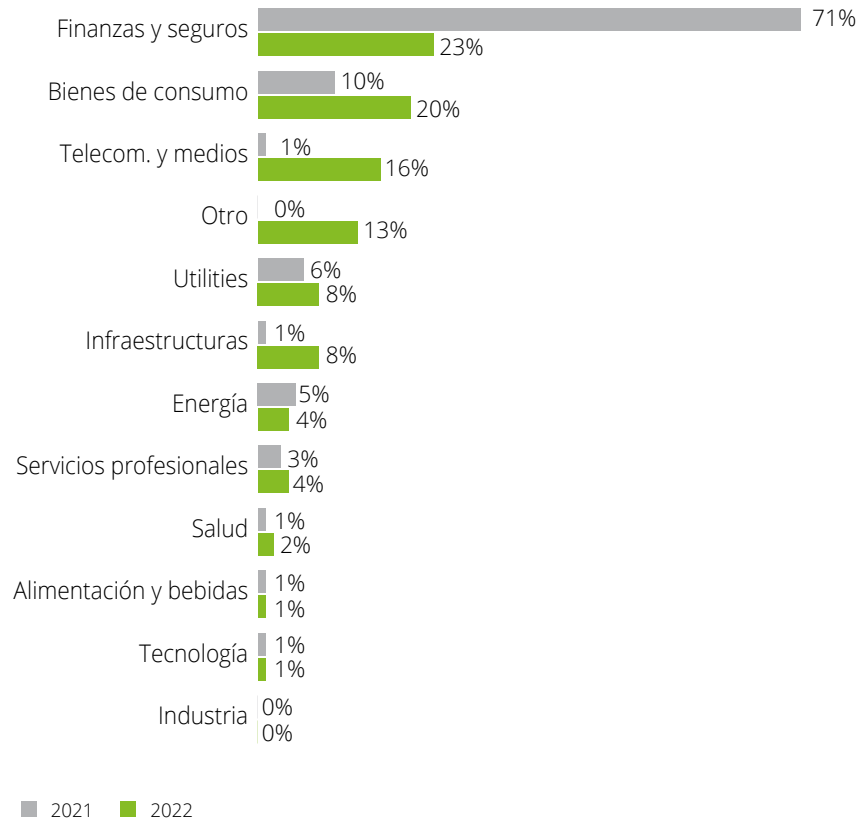
Teniendo en cuenta el número de empresas participantes de cada sector, en el **sector de bienes de consumo** las empresas han realizado una media de **1.345 proyectos**. Le sigue el **sector Otro**⁴, cuyas empresas participantes realizaron de media **889 proyectos**, y los **sectores de utilities y telecomunicaciones y medios** con una media de **851 y 823 proyectos realizados**, respectivamente.

Los ámbitos de actuación de los proyectos sociales

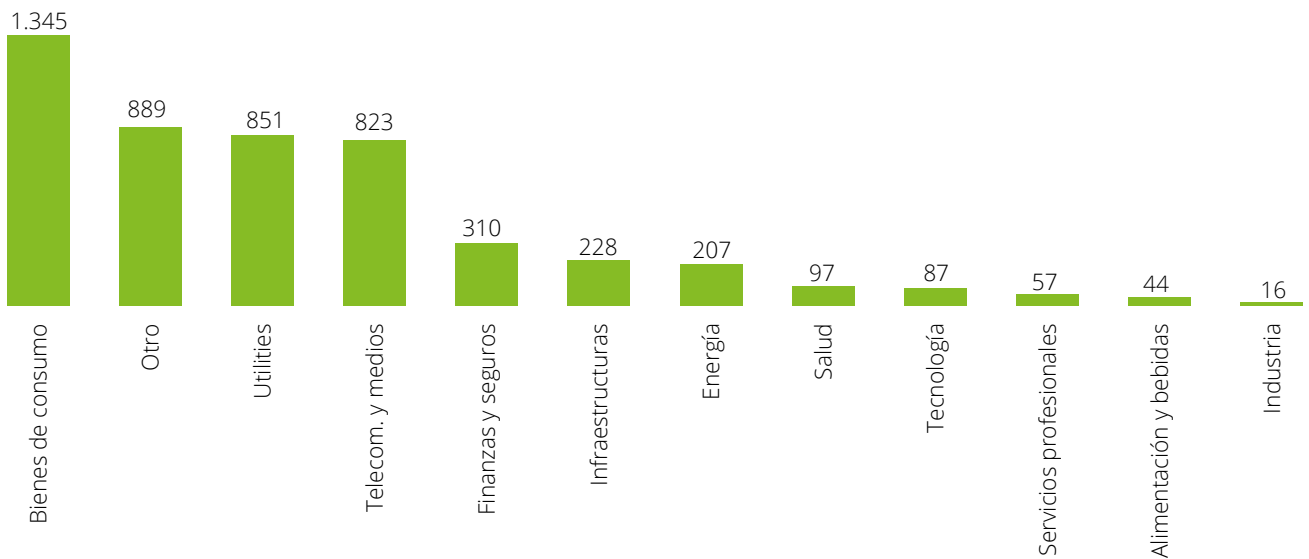


A lo largo de las diferentes ediciones del informe, se ha podido observar la evolución positiva de la relevancia de los ámbitos de educación y salud.

Distribución del % de proyectos por sector durante el 2021 y el 2022



Número de proyectos medio de empresa por sector

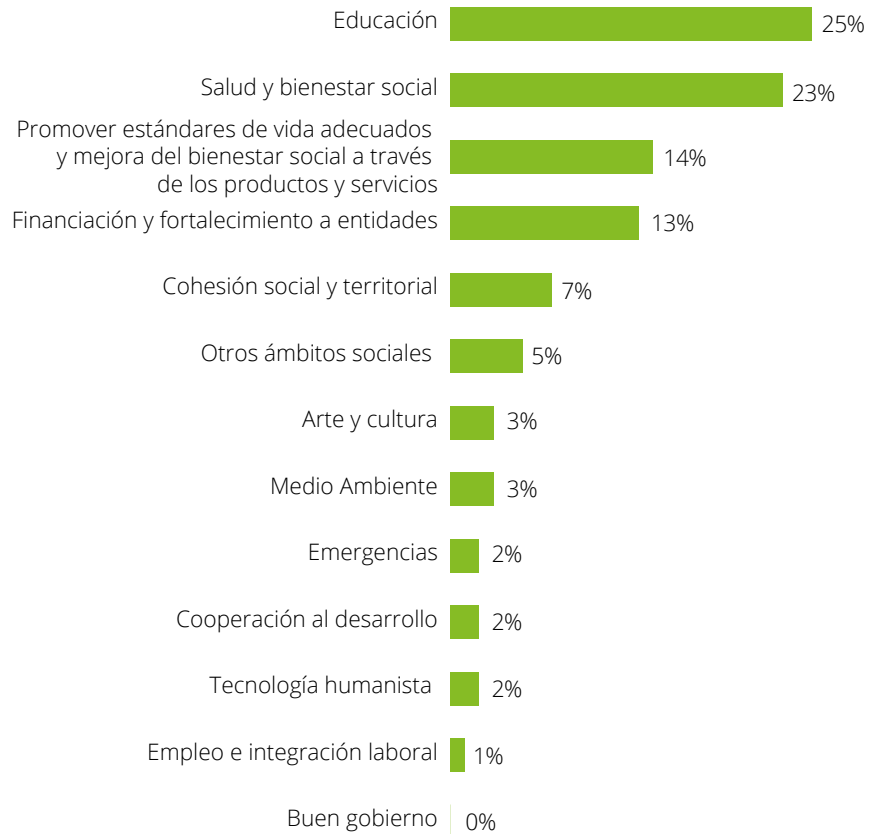


4. El sector Otro hace referencia, a lo largo del Informe, a empresas de transporte, hostelería y fundaciones que no permitían tener su propia categoría al no haber suficientemente de cada tipología.

Los principales ámbitos de actuación de los proyectos sociales en 2022 han sido:

- La **educación** sigue siendo un tema muy importante a la hora de actuar para las empresas, y esto se ve reflejado en los resultados, siendo el **25% de los proyectos** que se han realizado de este ámbito **por el 79% de empresas participantes**.
- A continuación, se encuentra el ámbito de **salud y bienestar social**, con el **23% del total de los proyectos** gracias a la participación y **contribución a la sociedad del 74% de las empresas**.
- El **14% y el 13% de los proyectos** desarrollados **por el 32% y el 41% de empresas respectivamente**, promueven estándares de vida adecuados y mejoras del bienestar social a través de los productos y servicios, y apoyan la financiación y el fortalecimiento a entidades.
- También un **7% de los proyectos** van dirigidos al **fomento de la cohesión social y territorial**, esto ha sido posible por la **involucración del 26% de las empresas**.
- Otro **7% de los proyectos** se enfocan en el **apoyo en emergencias, la cooperación al desarrollo, la tecnología humanista, el empleo e integración laboral y el buen gobierno**.
- El **6% de los proyectos** contribuyen al fomento del **arte y la cultura** y la **preservación del mediambiente**.
- Por debajo de estas cifras, el **5% de los proyectos** sociales están destinados a otros ámbitos sociales como por ejemplo **fomentar el desarrollo socioeconómico, ayuda humanitaria, apoyo a familias y servicios sociales, asistencia legal pro-bono y ayuda a otros colectivos como mujeres e inmigrantes**.

Distribución de proyectos sociales en función del ámbito



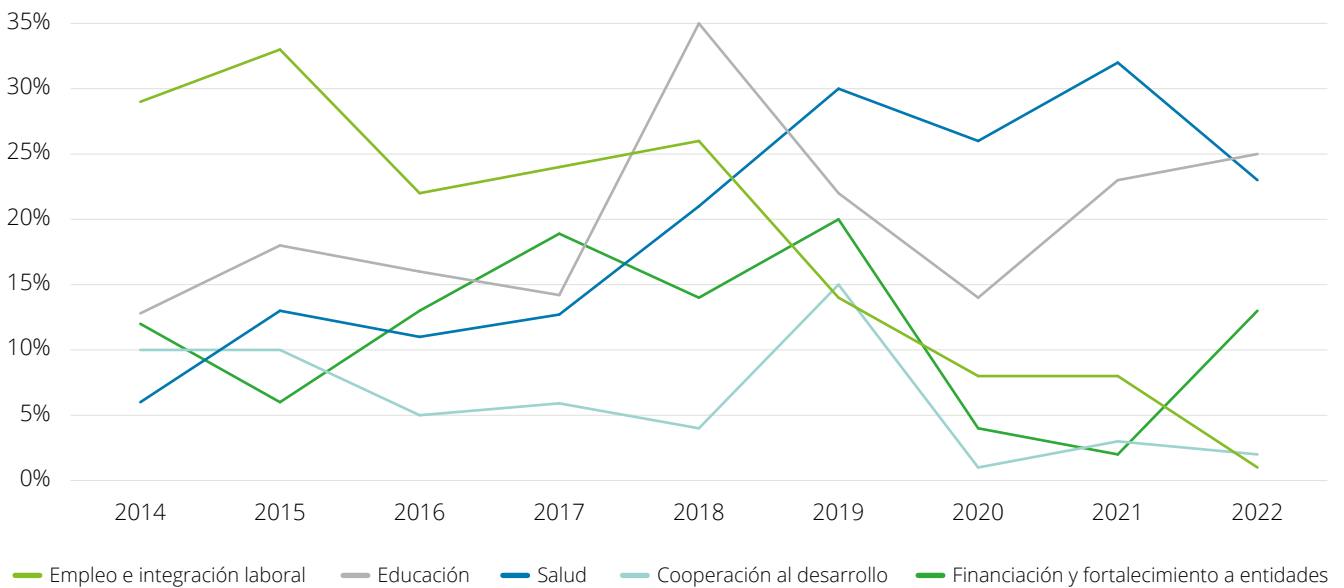
El 79% de las empresas actúan principalmente fomentando la educación, con 3.543 proyectos desarrollados, representando el 25% de los proyectos totales





Los ámbitos de actuación de las iniciativas sociales de las empresas han evolucionado a lo largo de esta década. En los primeros años debido al impacto de la crisis económica de 2008 el foco estaba en el empleo. Y en los últimos tres años la salud se convierte en uno de los puntos focales. La educación se mantiene como uno de los temas principales en la actuación de las compañías y en su compromiso social.

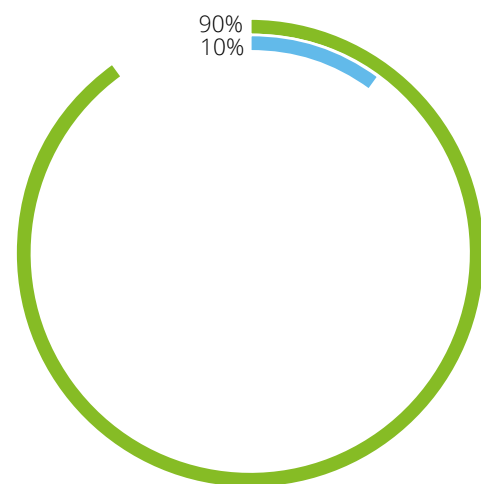
Evolución de la tipología de los proyectos sociales



Los beneficiarios de los proyectos sociales

La contribución de las empresas SERES en los últimos **10 años** ha llegado a **más de 460 millones de beneficiarios**, siendo esta cifra en **2022 de cerca de 29 millones de beneficiarios**. De estos, el **90% corresponde a beneficiarios directos⁵** y el **10% a indirectos⁶**. Este porcentaje ha aumentado significativamente con respecto a 2021, en el que el análisis reflejó 79% de beneficiarios directos y 21% indirectos lo que implica la creciente apuesta de las empresas por acciones enfocadas en las personas afectadas y no en el entorno de estas.

Distribución según tipo de beneficiarios



■ Número de beneficiarios directos
■ Número de beneficiarios indirectos

28,9 millones de beneficiarios se han visto impactados por los proyectos sociales en 2022, más de 460 millones de beneficiarios en los últimos 10 años

5. El número de beneficiarios directos ha sido calculado con la respuesta del 86% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

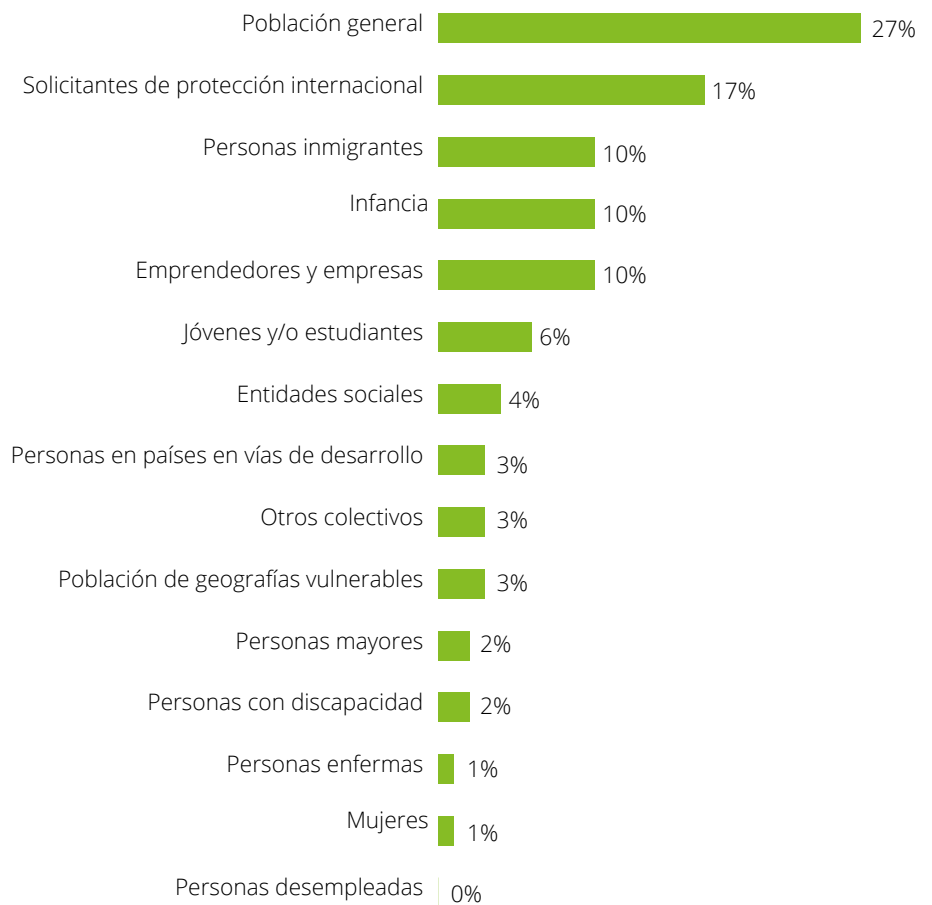
6. El número de beneficiarios indirectos ha sido calculado con la respuesta del 47% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

El 27% de los beneficiarios de los proyectos realizados pertenecen a la población general

Teniendo en cuenta los beneficiarios directos reportados por las empresas, se observa que el **colectivo que más se ha beneficiado** de los proyectos del ámbito social durante el 2022 ha sido la **población general (27%)**. En segundo lugar, se encuentran los **solicitantes de protección internacional (17%)**, seguidos de las **personas inmigrantes (10%)**, la **infancia (10%)** y los **empreendedores y empresas (10%)**.

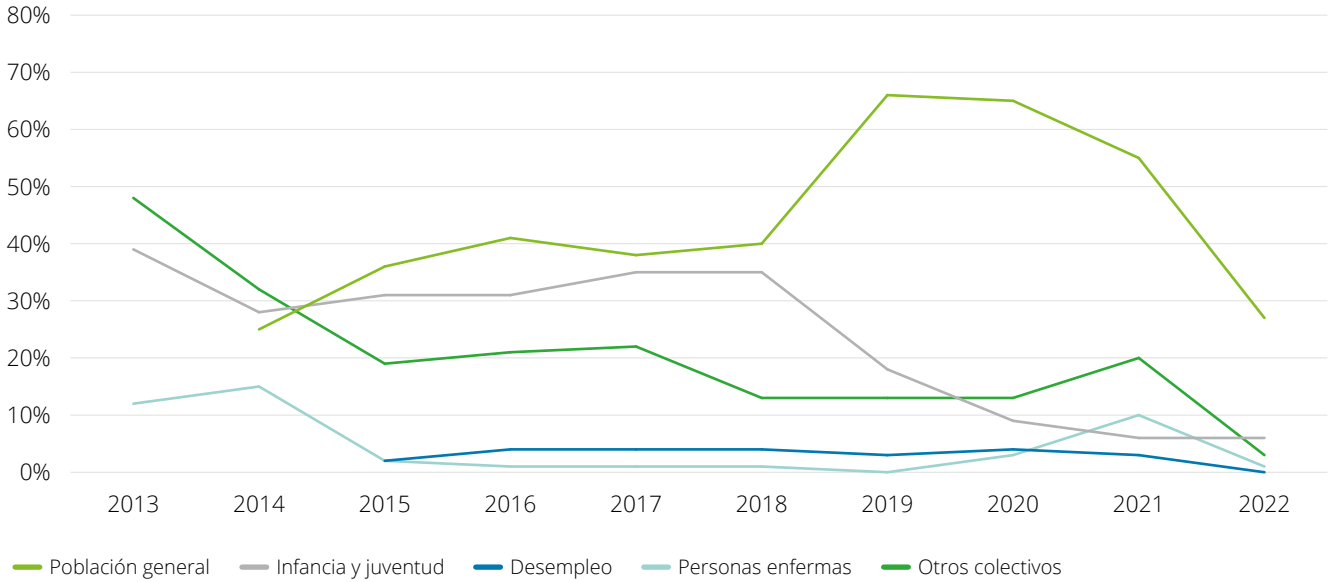
La evolución interanual refleja de nuevo el alineamiento de la contribución social de las empresas con los retos sociales, apoyando a la sociedad durante el periodo de la COVID-19

Distribución de los beneficiarios según el colectivo al que pertenecen



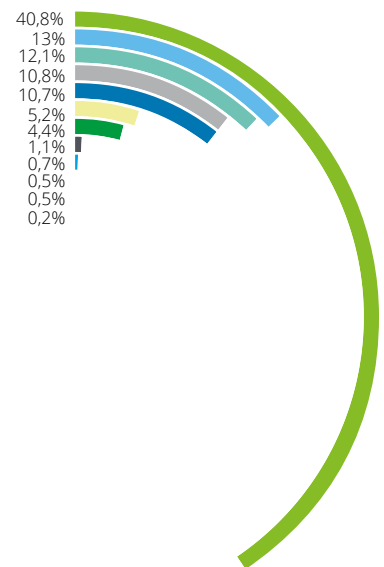
La población general ha sido el colectivo más beneficiado a lo largo de las 10 ediciones, lo que muestra la implicación de las empresas por impulsar el crecimiento y desarrollo de la sociedad. Respecto a infancia y juventud, la proporción de beneficiarios se estabilizó alrededor del 40% los primeros años, y en 2018 empezó a experimentar una reducción.

Evolución de la tipología de los beneficiarios



Desde el punto de vista sectorial, en 2022, las empresas del **sector financiero y de seguros han impactado en el 40,8% de los beneficiarios**, cerca de 12 millones de beneficiarios tanto directos como indirectos. Al mismo tiempo, el **sector de la energía ha podido impactar positivamente durante este año en cerca de 4 millones de beneficiarios (13%)** seguido del **sector de bienes de consumo (12,1%)**, de **infraestructuras (10,8%)** y de **tecnología (10,7%)** con unos 3 millones de beneficiarios por sector. Además, los sectores de **telecomunicaciones y medios (5,2%)** y **utilities (4,4%)** benefician a más de 1 millón de personas cada uno.

Beneficiarios de los proyectos sociales



- Finanzas y seguros
- Energía
- Bienes de consumo
- Infraestructuras
- Tecnología
- Telecomunicaciones y medios
- Utilities
- Alimentación y bebidas
- Otro
- Industria
- Servicios profesionales
- Salud



Involucración de la plantilla en los proyectos sociales

La implicación en el **voluntariado corporativo** puede originar beneficios tanto para la propia empresa como para los empleados y la sociedad. Gracias a su aplicación, las compañías pueden obtener una mejor imagen y reputación y una mayor competitividad, fidelización y motivación por parte de los empleados.

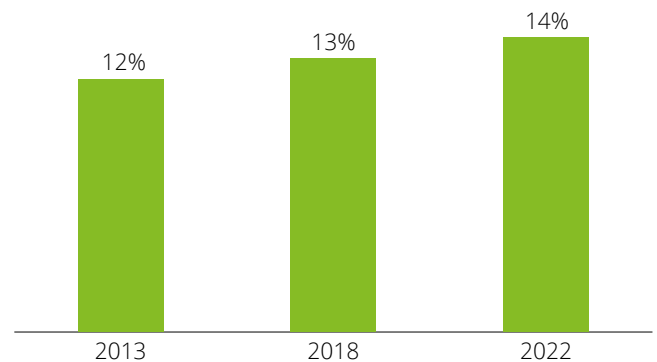
Con respecto a este grupo de interés, **participar en estas iniciativas** sociales puede aportarles un **sentimiento de empoderamiento**, al poder elegir la tipología de proyecto a la que deciden contribuir, además de satisfacción y orgullo de pertenencia al trabajar en una empresa comprometida con la sociedad a través de **acciones con un impacto positivo real**. Además, la sociedad es la principal beneficiaria directa de estos proyectos y acciones que las empresas realizan⁷.

En este sentido, en 2022, los empleados han seguido contribuyendo a la sociedad involucrándose en proyectos sociales de voluntariado. De hecho, las empresas encuestadas agregan una plantilla total de 1.309.560 empleados, de los cuales **185.112 han colaborado en proyectos con impacto social**, lo que representa el **14% de la plantilla total agregada**, alineándose así con los resultados de los años anteriores. En particular, el **12% de empresas involucran a más del 50% de su plantilla en proyectos sociales** y el **44,8% de compañías involucran entre el 10% y el 50%** de sus empleados en este tipo de iniciativas⁸.

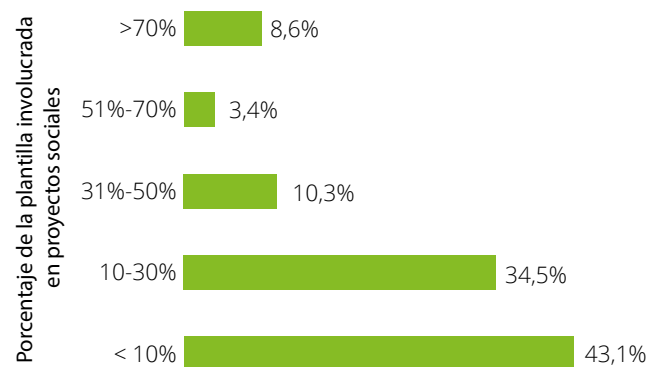
El 88% de las empresas proponen programas de voluntariado corporativo a sus empleados. En estos proyectos participa el 10% de la plantilla agregada

El 14% de la plantilla total agregada, 185.112 empleados, participaron en proyectos sociales en 2022

Porcentaje de empleados involucrados en proyectos sociales 2013-2022



Distribución de las empresas en función del porcentaje de empleados involucrados en proyectos sociales



7. Guía de buenas prácticas sobre el voluntariado promovido por empresas [guiavoluntariadoempresas.pdf](https://plataformavoluntariadoempresas.pdf) (plataformavoluntariado.org).

8. Calculado con la respuesta del 88% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

En relación con los distintos programas sociales en los que se involucra la plantilla, destacan los **voluntariados corporativos** como eje principal:

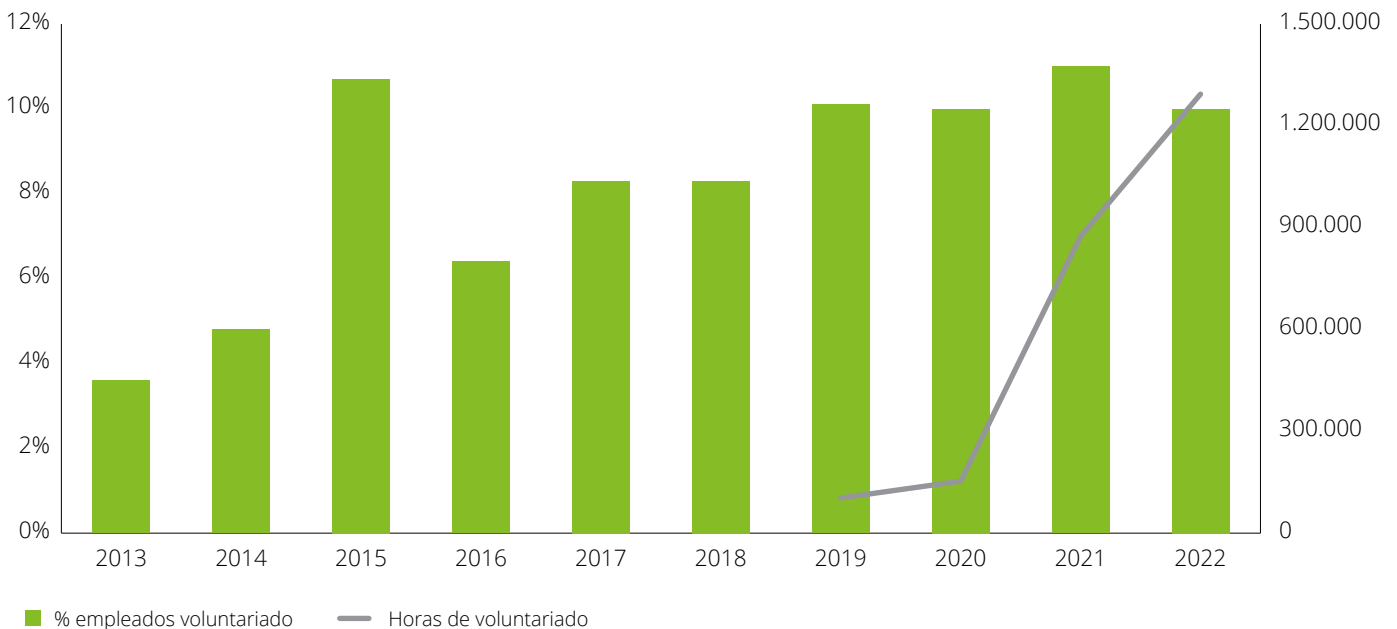
- En consecuencia, alineándose con los resultados del 2021, el **88% de las empresas SERES** participantes han ofrecido en 2022 **programas de voluntariado corporativo a sus empleados**, permitiendo así su contribución a la sociedad.
- La participación de los empleados en estas iniciativas ha sido del **10% de la plantilla total agregada**, dato que se respalda con las **1.293.379 horas que han invertido en proyectos de impacto social**.
- En cuanto al impacto sectorial a la hora de realizar programas de voluntariado corporativo, el **55% de empleados que han participado en acciones de voluntariado corporativo** son del **sector de telecomunicaciones y medios**, seguido por el **sector de finanzas y seguros (19%), tecnología (5%), energía (5%) e infraestructuras (4%)**.

- Desde 2019 se están reportando las horas de voluntariado de los empleados en este informe. Se puede observar que mientras que el porcentaje de voluntarios de la plantilla total se mantiene estable, el número de horas aumenta considerablemente. El aumento de la intensidad de la participación en voluntariados puede ser resultante de una mayor preocupación por el impacto generado de las empresas y por una mayor sensibilización e involucración de los voluntarios en los proyectos sociales en los que participan.

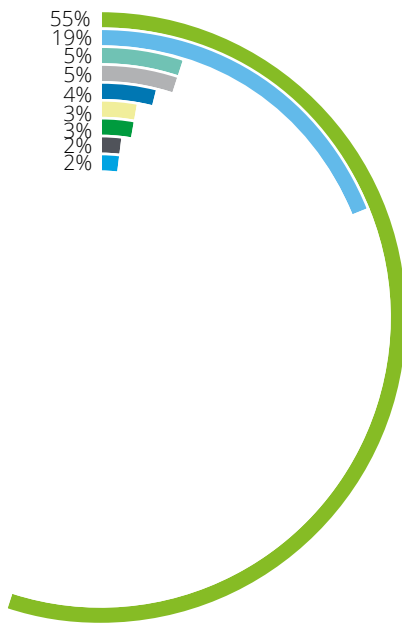


La participación de los empleados en programas de voluntariado ha aumentado a lo largo de los últimos 10 años, alcanzando el 10% de la plantilla y convirtiéndose en un referente para el diseño de las estrategias de voluntariado de las empresas.

Evolución de las horas de voluntariado y del % de la plantilla voluntaria



Impacto sectorial de los programas de voluntariado corporativo



- Telecomunicaciones y medios
- Finanzas y seguros
- Tecnología
- Energía
- Infraestructuras
- Servicios profesionales
- Bienes de consumo
- Otro
- Salud

Los empleados son agentes activos en cuanto a la elección de los voluntariados en los que quieren participar. De este modo, los **empleados del 71% de las empresas han participado en iniciativas tanto del ámbito de la educación como el de la salud y bienestar**. En el ámbito del **empleo e integración laboral han colaborado los empleados del 61% de las empresas** que ofrecen la opción de voluntariado corporativo.

% de participación en los diferentes ámbitos donde hacen voluntariado los empleados



Principales resultados de la contribución del Capital Persona

Los ámbitos de actuación de la dimensión social de la sostenibilidad

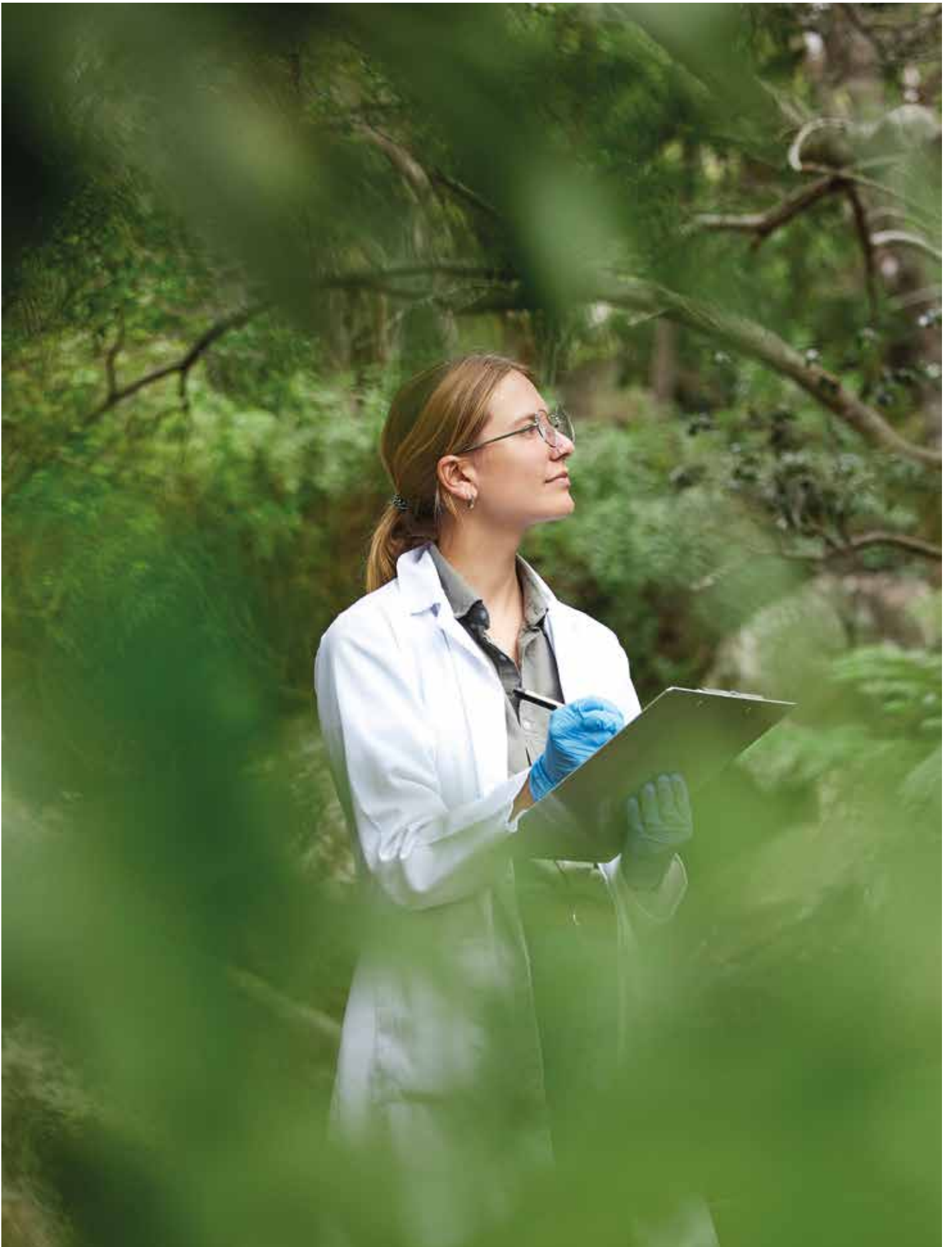
- **20.462 proyectos** han sido desarrollados por las empresas participantes
- **330 proyectos sociales de media por empresa**
- **El 76% de estos proyectos** se llevaron a cabo en **territorio nacional**
- El **79% de las empresas** actúan principalmente fomentando la **educación**, mediante el desarrollo de 3.543 proyectos en este ámbito

Involucración de la plantilla en los proyectos sociales

- **El 14% de la plantilla total agregada**, 185.112 empleados, **participaron en proyectos sociales**
- **El 88% de las empresas proponen programas de voluntariado corporativo** a sus empleados
- Se han realizado un total de **1.293.379 horas de voluntariado corporativo**

Los beneficiarios de las iniciativas sociales de las empresas

- **28,9 millones de beneficiarios** se han visto impactados por los proyectos sociales realizados
- El **90% de las actuaciones** se dirigen a **beneficiarios directos** y **10% a indirectos**
- El **27% de los beneficiarios** de los proyectos realizados pertenecen a la **población general**
- **El sector de finanzas y seguros ha beneficiado al 40,8% del total de beneficiarios** de los proyectos sociales



Capital organizacional

El capital organizacional se encarga de **evaluar la transformación que se está produciendo en las organizaciones** con la implementación de medidas que tienen un impacto tanto interno como externo sobre los grupos de interés. Esto lo llevan a cabo a través de la **definición de políticas, procesos y una correcta estructura de gestión.**

El 91% de las empresas encuestadas cuentan con una estrategia de sostenibilidad alineada con el negocio

El estudio de este capital requiere de un análisis sobre ciertas actuaciones de las empresas participantes basado en:

- La implementación de prácticas sostenibles de carácter social que generan un impacto positivo tanto interno como externo sobre los grupos de interés, y lo hace a través de sus políticas, procesos y planes de actuación.
- La aplicación de un modelo de gobernanza y de gestión con el objetivo de realizar y supervisar dichas actuaciones sociales.

Las compañías plasman sus actuaciones principalmente en el Plan Estratégico de sostenibilidad. En 2022, **el 91% las empresas encuestadas han indicado que cuentan con una estrategia de sostenibilidad alineada con su negocio.** Además, **el 82% de las compañías participantes aseguran que tienen marcados objetivos clave de sostenibilidad integrados en el Plan**

Estratégico, un crecimiento de 5 puntos porcentuales con respecto al año anterior.

El Plan Estratégico refleja los **compromisos, aspiraciones y metas** de las empresas con respecto a los aspectos ESG. La consecución de los objetivos de sostenibilidad marcados dentro del plan se materializan mediante mecanismos como **políticas y procesos de actuación.** Así es que la "S" de ESG hace referencia al impacto generado sobre los grupos de interés internos y externos de las empresas.

Prácticas sociales impulsadas por las organizaciones con impacto interno
Desde el punto de vista interno, las empresas adoptan prácticas sostenibles que buscan conseguir una mayor protección respecto a los impactos sociales, concretamente sobre los Derechos Humanos, mediante el desarrollo de mecanismos y medidas que generen una contribución positiva⁹:

9. Calculado con la respuesta del 95% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

- El **100%** de las empresas participantes **desarrolla medidas para la conciliación de la vida familiar y laboral**
- El **98%** de las empresas dispone de una **política de ciberseguridad y privacidad de datos**
- El **95%** de las empresas encuestadas **involucran a sus empleados en iniciativas de acción social**, manteniendo el mismo porcentaje que el año anterior
- El **95%** de las empresas cuentan con un **Código Ético o Código de Conducta**

Todas las empresas consideran prioritaria la conciliación y el equilibrio entre la vida familiar y laboral, e implementan medidas para lograrlo

- El **94%** de las empresas disponen de un **plan de igualdad**
- El **91%** de las empresas disponen de una **estrategia de sostenibilidad alineada con el negocio**
- **Aumentando en 5 puntos porcentuales respecto a 2021, el 82%** de las empresas establece e integra **objetivos de sostenibilidad en su Plan Estratégico**
- El **68%** de las empresas encuestadas cuenta con una **Comisión específica de sostenibilidad para la supervisión de los asuntos sociales**
- Por último, de las empresas participantes, el **55%** de ellas cuenta con **directores y consejeros que establecen objetivos de desempeño social, aumentando el porcentaje respecto al año 2021 en 19 puntos porcentuales**

Porcentaje de empresas que han adoptado prácticas de sostenibilidad con impacto interno



Además, a todas las prácticas mencionadas previamente y que las empresas ponen en marcha para generar un impacto interno positivo, también se están adoptando **medidas que fomentan la educación y *upskilling* y *reskilling*** de sus profesionales. Cada vez son más los esfuerzos que hacen las compañías para afianzar y mostrar un compromiso real hacia sus empleados. Tanto es así que, con respecto al año 2021, se ha logrado una subida de 5 puntos en el porcentaje total de empresas participantes que cuenta con **programas extensivos de formación y desarrollo profesional para empleados, alcanzando el 100%**¹⁰.

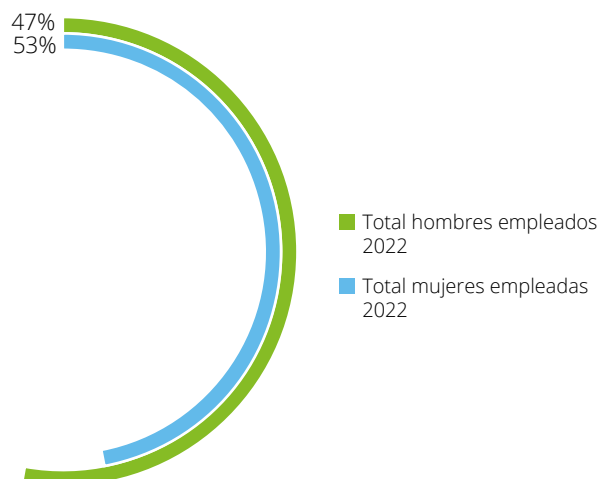
Otro aspecto de gran relevancia y en línea con el compromiso hacia los empleados, es **la diversidad y la igualdad dentro de la plantilla**. La consideración de la **transparencia de la distribución de las plantillas y la remuneración de los empleados** se ha incrementado por parte de las empresas. Concretamente, uno de los focos principales en cuanto a lo que el término igualdad se refiere es el de igualdad de género, que coincide con el nombre del ODS 5, establecido por la ONU.

En 2022, la plantilla agregada del **total de empresas participantes**¹¹ está formada por **53% hombres y 47% mujeres**. Además, el **71%** han mostrado su preocupación por las diferencias salariales entre géneros, y han afirmado que tienen marcados **objetivos de reducción de la brecha salarial**.

En 2022, el 97% de las empresas participantes indicaron que integran en su plantilla a personas con discapacidad

El 100% de las empresas participantes propone formación a través de programas extensivos y desarrollo profesional para empleados

Distribución empleados por sexo



Los datos obtenidos de las empresas participantes muestran que estas han contribuido a la integración laboral de personas con discapacidad y personas de colectivos en riesgo de exclusión social¹²

- El 97% de las empresas analizadas en esta edición integran en sus plantillas, bien propia o de empresas del grupo, **personas con discapacidad**.
- El 62% de las empresas participantes han desarrollado **proyectos relacionados con el empleo y la integración laboral para colectivos en riesgo de exclusión social**. Además, el **56% de las empresas** tienen **programas**

extensivos y becas de formación para grupos en riesgo de exclusión social, incluyendo programas de formación continuos, talleres para aumentar la empleabilidad y fomentar la transición de trabajos.

- En 2022 se han incorporado **4.944 personas** pertenecientes a **colectivos en riesgo de exclusión social** a la plantilla de las empresas participantes. El número total de empleados pertenecientes a colectivos en riesgo de exclusión social es de **26.597 personas**, lo que supone una media del **2,69% de la plantilla agregada total**, casi un 1% más que en 2021.

10. Calculado con la respuesta del 95% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

11. Calculado con la respuesta del 92% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis

12. Para la elaboración de este gráfico se consideran colectivos en riesgo de exclusión social, personas de etnia gitana, personas reclusas y expresidiarios, jóvenes en riesgo, personas sin hogar, drogodependientes y ex drogodependientes, perceptores de rentas mínimas, mujeres con especiales dificultades para la inserción laboral, víctimas de violencia doméstica y personas con discapacidad.

Prácticas sociales impulsadas por las organizaciones con impacto externo

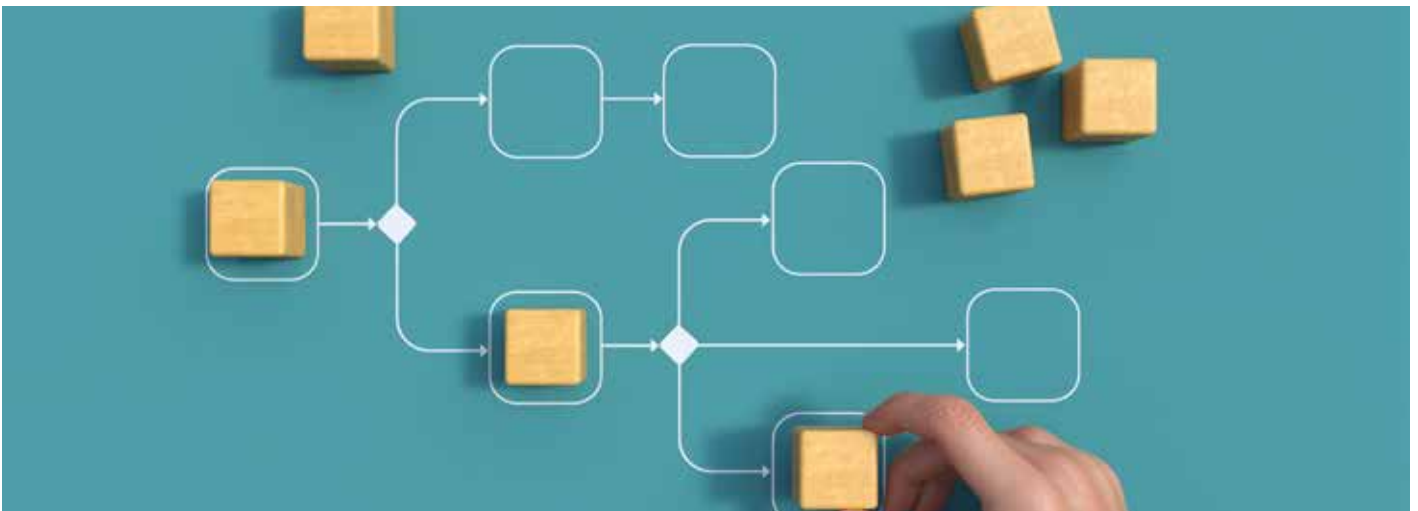
Más allá de los impactos internos de la empresa que se han estudiado previamente en el informe, las organizaciones también generan impactos externos sobre los grupos de interés, que incluyen a clientes, proveedores y a la sociedad en general.

A continuación, se realiza un análisis sobre algunas de las prácticas adoptadas por las empresas encuestadas que provocan un **impacto social externo positivo**:

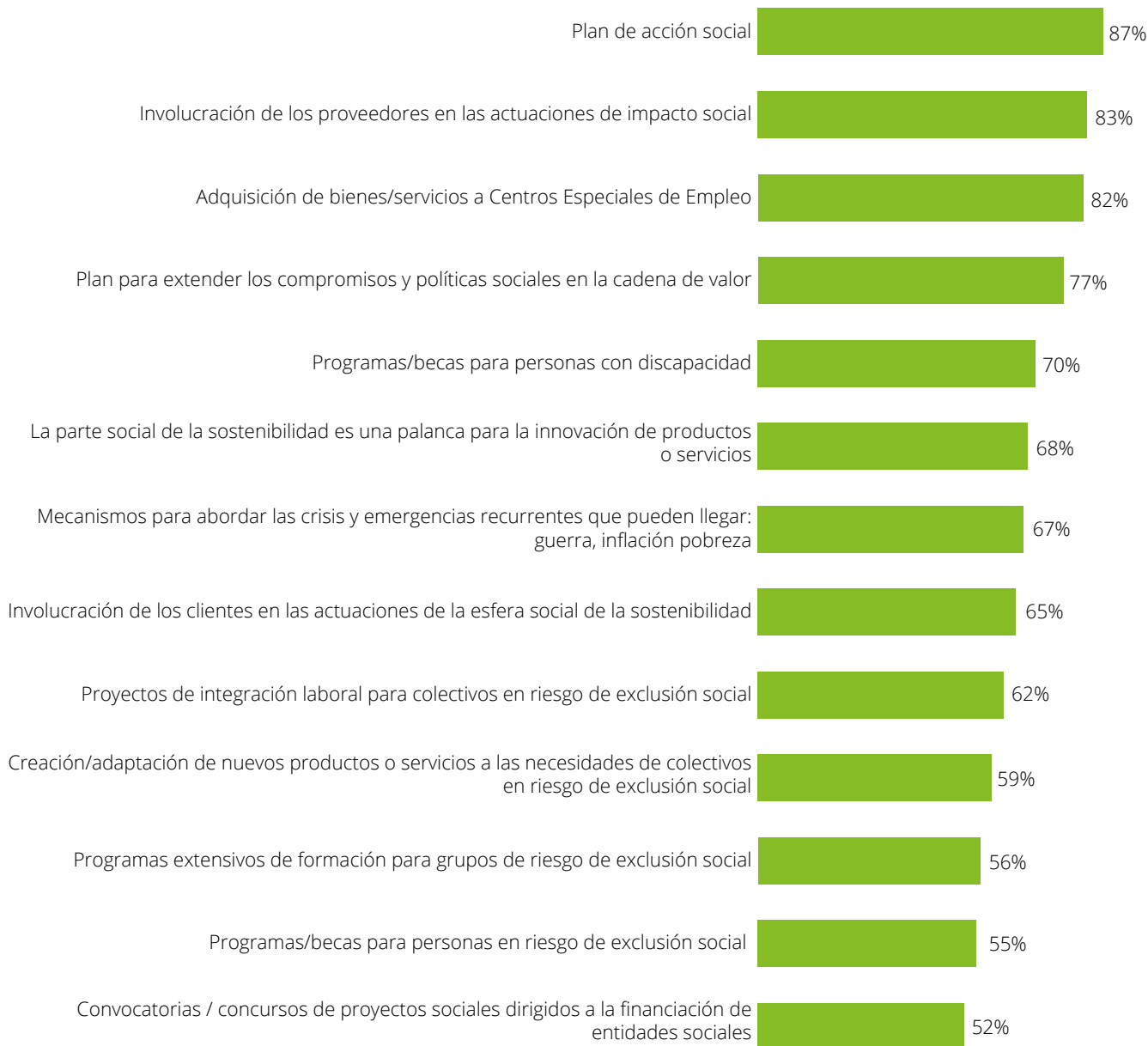
- El **87%** de las organizaciones disponen de un **plan de acción social**, un **aumento** con respecto al año anterior de 13 puntos porcentuales.
- El **83%** de las compañías analizadas **involucran a sus proveedores**, estableciendo condiciones de contratación que suponen el cumplimiento de ciertos requisitos vinculados al aspecto social de la sostenibilidad.
- Con un **crecimiento del 8%** respecto a la edición anterior, el **82% adquiere bienes y servicios a Centros Especiales de Empleo**.
- El **77%** de las empresas **disponen de un plan para extender los compromisos y políticas sociales a lo largo de su cadena de valor**.

El 87% de las empresas dispone de un Plan de acción social, un 13% más con respecto a 2021

- El **70%** de compañías afirman tener **programas/becas para personas con discapacidad**.
- El **68%** de empresas **contemplan la parte social de la sostenibilidad como una palanca para la innovación de productos y servicios**, una cifra que se mantiene con respecto a 2021. Además, en línea con este indicador, el **59%** de las empresas respondieron que han creado o adaptado nuevos productos o servicios a medida de las necesidades sociales para clientes de determinados colectivos que se encuentran en riesgo de exclusión social, haciéndolos más asequibles, accesibles, aceptables y de calidad.
- El **67%** posee **mecanismos para abordar crisis y emergencias**, que incluye las guerras, la inflación o la pobreza, entre otros.
- Un **65%** de las empresas participantes **involucra a los clientes en sus actuaciones sociales**. Lo llevan a cabo a través de la recogida de propuestas que generen, teniendo en cuenta su opinión o solicitando su participación.
- El **62%** de las empresas han **realizado proyectos de integración laboral para colectivos en riesgo de exclusión social en 2022**.
- El **55%** de las organizaciones **tienen programas/becas para personas en riesgo de exclusión social**. A su vez, un **56%** cuentan con **programas extensivos de formación para grupos en riesgo de exclusión social**, incluyendo programas de formación continuos, talleres para aumentar la empleabilidad y fomentar la transición de trabajos.
- Por último, en un **52%**, las empresas están implicadas en la **realización de convocatorias o concursos de proyectos sociales dirigidos a la financiación de entidades sociales**, consiguiendo aumentar la cifra en 1 punto porcentual respecto al año anterior.

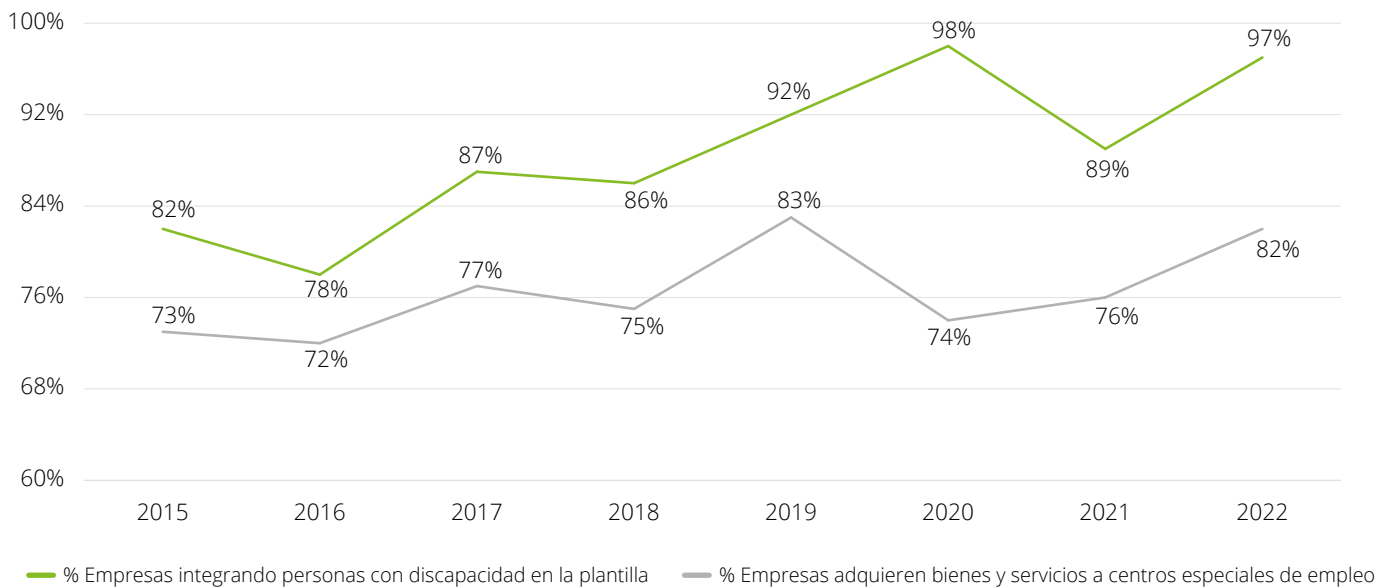


Porcentaje de empresas que han implementado prácticas con impacto social externo



Durante las 10 ediciones ha habido una evolución de las prácticas de las empresas con lo que respecta la integración en plantilla de personas con discapacidad. De hecho, el gráfico refleja como desde 2015 ha aumentado el porcentaje de empresas integrando personas con discapacidad en su plantilla de 15% puntos porcentuales, además del número de empresas adquiriendo bienes y servicios a Centros Especiales de Empleo, habiendo incrementado el dato respectivamente en 9 puntos porcentuales.

Evolución de la integración de las personas con discapacidad en las empresas



Modelo de gobernanza y de gestión para supervisar y acometer las actuaciones sociales

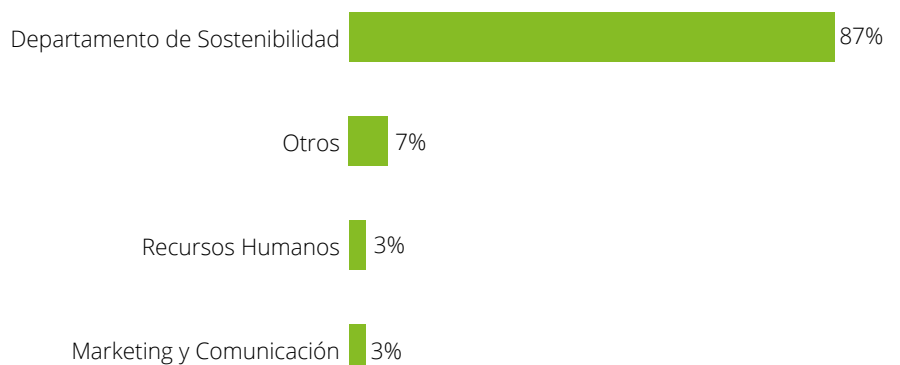
Para la gestión de todas las prácticas con impacto social externo implementadas que se han mencionado previamente, las empresas están evolucionando en los mecanismos de gobierno y las actuaciones para lograr mejoras en la gestión de los aspectos ESG, concretamente los relacionados con el aspecto social. Como se puede comprobar en el análisis de la implementación de las prácticas con impacto social interno realizado en este capital, el **68% de las empresas participantes cuentan con una Comisión de sostenibilidad específica** encargada de la supervisión de los asuntos sociales de la sostenibilidad.

Según el área dedicada a esta gestión, el **87%** disponen de un **departamento de sostenibilidad** o área equivalente donde se tratan los **asuntos sociales**. Solo el **3%** de empresas gestionan estos temas a través del departamento de **Recursos Humanos**, otro **3%** buscan soluciones desde el área de **Marketing y Comunicación**. El **7%** restante es gestionado **por otros agentes**, como

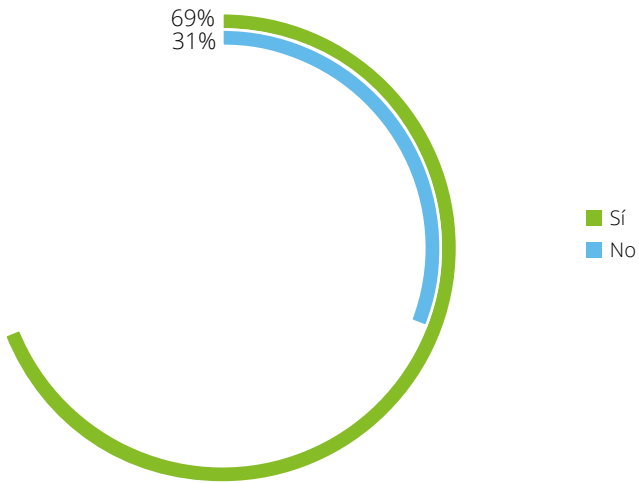
El 87% de empresas participantes disponen de un departamento específico o una estructura organizativa dedicada a la gestión del aspecto social de la sostenibilidad

puede ser de manera transversal en toda la estructura de la empresa, gestión compartida con más de un departamento con un coordinador que interfiera entre ellos, desde la dirección general o a través de su fundación.

Distribución de las empresas según el área dedicada a la gestión del aspecto social de la sostenibilidad



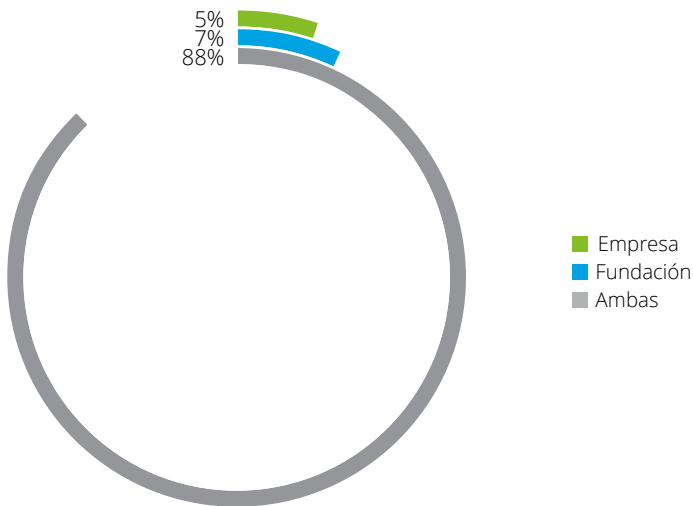
Distribución de empresas que disponen de una fundación corporativa



Asimismo, el **69%** de las organizaciones participantes cuentan con una fundación corporativa encargada de la ejecución de la parte social, lo que supone un **incremento porcentual de 4 puntos con respecto a la cifra de 2021**. A la hora de llevar a cabo las actuaciones, es imprescindible que exista coordinación entre la fundación y las empresas.

Con un **88%** de respuestas a favor, las empresas que sí cuentan con fundación corporativa afirman que el órgano que ejecuta las actuaciones de impacto social es **la fundación con la colaboración de la empresa**. Ha habido un **aumento con respecto al año anterior de 4 puntos porcentuales** en cuanto a la actuación conjunta como órgano de actuación, lo que supone una mayor coordinación y comunicación entre las dos partes. Por otro lado, **las fundaciones** ejecutan solas dichas acciones sociales en el **7%** de los casos, y **las empresas** de forma individual representan el **5%** de los casos.

Distribución de empresas según el órgano encargado de la ejecución de las actuaciones sociales



Principales resultados de la contribución del Capital Organizacional

1

Prácticas con impacto interno

- El 91% de las empresas encuestadas disponen de **una estrategia de sostenibilidad alineada a su negocio**
- El 98% de las empresas dispone de **política de ciberseguridad y privacidad de datos**
- El 100% de las compañías encuestadas desarrolla **medidas para la conciliación de la vida familiar y laboral**
- El 95% de las empresas cuentan con un **Código Ético o Código de Conducta**
- El 94% de las empresas disponen de un **plan de igualdad**
- El 97% es el porcentaje de empresas participantes que integran en su **plantilla personas con discapacidad**
- El 100% de empresas tiene **programas extensivos de formación y desarrollo profesional** para empleados

2

Prácticas con impacto externo

- El 83% de las empresas involucra a sus **proveedores en sus actuaciones sociales**, estableciendo condiciones de contratación responsables
- El 77% de las compañías analizadas dispone de un **plan para extender sus compromisos y políticas sociales en su cadena de valor**
- El 62% de las empresas han realizado **proyectos de integración laboral** para colectivos en riesgo de exclusión social
- El 87% dispone de un **plan de acción social**, lo que supone un aumento con respecto al año anterior de 13 puntos porcentuales
- El 65% involucra a sus **clientes en sus actuaciones** de la esfera social de la sostenibilidad

3

Modelo de gobernanza para acometer las acciones sociales

- El 87% de las empresas participantes disponen de un **área específica o estructura organizativa dedicada a la sostenibilidad** donde se trata el aspecto social

Capital relacional

El capital relacional tiene como objetivo **reflejar las relaciones que se establecen entre los distintos agentes de la sociedad**, como entidades sociales, administraciones públicas, clientes, comunidades locales u otras organizaciones, con el fin de llevar a cabo **acciones e iniciativas que fomenten un impacto positivo sobre** los distintos miembros de la **sociedad**.

En este sentido, en el capital relacional se trata la contribución en la sociedad de las empresas SERES en términos de:

- Extensión de la red de colaboraciones con otras entidades sociales
- Volumen de inversión captada de la participación de terceros y número de proyectos cofinanciados
- Refuerzo de las relaciones con otros grupos de interés y establecimiento de alianzas

Generación de una red de colaboración

El desarrollo de iniciativas de impacto social se fortalece gracias a la **contribución y colaboración con otros agentes de la sociedad**. De hecho, el **61% de las empresas SERES participantes han colaborado con agentes a la hora de invertir en proyectos** de impacto social.

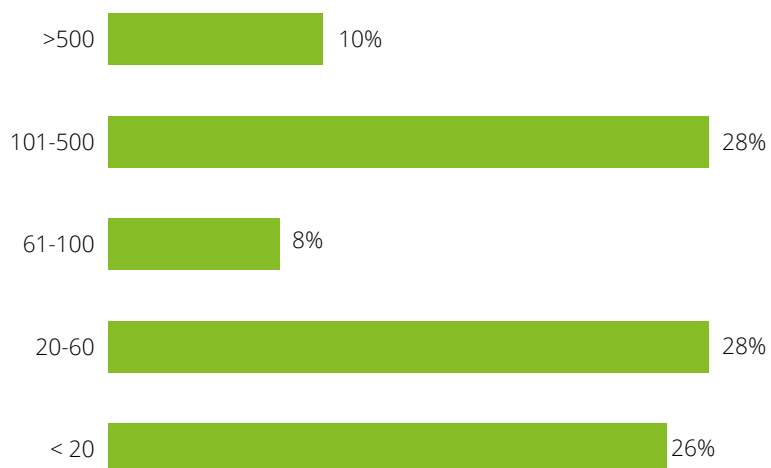
20.828 colaboraciones con entidades sociales han sido realizadas por las empresas participantes

Durante el 2022, las empresas SERES han llevado a la práctica **20.828 colaboraciones con entidades sociales para implementar sus proyectos** de impacto social. De estas colaboraciones, el **89% (18.490) se han realizado con entidades sociales nacionales**, mientras que el **11% (2.338)** de las colaboraciones se han llevado a cabo con entidades instaladas **fuera del territorio nacional**.

De media, en 2022, las empresas españolas han colaborado con **347 entidades sociales** para impulsar este tipo de proyectos¹³.

Además, el **10% de empresas** participantes colaboran con **más de 500 entidades sociales**, y el **46%** cuentan con **más de 60 colaboradores** en el ámbito social¹⁴.

Distribución de empresas en función del número de entidades colaboradoras en proyectos de impacto social



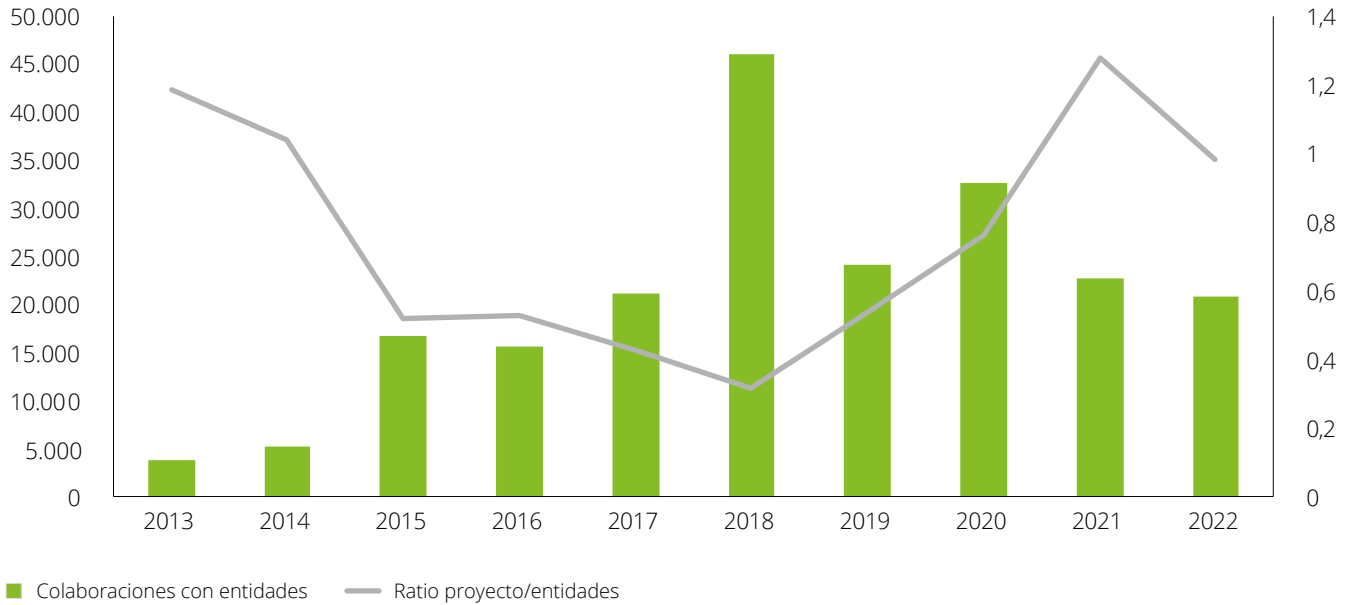
13. Calculado con la respuesta del 91% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

14. Calculado con la respuesta del 92% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.



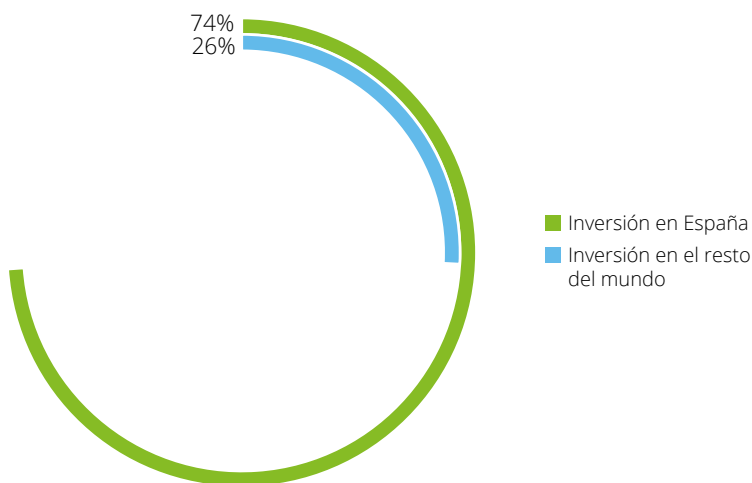
El histórico muestra que, los primeros y últimos años, las empresas realizaban más de un proyecto en colaboración con entidades sociales, mientras que entre 2015 y 2020 realizaban menos de un proyecto por entidad, lo que lleva a reflexionar sobre posibles colaboraciones con varias entidades sociales para acometer el mismo proyecto en ese periodo.

Evolución de las colaboraciones con entidades sociales



Las empresas participantes han captado 280 millones de euros de inversión adicional a la propia con el fin de desarrollar proyectos sociales

Inversión en proyectos sociales



Atracción de inversión

La **colaboración con agentes**¹⁵, además de permitir el uso de **mayores capacidades humanas, también permite conseguir un mayor volumen de inversión** para realizar las acciones de impacto social. En este sentido, en 2022, el **74% de la inversión es propia** y el **26% corresponde a la inversión realizada por otros agentes**. Asimismo, el **61% de las empresas SERES** participantes han llevado a cabo **inversiones de impacto social a través de otros agentes**, alcanzando **280 millones de euros de inversión adicional** a la propia.

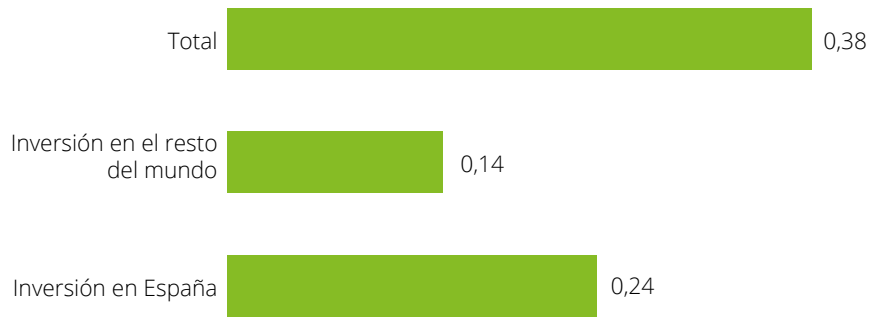
15. Se entiende por terceros u otros agentes por ejemplo AAPP, ONG, otras empresas, cofinanciación pública, etc..

De este modo, se puede observar que, **por cada euro de inversión propia en proyectos de impacto social, se ha captado un 38% adicional de inversión de terceros.** En España, la inversión ajena representa un 24% adicional y en el resto del mundo se capta el 14% de terceros.

Compromiso con la sociedad y los grupos de interés

Las empresas SERES están **comprometidas con el desarrollo socioeconómico y sostenible de la sociedad**, hecho que se ve reflejado teniendo en cuenta que **el 77% de estas son firmantes de convenios de DD.HH.** y fomentan la defensa de estos derechos a través de sus actuaciones. Asimismo, **el 30% de las empresas cuentan con mecanismos de consulta y conciliación con comunidades locales e indígenas**, mostrando así su interés por forjar un canal de comunicación con dicho grupo de interés que permita la mejora de sus prácticas y la reducción de sus impactos negativos.

Ratio de atracción de inversión por cada 1 EUR de inversión propia en proyectos sociales



El 77% de las empresas participantes son firmantes de convenios de DD.HH. y fomentan la defensa de los Derechos Humanos a través de sus actuaciones



Principales resultados de la contribución del Capital Relacional

Generación de una red de colaboración

- **20.828 colaboraciones con entidades sociales** realizadas por las empresas participantes
- **347 colaboraciones con entidades sociales** por empresa

Atracción de inversión

- Por cada **euro de inversión propia** en proyectos de impacto social se ha logrado **captar un 38% adicional de inversión de terceros**

Compromiso con la sociedad y los grupos de interés

- **El 77% de las empresas participantes son firmantes de convenios de DD.HH.** y fomentan la defensa de los Derechos Humanos a través de sus actuaciones

Capital económico

El presente capital analiza la **inversión de las empresas SERES en proyectos sociales**. La inversión realizada permite, a través de los proyectos e iniciativas, **promover el desarrollo sostenible de la economía y del bienestar** de la sociedad mediante la reducción de las desigualdades y el avance en las medidas de producción y consumo.

De este modo, este apartado analiza el compromiso de las empresas SERES participantes con la sociedad en términos de:

- Inversión en los diferentes proyectos sociales
- Inversión a nivel sectorial

Compromiso con la inversión de impacto social

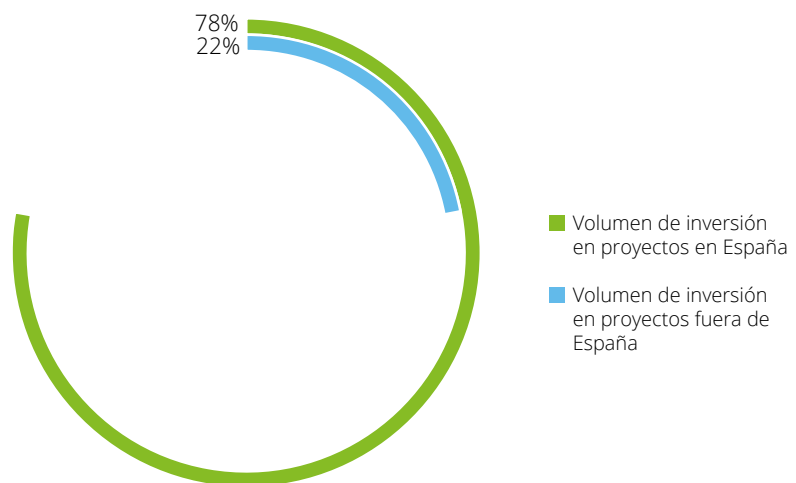


Durante los **10 años del informe**, la **contribución monetaria agregada** de las empresas participantes ha sido de **9.718,6 millones de euros**.

En 2022, las **empresas han invertido 1.015,5 millones de euros** en proyectos sociales. **El 72% de la inversión**, que corresponde a 735,5 millones de euros, **fue propia**, mientras que **el 28%**, es decir 280 millones de euros, fue **inversión aportada mediante la colaboración con otros agentes** como organizaciones públicas, ONG y otras empresas. Con respecto a la inversión propia, **el 78% fue destinada a proyectos con impacto mayoritariamente en España**, mientras que **el 22% fue a proyectos en países**

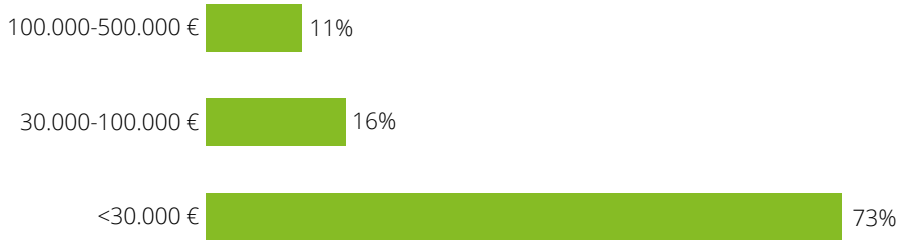
1.015,5 millones de euros invertidos por las empresas en proyectos sociales

Volumen de inversión propia total 2022



16. Calculado con la respuesta del 88% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

Distribución de empresas en función de la inversión media por proyecto

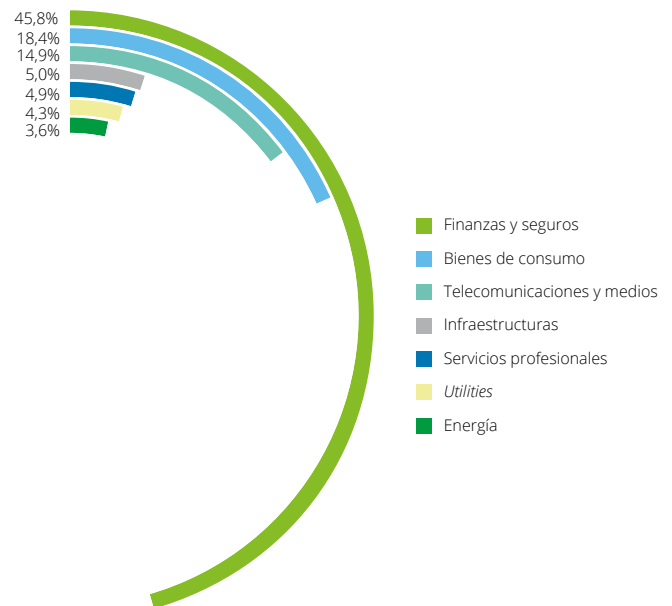


diferentes de España. Por lo tanto, durante el 2022 se puede concluir que **la inversión media** de las empresas en proyectos de impacto social **fue de 17,5 millones de euros**¹⁶.

El 16% de las empresas realizan una inversión media por proyecto de impacto social de entre 30.000 y 100.000 euros. El 11% aportan una inversión media entre 100.000 y 500.000 euros y **el 73% de hasta 30.000 euros por proyecto**¹⁷ de impacto social. **La media de inversión por proyecto es de 38.586 euros**¹⁸.

Con respecto a la **inversión total según** la tipología de sector, son las empresas que corresponden al sector de **Finanzas y seguros** las que realizan una mayor aportación, representando el **45,8% del total de la inversión** en proyectos sociales, seguido del **sector de Bienes de Consumo con un 18,4%** y por el sector de **Telecomunicaciones y Medios con un 14,9%**¹⁹.

Distribución de la inversión según la tipología de compañía



17. Calculado con la respuesta del 94% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

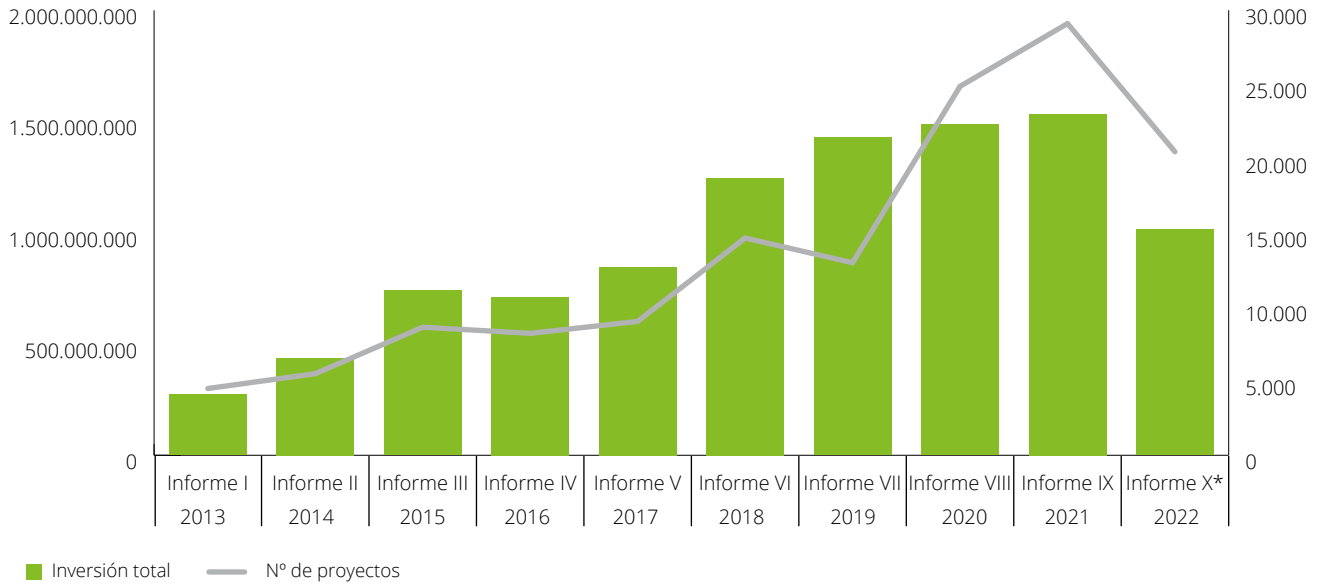
18. Calculado con la respuesta del 77% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

19. El sector Otro ha realizado el 31,5% de la inversión total. Este sector incluye empresas de transporte, hostelería y fundaciones, para las que no había suficientes empresas del mismo sector para crear una categoría específica.

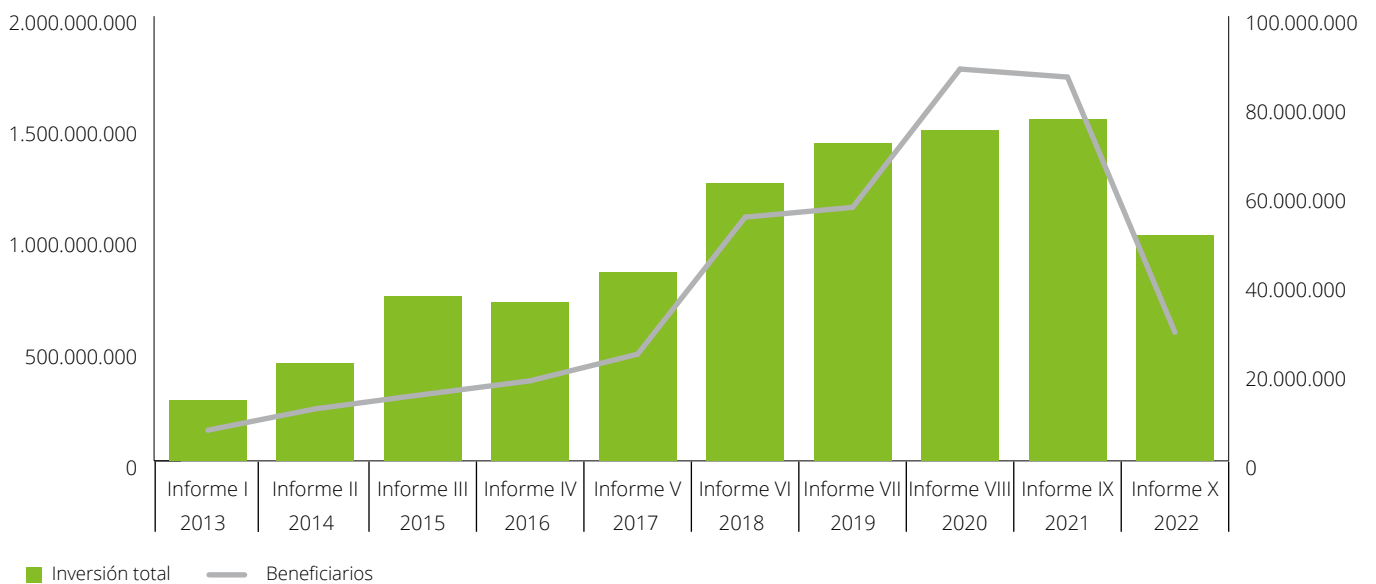


Las empresas alinean sus acciones con la realidad de la sociedad, intensificando su inversión en momentos de necesidad.

Evolución de la inversión y de los proyectos



Evolución de la inversión y de los beneficiarios



* La información del ejercicio 2022 no es totalmente comparable a la información del ejercicio 2021 puesto que incorpora la participación de 13 empresas menos, principalmente consecuencia del reporting de alguna de ellas con el reporting de CSRD.

Principales resultados de la contribución del Capital Económico

Compromiso con el ámbito social de la sostenibilidad

- **78% de la inversión** fue destinada a proyectos con impacto **mayoritariamente en España**
- **1.015,5 millones de euros invertidos por las empresas** en proyectos sociales
- **38.586 euros invertidos de media** por proyecto
- **El 31,5% de la inversión** es aportada por el **sector de finanzas y seguros**

Capital de comunicación social

El principal objetivo de este capital es evaluar el nivel de **difusión de información y sensibilización** por parte de las empresas SERES a sus **diferentes grupos de interés**. Este contenido aborda los aspectos sociales tratados dentro de las organizaciones y el impacto que llegan a tener las **acciones de comunicación que se desarrollan** para acompañar el progreso de dichos avances en el ecosistema empresarial.

Para ello, en esta sección se analiza:

- Cómo las empresas desempeñan la comunicación, sensibilización y difusión de su impacto social a todos sus grupos de interés.
- Los ganadores de los Premios SERES, que en su 14ª edición continúan reconociendo las mejores actuaciones estratégicas e innovadoras que generan valor para la sociedad y la empresa.

Difusión y sensibilización en materia de sostenibilidad

Las empresas contribuyen a la concienciación de los grupos de interés mediante la promoción de la **sensibilización y difusión de información**

El 95% de las empresas SERES desarrollan acciones vinculadas a la sensibilización y difusión sobre temáticas del ámbito social de la sostenibilidad

sobre el impacto y las prácticas sociales que realizan.

De este modo, el **95%²⁰ de las empresas SERES** participantes en este informe han realizado acciones vinculadas a la **sensibilización y difusión de información sobre temáticas del ámbito social** de la sostenibilidad. El objetivo final de esto es comunicar sobre la importancia de actuar para mejorar las prácticas sociales actuales.

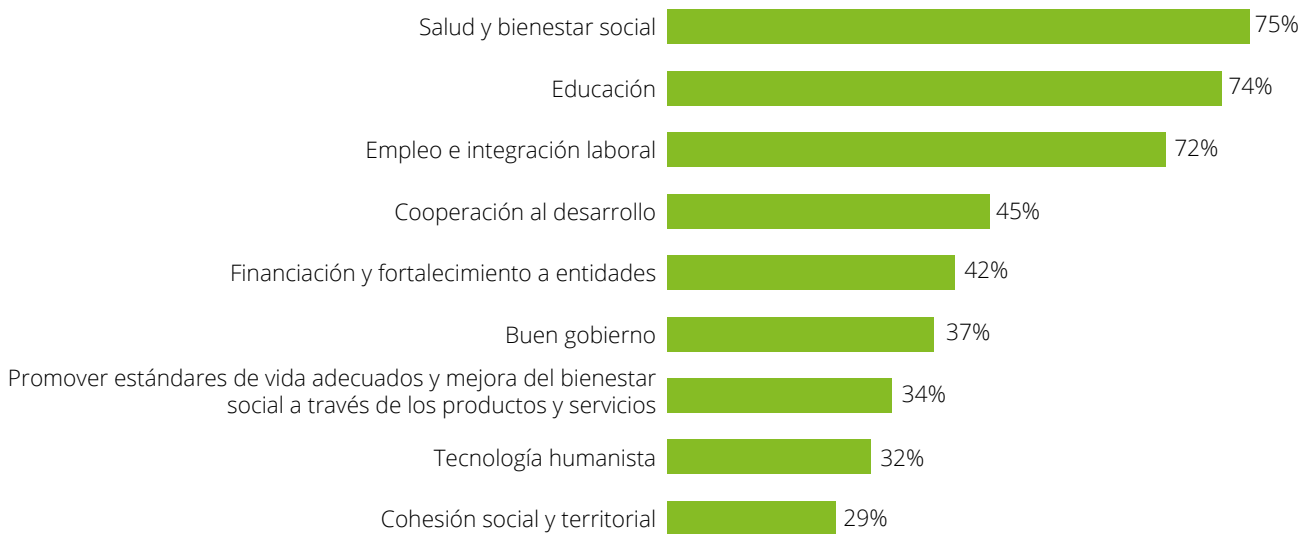
Las temáticas que más se han abordado por las empresas a la hora de sensibilizar y comunicar a los grupos de interés han sido: **la salud y el bienestar social (83%), la educación (79%) y el empleo e integración laboral (71%)**. Además, el 52%²¹ de estas empresas realizan sensibilizaciones tanto en el territorio nacional como en el internacional, el 41% a nivel nacional y el 7% a nivel internacional.



20. Calculado con la respuesta del 95% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

21. Calculado con la respuesta del 92% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

Porcentaje de empresas por la temática de sensibilización que realizan



El 89% de las empresas elaboran un informe anual de sostenibilidad en el que reflejan su impacto en los ámbitos ESG

Las empresas complementan sus esfuerzos de sensibilización y difusión de información mediante sus actuaciones de comunicación corporativa. En este sentido, **el 64% de las empresas encuestadas miden el impacto que han generado**. Además, se puede destacar que **el 51%²² de las empresas cuentan con un informe anual exclusivo de información no financiera** y que el otro **49%²³ incluyen esta información dentro de su informe anual integrado**. Asimismo, **el 89% de empresas disponen de un informe anual de sostenibilidad** en el que detallan todos los aspectos relacionados con la esfera social, ambiental y de gobierno (ESG).

Reconocimiento de buenas prácticas y difusión: Premios SERES

En la **14ª edición de los Premios SERES**, los galardones recayeron en **iniciativas de apoyo a las personas mayores** para evitar su exclusión financiera, **de acceso a viviendas de personas sin hogar, apoyo a familias vulnerables** en alquiler social y formación en las competencias digitales más demandadas por el mercado laboral.

Cuando las empresas **pasan del propósito a la acción** y ponen sobre el papel (y la realidad), con hechos y cifras, **iniciativas transformadoras para la sociedad**, conviene no pasarlo por alto. Dirigidos a reconocer aquellas actuaciones empresariales que, formando parte de la estrategia, ayudan a mejorar la sociedad y a disminuir la brecha existente con los colectivos más desfavorecidos, **los Premios SERES 2023 fueron entregados a CaixaBank, Fundación Telefónica, Sogeviso (Banco Sabadell) y têcho, por su contribución a una sociedad mejor y más sana**.

El jurado ha seleccionado cuatro iniciativas de entre más de un centenar de proyectos participantes, centrándose en la innovación y el compromiso. Como en las anteriores ediciones de los Premios SERES, el **jurado ha sido formado por personas representativas de distintos ámbitos de la sociedad**: entidades e instituciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial y la innovación social, ONG, medios de comunicación, universidades y escuelas de negocio, administraciones públicas y mundo político y sindical.

• CaixaBank, gestores sénior para personas mayores

Con **9 millones de mayores de 65 años** (el 19% de la población), España es un país cada vez más sénior. Por ello, **la atención a los mayores en un sector como la banca es fundamental** para evitar su exclusión financiera ante la progresiva digitalización de los servicios bancarios. Una misión en la que CaixaBank viene trabajando a través de su **Programa Compromiso Sénior**

22. Calculado con la respuesta del 95% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

23. Calculado con la respuesta del 95% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

que da servicio a más de 4 millones de clientes, y que Fundación SERES ha premiado por su refuerzo a las acciones de **atención a los mayores**, siendo la primera entidad de España en crear un especialista para su atención. Los **gestores sénior les ofrecen soporte y un acompañamiento basado en la cercanía y la confianza**. Presentes en las oficinas que esta entidad bancaria tiene por toda España, **CaixaBank se compromete a alcanzar la cifra de 2.000 gestores**.

- **Campus 42 de Fundación Telefónica, digitalización en un campus de valores**

Fundación Telefónica promueve **proyectos con alma digital para lograr una sociedad más justa e inclusiva**. Bajo la creencia de que la digitalización es la herramienta clave para avanzar hacia ese futuro juntos, busca impulsar el **desarrollo digital inclusivo de toda la sociedad y dotar a las personas de las habilidades digitales** necesarias para desplegar todo su potencial. A través de soluciones innovadoras, trabaja para **dar respuesta a tres grandes retos sociales: la empleabilidad, la educación y la vulnerabilidad social y digital**. Campus 42 es un espacio gratuito de programación, abierto 24 horas al día y 7 días a la semana, en el que cualquier persona mayor de 18

años puede formarse en los perfiles más demandados en el mercado laboral. Con una filosofía centrada en **“aprender a aprender”** es un espacio en el que se **fomenta la creatividad, el esfuerzo, la superación y el trabajo en equipo**. Una academia de valores.

- **Sogeviso, gestión de vivienda socialmente responsable**

Dirigido a **familias vulnerables titulares de un contrato de alquiler social**, Sogeviso ha sido la primera empresa inmobiliaria con foco en las personas para la **gestión responsable y sostenible de la vivienda**. Un proyecto que realiza una **gestión integral de parques de vivienda de propiedad privada o pública**, en régimen de alquiler social y asequible, poniendo a su disposición **herramientas para la mejora de su calidad de vida**. La crisis de 2008 provocó desempleo y afectó a los deudores hipotecarios vulnerables. Por ello, en 2013 inició la gestión socialmente responsable de la vivienda para **no dejar sin alternativa habitacional a clientes hipotecarios vulnerables**, en procesos de ejecución hipotecaria o dación. Para ello facilita un alquiler social, normalmente en la propia vivienda adjudicada, con una **renta que no supera el 30% de sus ingresos** y pone a su **disposición programas de acompañamiento e inserción laboral**.

- **Têcho, viviendas para personas sin hogar**

En España hay entre 30.000 y 40.000 personas sin hogar y más de 8.000 no disponen de alojamiento seguro cada noche. Un colectivo vulnerable que en 2022 aumentó un 24,55% respecto a 2012, según el INE. Hay **28.552 personas atendidas en centros de alojamiento y restauración**. El 40,5% lleva más de tres años en esta situación y el 82% lo considera un problema de vivienda. Para hacer frente a esta situación nació têcho, SOCIMI social que **provee de viviendas a entidades sociales para ofrecerlas a personas sin hogar**, y que cuenta con el apoyo de Ebro Foods. Bajo el modelo *Housingfirst*, las personas acceden a una vivienda y cuentan con el apoyo de un **equipo que atiende sus necesidades para fomentar su integración comunitaria y económica**.

A lo largo de las 14 ediciones ya celebradas de estos galardones, **Fundación SERES ha consolidado la promoción e impulso de las actuaciones sociales de las empresas** y se ha convertido en un referente respecto al intercambio de buenas prácticas empresariales, que conectan el **progreso económico y los avances sociales del país**.

Principales resultados de la contribución del Capital de Comunicación Social

Difusión y sensibilización en materia de sostenibilidad

- **El 95% de las empresas** SERES desarrollan acciones vinculadas a la **sensibilización y difusión sobre temáticas del ámbito social de la sostenibilidad**
- **El 100% de las empresas reportan la información no financiera**, mediante un informe específico de información no financiera o introduciéndola en su informe anual de gestión
- **El 89% de las empresas elaboran un informe anual de sostenibilidad** en el que reflejan su impacto en los ámbitos ESG

Reconocimiento de buenas prácticas y difusión: Premios SERES

- En la **14ª edición de los Premios SERES** destacan:
 - 2 proyectos premiados por el acceso a la información y la digitalización
 - 2 proyectos premiados por el acceso a la vivienda de las personas en situación de riesgo de exclusión social

Alineamiento de las empresas SERES con la normativa vigente

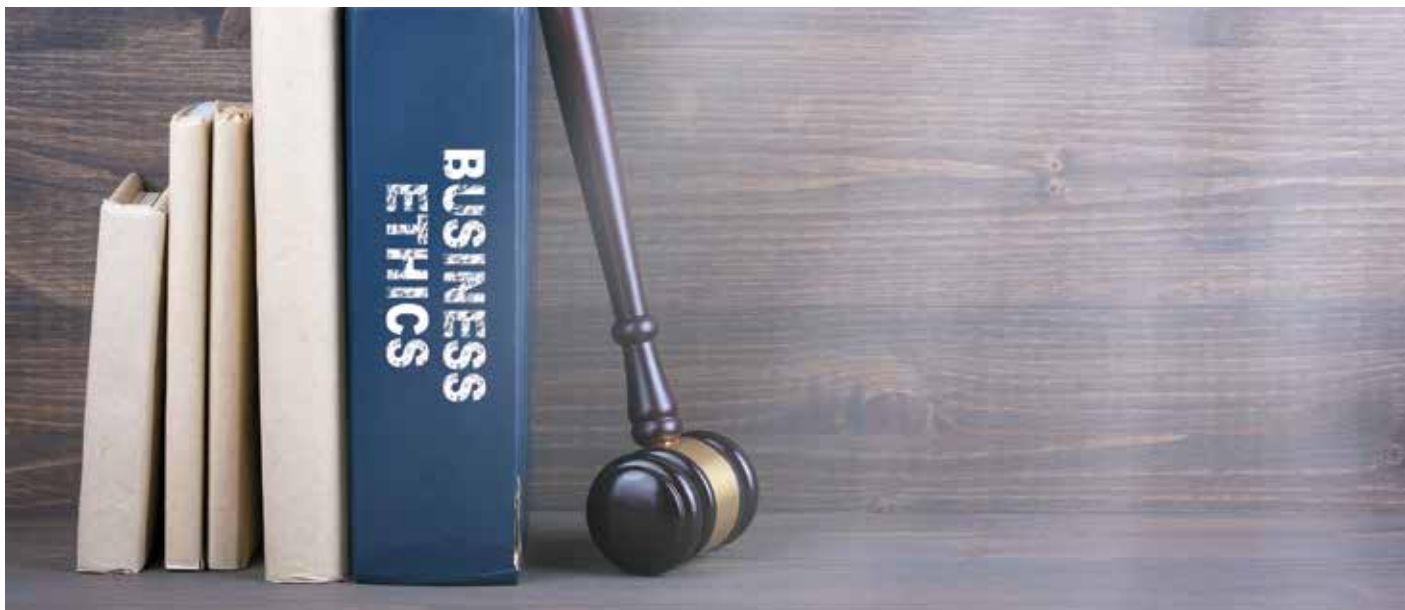
Los trabajadores son el eje clave para el desarrollo económico de las empresas. Sin empleados, los bienes y servicios que consume la sociedad no estarían disponibles. De este modo, es necesario implementar un marco regulatorio que asegure y proteja sus derechos. Así es que, desde hace tiempo, se está trabajando en la **mejora de las condiciones de los empleados**, hecho que se refleja en la continua **evolución de las normativas** que les son de aplicación. Por este motivo, en esta sección se quiere reflejar el **nivel de alineamiento de las empresas participantes con la normativa social** y los avances que han surgido durante el último año.



A continuación, se detalla el avance normativo a la fecha de la elaboración de este informe²⁴ que las empresas deben tener identificado:

- El Real Decreto 6/2019 de medidas urgentes para la garantía de la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y la ocupación, que obliga a disponer de un Plan de Igualdad
- El Real Decreto 1/2013 por el que se aprueba la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social
- El distintivo de "Igualdad en la Empresa", una marca de excelencia nacional otorgada por el Ministerio de Igualdad a empresas y entidades que están comprometidas con la igualdad
- La Directiva europea 2022/2381 relativa a un mejor equilibrio de género entre los administradores de las sociedades cotizadas y a medidas conexas
- La Directiva 2023/970 refuerza la aplicación del principio de igualdad de retribución entre hombres y mujeres por un mismo trabajo o un trabajo de igual valor
- La Ley 11/2018 en la que se formaliza la obligatoriedad de redactar y publicar el EINF de las empresas
- La Directiva sobre diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad, que busca fomentar la responsabilidad empresarial y sostenible frente a la sociedad

24. El X Informe del Impacto social de las empresas se ha elaborado en diciembre de 2023.



- La Directiva sobre información corporativa en materia de sostenibilidad, “CSRD” por sus siglas en inglés, que refuerza las obligaciones de divulgación de las empresas, junto con los estándares EFRAG de información de sostenibilidad
- La evolución en el desarrollo de la Taxonomía Social y Ambiental

La obligatoriedad del Plan de Igualdad

La igualdad de género y de oportunidades es un pilar fundamental de una sociedad justa, equitativa y sostenible, permitiendo fomentar el sentimiento de pertenencia de las personas y el bienestar social, independientemente del género. De todos modos, la igualdad no siempre se puede lograr de forma orgánica teniendo en cuenta la multiplicidad de agentes y culturas que se interrelacionan a diario. En este sentido, el **desarrollo e implementación de una normativa al respecto es necesaria para fortalecer y promover la igualdad en todos los ámbitos** para los miembros de la sociedad²⁵.

En particular, **en el ámbito laboral**, mediante el **Real Decreto 6/2019 de medidas urgentes para la garantía de la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y la ocupación**²⁶, se obliga a las empresas de 50 o más trabajadores de disponer de un **plan de igualdad con medidas destinadas a reducir las desigualdades e incrementar la presencia de las mujeres en el entorno laboral**, como los procesos de contratación, la promoción profesional, las retribuciones y la prevención del acoso sexual y por razón de sexo, entre otras.

Tras el análisis de las respuestas de las empresas SERES participantes en esta edición del informe, se ha determinado que **el 94% de ellas disponen de un Plan de Igualdad, con medidas para reducir las desigualdades y promover la igualdad de trato**, independientemente del género de los empleados.

Los derechos de las personas con discapacidad en las empresas

La igualdad de oportunidades se extiende también a las personas con discapacidad. Es por eso por lo

que en el **Real Decreto 1/2013**, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la **Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social**²⁷ se describen todas las **garantías, prestaciones y medidas específicas** para asegurar la igualdad de trato para este colectivo y en particular la **promoción de su inclusión y accesibilidad en el ámbito laboral**.

De este modo, dicho Real Decreto obliga a las **empresas públicas y privadas de más de 50 empleados a contar con un 2% de personas con discapacidad en su plantilla total**. Las empresas pueden quedar exentas de esta obligación a través de **acuerdos recogidos en la negociación colectiva sectorial de ámbito estatal** o por el Texto Refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, sin embargo, estas deben aplicar **medidas alternativas determinadas reglamentariamente en el Real Decreto 364/2005**, de 8 de abril, por el que se regula el cumplimiento alternativo con carácter excepcional de la cuota de reserva en favor de los trabajadores con discapacidad²⁸.

25. BOE-A-2007-6115 Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

26. BOE-A-2019-3244 Real Decreto-ley 6/2019, de 1 de marzo, de medidas urgentes para garantía de la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y la ocupación.

27. Disposición 12632 del BOE núm. 289 de 2013

28. A13466-13469 (boe.es)



Las empresas exentas tienen que escoger alguna de las **4 medidas alternativas propuestas** por el Real Decreto previamente introducido:

- **Celebrar un contrato mercantil o civil con un centro especial de empleo**, o con un trabajador autónomo con discapacidad **para el suministro de bienes necesarios** para el normal desarrollo de la actividad de la empresa
- **Celebrar un contrato mercantil o civil con un centro especial de empleo**, o con un trabajador autónomo con discapacidad, **para la prestación de servicios ajenos** y accesorios a la actividad de la empresa
- **Realizar donaciones y acciones de patrocinio**, de carácter monetario, para el desarrollo de actividades de inserción laboral y de creación de empleo de personas con discapacidad
- **Establecer un enclave laboral**, previa suscripción del correspondiente contrato con un centro especial de empleo

De las respuestas aportadas por las empresas participantes, se ha podido concluir **que el 97%²⁹ de las empresas integran en su plantilla**, propia o de empresas del grupo, **personas con discapacidad**. De estas empresas, **a 31 de diciembre de 2022, el 24% contaban con al menos un 2% de personas con discapacidad en su plantilla total**. Así es que, para dar cumplimiento a la normativa, **el 77% de las empresas participantes ha adquirido bienes/servicios a Centros Especiales de Empleo**.

El distintivo de “Igualdad en la empresa”

El distintivo de “Igualdad en la Empresa” es una **marca de excelencia nacional** con vigencia inicial de **5 años** con opción de prórroga, otorgado por el **Ministerio de Igualdad** a empresas y entidades

que están comprometidas con la igualdad. En este sentido, las empresas que implementen planes y medidas de igualdad integrales y ambiciosos pueden presentarse a **convocatorias anuales para optar a su obtención**.

El distintivo venía regulado por el **Real Decreto 1615/2009, que ha sido modificado por el Real Decreto 333/2023** por el que se regula la concesión y utilización del distintivo, en el que se indican los requisitos para la solicitud de este:

- Inscripción en el correspondiente **régimen de la Seguridad Social** y registro público si procede
- Estar al corriente de las **obligaciones tributarias y de Seguridad Social**
- No haber sido sancionada por **infracciones graves o muy graves en materia de igualdad y no discriminación** en los 3 últimos años
- No haber sido sancionada por **infracciones graves o muy graves en materia de igualdad y no discriminación en el acceso a bienes y servicios** en los 3 últimos años
- No haber sido sancionada por **infracciones graves o muy graves en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad** en los 3 últimos años
- Presentar una **declaración de apoyo a la candidatura** firmada por la mayoría de la plantilla
- Disponer de un **procedimiento para la prevención del acoso sexual y acoso por razón de sexo**
- Disponer del **registro retributivo**

29. Calculado con la respuesta del 95% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.



Empresas obligadas a elaborar y aplicar un plan de igualdad deberán:

- Tener un **plan de igualdad vigente y registrado** en el que se incluya una auditoría retributiva
- Contar con un **informe de seguimiento del plan de igualdad**, con una duración mínima de 2 años
- Acreditar una **presencia equilibrada de mujeres y hombres en el consejo de administración**

Empresas no obligadas a elaborar y aplicar un plan de igualdad deberán:

- Contar con un **plan de igualdad voluntario o tener medidas de igualdad** depositadas en el registro
- Haber implantado **medidas de igualdad durante mínimo 2 años**

Respecto a las compañías que han participado en esta décima edición del informe, se ha observado que **el 29%³⁰ cuentan con este distintivo de "Igualdad en la Empresa"**, contribuyendo de esta manera a la ejecución de **buenas prácticas y experiencias en igualdad de oportunidades** entre mujeres y hombres en el ámbito laboral.

La lucha por el equilibrio de género entre los administradores

Históricamente, la administración de las sociedades se ha formado principalmente por hombres. De este modo, para lograr la paridad de oportunidades entre ambos géneros, la **Directiva Europea 2022/2381 relativa a un mejor equilibrio de género entre los administradores de las sociedades cotizadas** y a medidas conexas³¹, busca alcanzar un **equilibrio de mujeres y hombres entre los administradores de las sociedades cotizadas** mediante la introducción de medidas destinadas a acelerar el proceso.

La directiva será **traspuesta a nivel local por cada Estado miembro**, que deberá garantizar que antes del **30 de junio de 2026**, las sociedades cotizadas:

- Cubran el **40% de los puestos de administrador no ejecutivo con miembros del sexo menos representado**, pudiendo alcanzar hasta el 49%
- O cubran el **33% de los puestos de administrador, incluidos ejecutivos con miembros del sexo menos representado**, pudiendo alcanzar hasta el 49%

Las empresas cotizadas que no alcancen los previos objetivos deberán:

- **Ajustar su proceso de selección de candidatos** para puestos de administrador

30. Dato calculado con las empresas de la lista de la red DIE en diciembre de 2023: <https://www.igualdadenlaempresa.es/DIE/red-DIE/home.htm>.

31. Texto de ley: <https://www.boe.es/doue/2022/315/L00044-00059.pdf>

- **Escoger al candidato del sexo menos representado en caso de que los aspirantes estén igualmente capacitados** en aptitud, competencia y prestaciones profesionales

Las empresas estarán obligadas a presentar anualmente **información sobre la representación de género de sus consejos de administración y las medidas adoptadas para lograr los objetivos presentados por la Directiva**. A partir de esta información, cada Estado miembro hará pública una lista actualizada periódicamente de las empresas habiendo alcanzado uno de los objetivos propuestos.

La búsqueda de la igualdad de retribución entre hombres y mujeres

La **Directiva 2023/970 refuerza la aplicación del principio de igualdad de retribución entre hombres y mujeres** por un mismo trabajo o un trabajo de igual valor a través de medidas de transparencia retributivas y de mecanismos para su cumplimiento³².

Esta normativa **garantiza la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer**, y se adoptan las medidas apropiadas con el objetivo de lograr el **derecho a la igual remuneración**, incluidas prestaciones, y a la igualdad de trato con respecto a un trabajo de igual valor, así como la igualdad de evaluación respecto a la calidad de este.

Para **asegurar la igualdad retributiva entre géneros**, las empresas se verán obligadas a:

- Mostrar **transparencia en cuanto a la banda retributiva inicial**, basándose en criterios objetivos y neutros con respecto al género
- **No solicitar el historial retributivo** del candidato

- **Publicar procesos de selección** con denominaciones de puestos de trabajo **neutros en cuanto al género**
- Poner a disposición del personal los **criterios utilizados para determinar la retribución** de los empleados, los niveles y la progresión retributivos
- Hacer **pública la brecha retributiva de género** a través de su sitio web o por otros medios

Mediante el estudio de los datos aportados por las empresas SERES, se ha observado que la **plantilla agregada del total de empresas participantes está formada por 53% hombres y 47% mujeres**.

Además, **el 71% de las empresas** han mostrado su preocupación por las diferencias salariales entre géneros, y han afirmado que tienen **marcados objetivos de reducción de brecha salarial**.

El Estado de información no financiera (EINF)

El **Informe de Estado de información no financiera (EINF)** tiene como objetivo identificar el avance de las empresas en **materia de sostenibilidad** y aumentar la **transparencia de información y confianza por parte de los miembros de la sociedad** en las empresas, mediante la publicación de **indicadores y métricas** que permiten hacer un seguimiento de las iniciativas llevadas a cabo en los **ámbitos Ambiental, Social y de Gobierno (ESG)**.

La **Ley 11/2018³³ formaliza la obligatoriedad de redactar y publicar el EINF** a ciertas empresas, ampliando el alcance de estas a medida que avanzan los años:

Para el reporte de los datos del año fiscal 2023, el alcance ha aumentado a **empresas con más de 250 trabajadores** que sean consideradas entidades de

interés público, o que reúnan durante dos ejercicios consecutivos:

- Partidas de activo superiores a 20 millones de euros, o
- Un importe neto anual mayor a 40 millones de euros

En relación con las empresas reflejadas en los datos del informe, **el 52% de estas cuentan con un informe anual exclusivo de información no financiera** orientado a comunicar sus resultados a la sociedad. Por otro lado, **el 48% disponen de un informe más amplio en el que se integra la información no financiera³⁴**.

La Propuesta de Directiva sobre diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad

La **Propuesta de Directiva sobre diligencia debida** de las empresas en materia de Sostenibilidad³⁵ busca fomentar la **responsabilidad empresarial y sostenible frente a la sociedad**, teniendo en cuenta la **propia actividad de la empresa y extendiéndose a su cadena de valor**.

Actualmente, la Propuesta de Directiva **continúa en trílogos** entre el Consejo y el Parlamento de la Unión Europea. Se espera que **una vez se apruebe se transponga a los 2 años para las empresas del Grupo 1 y a los 4 años para las empresas del Grupo 2**:

• **Empresas europeas:**

- Grupo 1: Empresas que, durante más de dos años consecutivos cuenten con más de 500 empleados y con una facturación neta de 150 millones de euros
- Grupo 2: Empresas que, durante más de dos años consecutivos cuenten

32. Texto de ley: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2023-80668>.

33. <https://www.boe.es/boe/dias/2018/12/29/pdfs/BOE-A-2018-17989.pdf>

34. Calculado con la respuesta del 94% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

35. https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:bc4dcea4-9584-11ec-b4e4-01aa75ed71a1.0001.02/DOC_1&format=PDF

con más de 250 empleados, una facturación global de 40 millones de euros y al menos un 50% de su facturación en sectores de alto impacto

• **Empresas no europeas:**

- Grupo 1: Empresas con una facturación neta de más de 150 millones de euros, durante dos años consecutivos en la Unión Europea
- Grupo 2: Empresas con una facturación neta de más de 40 millones de euros y al menos un 50% de su facturación en sectores de alto impacto

A pesar de que la OCDE ya contaba con una guía de recomendaciones estructurada en seis pasos, la regulación **concreta los requerimientos** en cada paso a seguir para **establecer un sistema de debida diligencia** y enfatiza que debe considerar los impactos adversos en DD.HH. y en medioambiente:

- Integrar la diligencia debida en las **políticas y procesos**
- Identificar **impactos adversos reales o potenciales** sobre los DD.HH. y el medioambiente
- **Prevenir o mitigar impactos** potenciales
- **Poner fin o minimizar los impactos reales**, con planes de acción
- Establecer y mantener un **procedimiento de quejas**
- Supervisar la **eficacia de la política y las medidas** de diligencia debida
- Y **comunicar públicamente su sistema** de diligencia debida

El objetivo de la Directiva de diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad es **complementar y profundizar las obligaciones de diligencia debida en materia de DD.HH. y medioambiente ya existentes en la Directiva de Informes de sostenibilidad Corporativa (CSRD) y en la Taxonomía.**

A nivel nacional, se está desarrollando un **anteproyecto de Ley de protección de los DD.HH., de la sostenibilidad y diligencia debida** en las actividades empresariales transnacionales, que garantizará el acceso a la justicia para las posibles víctimas de vulneraciones.

De este modo, este año se ha querido evaluar el avance de las empresas con respecto a posible entrada en vigor de esta regulación y se ha observado que el **72%³⁶ de las organizaciones** disponen de una **estrategia de diligencia debida** para

evitar que se produzcan efectos adversos potenciales o reales en sus propias actividades o en las de su cadena de valor. Asimismo, **el 77%³⁷ de las empresas** declaran contar con una **política de diligencia debida**, lo que supone un **incremento porcentual sobre la cifra del año anterior de 3 puntos**. Esto refleja una mayor implicación por parte de las empresas en relación con las buenas prácticas y mejoras a la hora de identificar, prevenir, mitigar y explicar la manera en la que se abordan los efectos adversos a los que se pueden enfrentar. Además, **el 84%³⁸ de las participantes** afirma **integrar la diligencia debida en todas las políticas corporativas de buen gobierno.**

A pesar de la labor de las empresas para incorporar los requerimientos establecidos en la Propuesta de Directiva de diligencia debida en materia de sostenibilidad empresarial, planteada y definida por



36. Calculado con la respuesta del 92% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

37. Calculado con la respuesta del 94% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

38. Calculado con la respuesta del 94% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

la Comisión Europea, estas tienen que **anticiparse al cumplimiento de los requerimientos** que se plantean. Entre otros puntos, la estrategias y políticas de diligencia debida deben:

- Abordar los **efectos adversos tanto reales como potenciales sobre Derechos Humanos en toda la cadena de valor** de las organizaciones.
- **Aplicar diferentes mecanismos** entre los que se incluyen las auditorías en materia de DD.HH., la involucración de los grupos de interés en la toma de decisiones, la aplicación de requisitos de transparencia, las evaluaciones periódicas de la eficacia de las medidas establecidas de debida diligencia y el establecimiento de compromisos con los socios comerciales.

Además de la elaboración de políticas, el **89%**³⁹ de las empresas declaran estar adoptando las **medidas apropiadas para identificar los impactos adversos en los DD.HH.** y en aspectos sociales, ya sean existentes o potenciales, provocados por su actividad, la de sus filiales o la de su cadena de suministro. De este modo, una vez han identificado los posibles impactos adversos han implementado medidas para prevenirlos y mitigarlos:

- El **97%** de las empresas declaran haber adoptado un **Código de Conducta**.
- El **85%** de las participantes fortalecen y aumentan la **exigencia de sus cláusulas contractuales**.
- El **70% y 66%**, cuentan con **metodologías de evaluación de riesgos ESG de proveedores como parte del**

proceso de compras, y han establecido **mecanismos de reclamación**, respectivamente.

- El porcentaje de empresas implicadas en la **formación a los grupos de interés** es de un **57%**, siendo este **14 puntos porcentuales mayor en comparación con el dato de la edición anterior**.

Para los impactos adversos que no pueden ser prevenidos, **el 92%**⁴⁰ de las empresas participantes **establecen medidas para ponerles fin y minimizar su alcance**. Adicionalmente, **el 75%**⁴¹ de las empresas **evalúa periódicamente la eficacia de las medidas** de identificación, prevención y mitigación de los impactos adversos en DD.HH. y buen gobierno.

Estas evaluaciones de eficacia permiten reflejar las medidas que necesitan ser reforzadas. Por este motivo, a corto plazo⁴²:

- El **49%** ha considerado tanto la integración de **cláusulas contractuales** como la **implementación de metodologías de evaluación de riesgos ESG de proveedores** como parte del proceso de compras.
- El 46% va a adoptar códigos de conducta o actualizar los códigos ya existentes y **el 43%** va a reforzar las **acciones de formación a los grupos de interés**.
- Únicamente **el 31% y el 28%** tienen pensado llevar a cabo **auditorías propias e independientes en proveedores en materia de derechos laborales**, trabajos forzados, trabajo infantil, respectivamente.

A pesar de integrar medidas y mecanismos internos para gestionar los impactos adversos en los Derechos Humanos y el buen gobierno, solamente **el 27%**⁴³ de las empresas participantes **publica en su página web una declaración anual sobre los aspectos regulados en la propuesta de Directiva**. Asimismo, el 44% divulga de manera pública su estrategia de diligencia debida y los resultados de las evaluaciones de riesgos ESG en su actividad y su cadena de suministro; el **32% no divulgan esta información y el 25% no cuenta con una estrategia de diligencia debida**⁴⁴.

La Directiva de Informes de sostenibilidad Corporativa (CSRD)

Motivados por la actualización de la normativa europea en materia de información no financiera y sostenibilidad en el ámbito empresarial, han surgido **cambios con respecto a las directivas existentes** de reporting de informes, aplicándose al mismo tiempo en el **marco normativo español**.

Reemplazando a la existente Directiva de Información No Financiera (NFRD), en noviembre de 2022 la UE estableció una normativa de sostenibilidad, conocida como **Directiva de Informes de sostenibilidad Corporativa**⁴⁵, denominada por sus siglas en inglés CSRD. Esta directiva busca conseguir una mayor **transparencia respecto al reporte de aspectos ambientales, sociales y de gobernanza relacionado con las actividades desarrolladas a lo largo de la cadena de valor** de las compañías. Al mismo tiempo, pretende implementar ciertos estándares europeos que permitan un mayor grado de homogeneidad en los informes de reporting.

39. Calculado con la respuesta del 92% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

40. Calculado con la respuesta del 92% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

41. Calculado con la respuesta del 89% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

42. Calculado con la respuesta del 92% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

43. Calculado con la respuesta del 85% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

44. Calculado con la respuesta del 86% de las empresas miembros de SERES que participaron en el análisis.

45. <https://www.pactomundial.org/noticia/csrd-ultimas-claves-de-los-informes-de-sostenibilidad-del-futuro/#:~:text=La%20CSRD%20o%20Directiva%20sobre,empresas%20de%20la%20Uni%C3%B3n%20Europea.>

Esta nueva normativa, **alcanza un perímetro** de aplicación mucho más amplio, que comenzará incluyendo aproximadamente a **11.700 empresas en su inicio en el ejercicio 2024** que se verán afectadas por CSRD, y con el tiempo irá aumentando, **llegando a afectar a un total de 50.000 empresas**, incluidas al menos **10.000 empresas extranjeras que operan en la UE**.

Con este cambio en la regulación, se pretenden alcanzar **cambios significativos en el comportamiento y gestión de las empresas** con el objetivo de acercarlas a una **economía verdaderamente sostenible**, desarrollando una mayor **concienciación en cuanto a posibles riesgos a afrontar** y evaluando las

oportunidades que se presenten para integrar las mejoras pertinentes.

En junio de 2023 se **publicaron los criterios de los informes finales**, que hacen referencia a los **requerimientos específicos de los estándares ESRS propuestos por EFRAG** (Grupo Asesor Europeo de Informes Financieros). Los ESRS (European Sustainability Reporting Standards), se establecen para el reporting de sostenibilidad en la CSRD, y cubren las cuestiones ESG compatibles a su vez con los principios de reporte de GRI. Por otra parte, **EFRAG** es una entidad privada establecida en 2001, que desempeña un papel muy relevante en el **proceso de elaboración y aplicación de los ESRS**, ya que proporciona **asesoramiento y orientación a nivel técnico** respecto a

los temas clave de sostenibilidad para la elaboración de informes.

Los requerimientos específicos ESRS⁴⁶ se desglosan en **12 estándares ESG**, incluyendo 2 transversales, 5 del ámbito de mediambiente, 4 de social y 1 de gobierno.

Los dos estándares transversales generales están estructurados en el **ESRS 1 de Requerimientos Generales y el ESRS 2 de Divulgaciones Generales**, e incluyen los requisitos de divulgación sobre la información que la empresa debe aportar sobre **todos los asuntos de sostenibilidad** en las áreas de información de gobernanza, estrategia, gestión de impacto, riesgos y oportunidades, y objetivos.



46. <https://www.efrag.org/lab6>

Además de los generales, se encuentra la divulgación de los requerimientos ESG específicos, que hacen referencia a estándares temáticos independientemente del sector de las empresas. Concretamente los factores de mediambiente incluyen los siguientes requerimientos de información:

Medioambiente				
ESRS E1 – Cambio climático	ESRS E2 – Contaminación	ESRS E3 – Recursos hídricos y marinos	ESRS E4 – Biodiversidad y ecosistemas	ESRS E5 – Uso de recursos y economía circular
<ul style="list-style-type: none"> Mitigación Adaptación Transición 	Prevención y reducción de la contaminación: <ul style="list-style-type: none"> Emisión de gases a la atmósfera Vertido de agua Residuos Suelos contaminados 	<ul style="list-style-type: none"> Consumo, extracción, descarga y reciclaje de agua Huella hídrica Calidad y disponibilidad del agua 	<ul style="list-style-type: none"> Impactos directos e indirectos sobre la biodiversidad terrestre, marina y de agua dulce Dependencia de los servicios ecosistémicos Contribución a la conservación 	<ul style="list-style-type: none"> Uso eficiente de recursos naturales no renovables Uso sostenible de recursos naturales renovables Diseño circular Reutilización Reparación Reciclaje Eliminación

Respecto a los requerimientos sociales, se tratan los siguientes estándares:

Social			
ESRS S1 – Plantilla propia	ESRS S2 – Trabajadores en la cadena de valor	ESRS S3 – Comunidades afectadas	ESRS S4 – Consumidores y usuarios finales
<ul style="list-style-type: none"> Composición, diversidad e inclusión de la fuerza laboral Reclutamiento, retención, capacitación, desarrollo, remuneración y diálogo social 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de los Derechos Humanos laborales en relaciones comerciales directas e indirectas Diligencia debida Impactos laborales positivos en la cadena de valor 	<ul style="list-style-type: none"> Diligencia debida Derechos Humanos en la cadena de valor Impactos positivos en comunidades y economías locales 	<ul style="list-style-type: none"> Seguridad y salud de los consumidores Protección de datos personales Acceso a productos o servicios esenciales Satisfacción del cliente Gestión de reclamaciones

Respecto a las empresas participantes, se ha analizado su **implicación en base a la aplicación de los estándares EFRAG en su negocio**, y se ha concluido que **el 45% de estas ya ha realizado un análisis GAP de la normativa para su negocio, y un 2% está en proceso de hacerlo.**

De estas compañías involucradas con los requerimientos que aplican a esta norma, las mismas han encontrado los **principales GAPS en primer lugar en el estándar ESRS E4 Biodiversidad y ecosistemas**, que representa la **primera prioridad para el 25% de las empresas**, y corresponde al ámbito medio ambiental. Seguido como **segunda prioridad destaca el ESRS E1 Cambio Climático con un 21% de empresas**, y como **tercera el ESRS S2 Trabajadores en la cadena de valor, con un 13% de empresas**, siendo esta última prioridad correspondientes al ámbito social.

En cuanto al resultado agregado del total de prioridades para las empresas que analizan los GAPS principales de EFRAG, en primer lugar, vuelve a destacar por un **50% de las empresas el ESRS E4 Biodiversidad y ecosistemas, en segundo lugar, con un 42% el ESRS S2 Trabajadores en la cadena de valor, y en tercer lugar con un 33% de las compañías el ESRS E1 Cambio Climático.**

Por último, de los estándares relacionados con gobierno está el **ESRS G1 Conducta empresarial**, que cubre los subtemas de cumplimiento normativo, la prevención y la gestión de la corrupción, el blanqueo de capitales, la competencia leal, la transparencia fiscal y la participación política responsable.

En general, **las empresas participantes tienen en cuenta tanto el ámbito medioambiental como el social a la hora**

de encontrar los GAPS que solventar, sin embargo, el ESRS de gobernanza no se tiene en cuenta por ninguna empresa como prioritario a analizar.

A su vez, de los estándares ya publicados mencionados previamente, derivan en **84 requerimientos de reporting**, aportando **información tanto cualitativa como cuantitativa**. El incremento de dichos requerimientos en materia de sostenibilidad genera también un **aumento en los desafíos a los que se enfrentan las organizaciones.**

Los **requerimientos de reporting son obligatorios** para las empresas si se considera que el aspecto que tratan es **material para ellas**. Es por ello por lo que la CSRD aclara el concepto de doble materialidad, aportando una lista de **temas y subtemas materiales a valorar** por parte de la empresa y los grupos de interés con el fin de elaborar un **análisis de doble materialidad**, que tenga en cuenta la materialidad financiera y la materialidad de impacto sobre el mediambiente y la sociedad.

El 70% de las empresas consideran que sus principales GAPS de reporting están relacionados con los impactos, riesgos y oportunidades. Seguido por el 39% de empresas, que identifica como GAP de reporting las métricas y objetivos, el 26% de empresas seleccionan las políticas, y por último el 22% de las empresas el proceso de doble materialidad.

Frente a las posibles soluciones para evaluar cómo se van a afrontar estos GAPS encontrados, **la mayoría de las empresas están de acuerdo en que hay que, en primer lugar, profundizar en el análisis de la materialidad**, aplicando el nuevo **enfoque de doble materialidad**. Además,

hay que **estructurar bien los ESRS por temáticas** bajo gobernanza, estrategia y gestión de riesgos y oportunidades a nivel de temas y subtemas.

A futuro, será necesario que las empresas **desarrollen estrategias que gestionen los impactos externos, y los riesgos y oportunidades a nivel interno**. Estas estrategias estarán conformadas por **acciones, políticas, métricas y objetivos**, que se deberán **reportar anualmente para los ESRS materiales**.

Actualmente, los estándares sectoriales están pendientes de desarrollo, se espera también la aprobación de estándares adaptados a pymes, estándares voluntarios adaptados para pymes no cotizadas y microempresas, y por último estándares adaptados para empresas no europeas a las que aplique la CSRD.

La CSRD busca crear un **flujo coherente de información en materia de sostenibilidad a lo largo de la cadena de valor** ascendente y descendente, **alineándose con otros requerimientos ESG** desarrollados en diferentes normativas, como la taxonomía. Por este motivo, los estándares mencionados hacen alusión a los conceptos principales de este marco regulatorio, y **las empresas sujetas a la CSRD deben divulgar su alineación con la taxonomía.**

Taxonomía ambiental y social

La **Taxonomía Europea** es un sistema de clasificación establecido por la Unión Europea⁴⁷, que determina en qué medida las **activades económicas de las empresas pueden considerarse sostenibles**.

Esta herramienta entró en vigor en julio de 2020, convirtiéndose en uno de los primeros esfuerzos significativos para

47. <https://aplanet.org/es/recursos/todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-la-nueva-taxonomia-de-la-ue/>

regular los requisitos de divulgación de información no financiera. Desde entonces, ha ido tomando un papel crucial en la transición de las compañías hacia una **economía más sostenible y consciente del mediambiente**, permitiendo a las empresas diferenciar qué proyectos afectan negativamente al clima y al mediambiente.

Las empresas que se ven afectadas por esta regulación, tienen que cumplir con la **divulgación de las medidas que toman en cuestiones relacionadas con ESG**. Los objetivos principales se centran en ayudar a las empresas y a los inversores a llevar su transición hacia un modelo económico europeo más sostenible, en consonancia con otros compromisos políticos con enfoque en la sostenibilidad como el **Pacto Verde Europeo y el Acuerdo de París**.

Según la descripción de los plazos y las fechas clave de divulgación obligatoria del calendario de aplicación de la Taxonomía

Europea, a partir de **enero de 2023**, las **entidades financieras deberán comenzar a divulgar el informe de elegibilidad**. Este término se refiere a la evaluación de si una actividad económica específica está incluida en esta normativa y si cumple con los requisitos técnicos de selección y los umbrales definidos para ser considerada como una actividad sostenible. De cara a clasificar una actividad económica como medioambientalmente sostenible o “alineada” con la Taxonomía, esta se deberá llevar a cabo en conformidad con las **Salvaguardas Mínimas (SM)**, Art 3 y 18 del Reglamento de Taxonomía.

El reglamento considera que una actividad es sostenible si cumple con la lista de estos seis objetivos medioambientales:

- Mitigación del cambio climático
- Adaptación al cambio climático

- Uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos
- Transición hacia una economía circular
- Prevención y control de la contaminación
- Protección y recuperación de la biodiversidad y los ecosistemas

La **Taxonomía Social de la UE** presenta una serie de **dificultades a la hora de su implementación**, teniendo en cuenta que los parámetros analizados tienen un carácter más subjetivo que los ambientales, por lo que **complica su monitorización** y al mismo tiempo dependen del contexto para poder definir las actividades como socialmente sostenibles.

Asimismo, se han identificado **4 pilares de cumplimiento** respecto a las Salvaguardas Mínimas Sociales⁴⁸:

Pilares	Cuestión	Aspectos a valorar
Derechos Humanos	Se ha establecido un proceso de diligencia debida en materia de Derechos Humanos (HRDD)	No se ha establecido un proceso de HRDD siguiendo los seis pasos de los UNGPs y OCDE
	Señal que demuestre que no se ha implementado adecuadamente la HRDD o que se ha incumplido la normativa internacional de Derechos Humanos	La empresa o alta dirección ha sido declarada responsable legalmente en alguna causa judicial
Corrupción	Cuenta con procesos de prevención, como controles internos o medidas de detección y prevención de sobornos	Políticas, procesos, programas o medidas de prevención
	La empresa ha sido condenada judicialmente por incumplir leyes de corrupción o soborno	Procesos en los que se ha encontrado evidencia de responsabilidad legal en el incumplimiento de la normativa en materia de corrupción o soborno
Fiscalidad	Se tratan la gobernanza y el cumplimiento tributario como elementos importantes de supervisión y existen estrategias y procesos de gestión de riesgo fiscal	Cumplir con las leyes y regulaciones tributarias Cooperar con las autoridades tributarias Compromisos reflejados en los sistemas
	La empresa ha sido declarada responsable por evasión fiscal	Procesos en los que se hayan encontrado evidencias de responsabilidad legal en el incumplimiento de la normativa en materia de evasión fiscal
Competencia justa	Se promueve la concienciación de los empleados sobre el cumplimiento de las leyes y reglamentos de competencia	Políticas relacionadas con la competencia Formación en relación con el cumplimiento de leyes y reglamentos
	La empresa ha sido finalmente condenada judicialmente por incumplir leyes de competencia	Procesos en los que se ha encontrado evidencia de responsabilidad legal en el incumplimiento de normativa en materia de competencia

48. https://finance.ec.europa.eu/system/files/2022-10/221011-sustainable-finance-platform-finance-report-minimum-safeguards_en.pdf



Metodología

En este último apartado se detalla la metodología aplicada para la elaboración y redacción de la X edición del Informe del Impacto Social de las empresas.

- En primer lugar, se han analizado los datos cuantitativos y cualitativos correspondientes a la contribución de 66 empresas SERES en el ámbito social de la sostenibilidad, obtenidos gracias a la participación voluntaria de estas empresas en la cumplimentación de un cuestionario conteniendo alrededor de 60 indicadores.
- En segundo lugar, se ha desarrollado una sección que abarca la evolución de la normativa aplicada a la esfera social teniendo en cuenta también el alineamiento de las empresas SERES con

los requerimientos actuales y futuros. La información aportada en la sección sobre las diferentes normativas y el estado actual del ámbito social se ha obtenido de las páginas oficiales de la Comisión Europea.

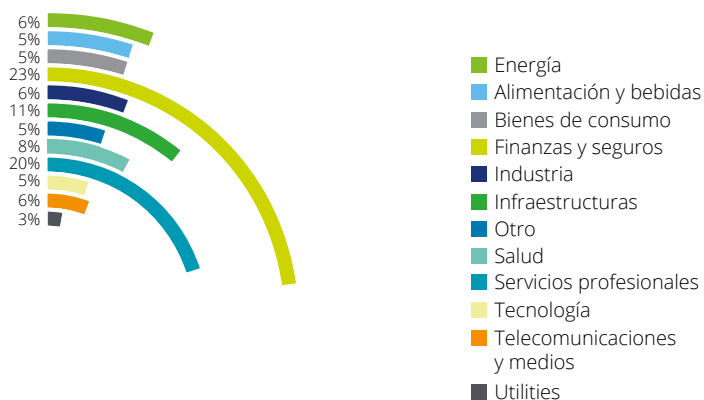
Mediante el siguiente gráfico se muestra la distribución de las empresas SERES participantes en la elaboración del informe según el sector al que pertenecen:

Las empresas participantes tienen un impacto socioeconómico cuantificado en 1.309.560 empleos y una facturación equivalente al 34% del PIB en España.

A continuación, se detallan algunas limitaciones generales del modelo de recolección y tratamiento de los datos aportados:

- Toda la información cuantitativa y cualitativa del informe ha sido obtenida de fuentes de información públicas o de los cuestionarios cumplimentados por las empresas.
- Los datos de las empresas sobre los que se ha informado son los datos correspondientes con el ejercicio 2022, debido a que se necesitan datos consolidados para la elaboración del escrito.
- Ni Deloitte ni Fundación SERES han auditado o realizado ningún tipo de procedimiento de aseguramiento o verificación sobre la información contenida en este informe.
- Todas las fuentes de información se han desglosado en el informe convenientemente.
- Las empresas encuestadas pueden haber modificado su criterio de respuesta a la encuesta a lo largo de las diferentes ediciones del informe, por lo que la comparativa de los datos entre informes puede verse afectada.
- Las conclusiones extraídas en este informe con base en dichas respuestas constituyen una muestra de las opiniones particulares de las empresas participantes. De haberse obtenido información sobre otra muestra de empresas las conclusiones podrían ser diferentes.
- Para el análisis de la visión sectorial de la dimensión social de la sostenibilidad, se han analizado los datos aportados por las empresas de los diferentes sectores participantes, a excepción de las empresas incluidas en la categoría de "Otro".

Distribución de las empresas por sector



Deloitte.

Deloitte hace referencia a Deloitte Touche Tohmatsu Limited («DTTL») y a su red global de firmas miembro y sus entidades vinculadas, ya sea a una o a varias de ellas. DTTL (también denominada «Deloitte Global») y cada una de sus firmas miembro son entidades jurídicamente separadas e independientes. DTTL no presta servicios a clientes. Para obtener más información, consulte la página www.deloitte.com/about.

Deloitte presta servicios de auditoría, consultoría, legal, asesoramiento financiero, gestión del riesgo, tributación y otros servicios relacionados, a clientes públicos y privados en un amplio número de sectores. Con una red de firmas miembro interconectadas a escala global que se extiende por más de 150 países y territorios, Deloitte aporta las mejores capacidades y un servicio de máxima calidad a sus clientes, ofreciéndoles la ayuda que necesitan para abordar los complejos desafíos a los que se enfrentan. Los más de 346.000 profesionales de Deloitte han asumido el compromiso de crear un verdadero impacto.

Esta publicación contiene exclusivamente información de carácter general, y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro o entidades asociadas (conjuntamente, la “Red Deloitte”), pretenden, por medio de esta publicación, prestar un servicio o asesoramiento profesional. Antes de tomar cualquier decisión o adoptar cualquier medida que pueda afectar a su situación financiera o a su negocio, debe consultar con un asesor profesional cualificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte será responsable de las pérdidas sufridas por cualquier persona que actúe basándose en esta publicación.

© 2024 Deloitte

Diseñado y producido por el Dpto. de Marketing & Brand, Madrid.

