



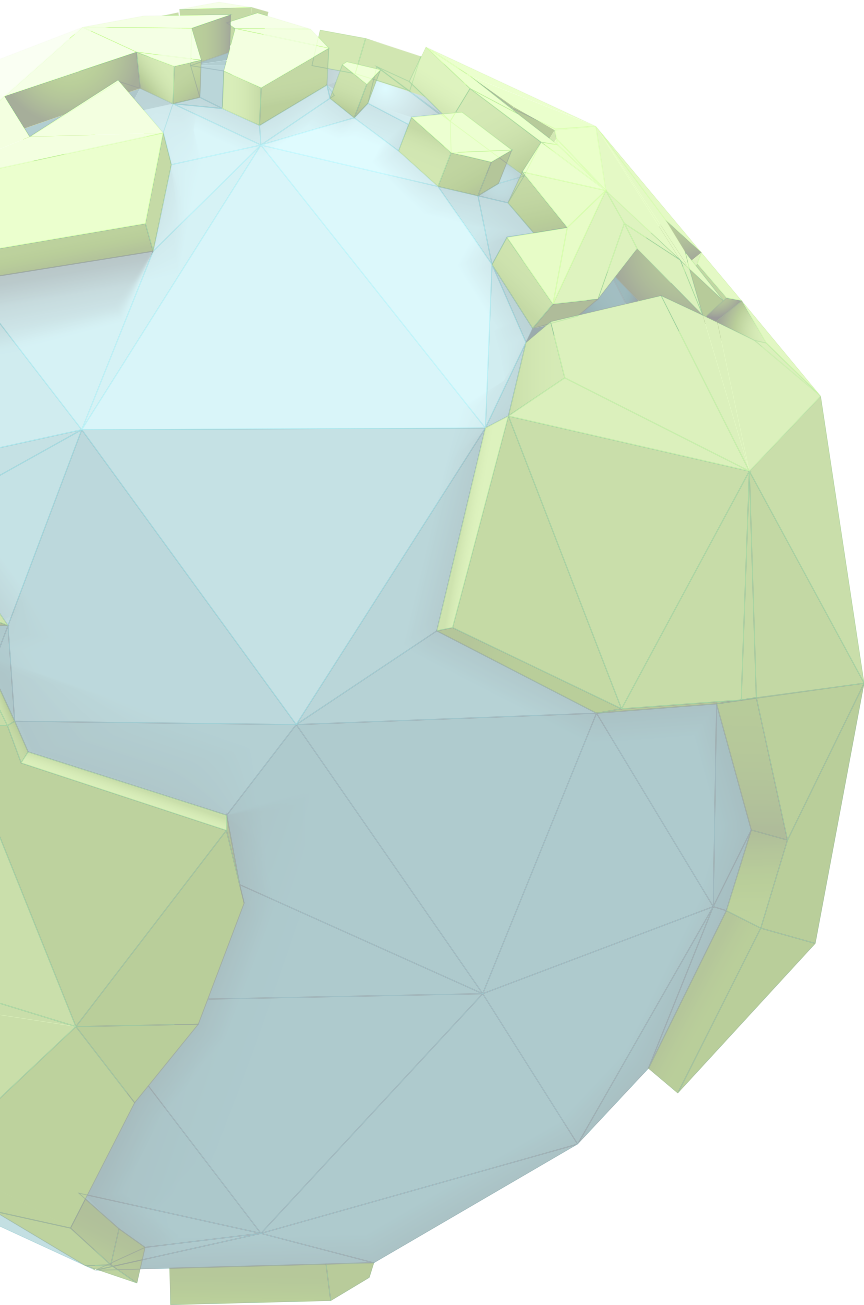
SERES, valor social 2021

IX Informe del impacto
social de las empresas

Febrero 2023

Contenido

Introducción	5
Empresas participantes	8
Objetivo y alcance del informe	12
Principales resultados de la contribución social de las empresas en España en 2021	16
La contribución de las empresas SERES a la Agenda 2030	18
Capital persona	24
Capital organizacional	34
Capital relacional	46
Capital económico	50
Capital de comunicación social	54
Retos sociales actuales y futuros	58
Horizonte normativo del componente social	62
Metodología	68



Introducción



Fernando Ruiz
Presidente de la Fundación SERES

El *Global Risk Report* que elabora anualmente el *World Economic Forum* alertaba este año de los riesgos sociales en alza y un clima general de fragmentación. Este tipo de retos sociales a los que nos enfrentamos exigen la intervención de todos los actores sociales y las empresas han demostrado que son una pieza fundamental para abrazar ese cambio e implementar nuevos modelos. Solo de esta forma podremos dibujar un futuro empresarial que asegure la responsabilidad y la inclusión social.

Precisamente el propósito de SERES cuando nació hace más de una década es éste: 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. Es un momento extraordinario, en el que una gestión responsable no solo es importante, sino extremadamente necesaria.

Este informe del Impacto social de las empresas, en el que hemos tenido el orgullo de participar junto con Deloitte, recoge importantes indicadores de contribución social. Es un documento, que en las nueve ediciones que ya hemos publicado, evidencia el efecto transformador de las compañías y de la construcción de valor responsable como resultado de la colaboración de diferentes agentes.

Es el momento de avanzar y consolidar la recuperación, de continuar dando pasos firmes y seguros que permitan a la sociedad recuperar la confianza a medio y largo plazo. Las empresas tienen un papel fundamental para regenerar esa confianza e impulsar el desarrollo de una sociedad más justa. Es urgente generar impacto social positivo al mismo tiempo que se produce un impacto económico. Nos referimos a que el mañana solo puede construirse a través de compañías socialmente comprometidas.



Mª Concepción Iglesias

Socia líder en Sostenibilidad y Clima de Deloitte España y Patrona de la Fundación Deloitte

Alcanzar los objetivos de desarrollo económico asociados con la Agenda 2030 requiere, de acuerdo con Naciones Unidas, un esfuerzo global con grandes inversiones en los próximos años. Primero la pandemia y más recientemente la guerra, con el impacto en inflación y la crisis energética, han impulsado que instituciones y administraciones trabajen para reordenar las prioridades y dar respuesta a la demanda social. El mercado y los reguladores reconocen también a las empresas como agente clave del cambio hacia un desarrollo económico sostenible, y ya no hay duda de que los inversores esperan, junto con la rentabilidad financiera, una rentabilidad social de las empresas.

SERES y Deloitte llevan nueve años midiendo el compromiso social de las empresas. A pesar de la excepcionalidad de muchas de las medidas sociales que se tomaron en 2020 con motivo de la pandemia, el compromiso del conjunto empresarial en esta edición de 2021 se refrenda: aumenta un 17% el volumen de proyectos sociales en los que se han implicado; crece 12 puntos, hasta el 88%, el porcentaje de empresas que cuentan con programas de voluntariado corporativo; y crece la inversión social un 3%. Una inversión que se materializa gracias a la colaboración del sector privado con una importante red de entidades sociales.

Para seguir avanzando las empresas deberán definir su propósito como base de la estrategia ESG y aterrizar la ambición en la dimensión social, con objetivos, compromisos, indicadores y medidas de responsabilidad empresarial que incluyan a la sociedad, las comunidades locales, los clientes, los trabajadores propios y los de la cadena de valor. Tenemos ya herramientas para hacerlo de una forma homogénea. La nueva directiva de información corporativa de sostenibilidad recoge para estos grupos cuatro nuevos estándares de reporte en el ámbito social, en los que las empresas encontrarán más de 200 subindicadores para reporte, que podrán utilizar, junto con los requerimientos de los analistas, cómo medir su actuación social. Por su parte, la propuesta de directiva de diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad pondrá fin a la voluntariedad de las compañías para identificar, vigilar y remediar los impactos negativos de su actividad y la de su cadena de valor, lo que exigirá reforzar las políticas, procesos y gobierno de los posibles impactos adversos en los derechos humanos.

**Ana Sainz Martin****Ana Sainz, directora general de la Fundación SERES**

En los últimos años la agenda social ha girado en torno al liderazgo responsable y las iniciativas para acelerar la recuperación con modelos más inclusivos. El nuevo paradigma integra el compromiso empresarial como un elemento primordial para los inversores en todo el mundo y herramientas que permiten comparar el impacto de las empresas.

En Fundación SERES creemos que ese cambio debe pasar porque las empresas y sus líderes prioricen que los factores ESG son la mejor herramienta de gestión de riesgos y optimización de oportunidades a largo plazo. Y, para ello, deben tener una presencia real dentro de la estructura, la estrategia y los sistemas de la organización. Solo un enfoque holístico, coherente y transversal garantiza que se incorporen a la cultura de la compañía en todos los niveles.

Por esta razón medir el impacto positivo de las empresas es crucial como también lo es contar con metodologías que puedan medir el avance en la mejora de los factores sociales. Porque este año uno de los grandes aprendizajes ha sido la importancia y necesidad de métricas que nos lleven a evolucionar hacia lo que llamamos organizaciones de impacto (que definen, miden y gestionan estratégicamente sus objetivos financieros, sociales y ambientales).

Si el reto de este año nos ha situado en un contexto de tsunami normativo y necesidad de métricas, no menos importante es el papel de las compañías en la construcción de un nuevo mañana gracias a una empresa basada en la gestión responsable, la actuación con propósito y el compromiso empresarial conectado con los retos sociales. La responsabilidad de los líderes reside en inspirar y afrontar el reto de la transformación de las empresas a la hora de asumir su posición frente a los problemas sociales.

Esta novena edición del informe del impacto social de las empresas es un claro ejemplo de cómo la conexión con lo social se hace indispensable en un contexto de nuevas brechas y colectivos desfavorecidos. Porque sólo en una sociedad sana, pueden fortalecerse y crearse empresas sostenibles y de futuro. Agradezco la colaboración de Deloitte para hacer posible la redacción y publicación de este informe, que se ha convertido en una herramienta indispensable para obtener la fotografía de cómo se compromete el tejido empresarial español en la última década.

Empresas participantes

Este informe y la información aquí presentada sobre los indicadores de la contribución social de las empresas ha sido posible gracias a la participación de un total de 79 empresas, entre las que se encuentran **68 empresas de la Fundación SERES** que han aportado los resultados logrados a través de su actividad de la dimensión social de la sostenibilidad en 2021. Agradecemos la participación de los siguientes miembros:

accenture

acciona



Agbar

AMADEUS

Santander



bbk

BBVA



Damm

Deloitte.

DKV

Ebro



Fundación
iberCaja

caser
Grupo Helvetia

GARRIGUES

santalucía
SEGUROS

grupo social
ONCE



IBERIA

MELIÁ
HOTELS
INTERNATIONAL

MERCADONA
SUPERMERCADOS DE CONFIANZA

MUTUAMADRILEÑA

MUTUALIDAD
ABOGACÍA



redeia

REPSOL
Fundación

sacyr

SIEMENS
Gamesa

Softland™





De manera adicional, el informe cuenta con la participación de **11 empresas** y asociaciones de empresas de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), que han aportado su visión sobre las cuestiones sociales. Estas organizaciones han cumplimentado una versión resumida del cuestionario enviado a las empresas SERES, que incluye preguntas sobre los principales indicadores de cada capital y sobre los retos sociales a los que hacen frente. En este sentido, agradecemos la participación de los siguientes miembros

AECS	Federación Empresarial Española de Seguridad (FES)	Generali España de Seguros y Reaseguros S.A.
GES Seguros y Reaseguros S.A.	GFT IT Consulting	Grupo Antolin
Grupo Catalana Occidente	Laboratorios Boiron SIH SA	Lilly
NH Hotel Group	Prosegur Compañía de Seguridad	



Objetivo y alcance del informe

Fundación SERES, en colaboración con Deloitte, ha elaborado la IX Edición del Informe del Impacto Social de las empresas, un estudio que analiza la contribución social de las empresas españolas participantes.

En los últimos años, las exigencias regulatorias sobre los aspectos sociales han aumentado; una consecuencia del incremento de los riesgos sociales derivados de los cambios de contexto socioeconómico y tecnológico. En este sentido, de acuerdo con el informe de riesgos globales del World Economic Forum, en los últimos años se han incrementado los riesgos sociales, con un impacto cada vez mayor sobre la posible vulneración de Derechos Humanos.

El presente informe tiene como objetivo medir el progreso de la dimensión social de las empresas SERES y evaluar su contribución social a través de las iniciativas y proyectos con los que buscan tener un impacto positivo, reducir las desigualdades socioeconómicas y mejorar la vida de sus grupos de interés¹.

Este informe incluye las siguientes áreas:

- **Análisis cuantitativo y cualitativo** de la contribución social de las empresas, siguiendo el ya consolidado modelo de contribución basado en el Global Impact Model, donde analizamos a través de cinco capitales como:
 - Contribución de las empresas SERES, a través de sus proyectos sociales, a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

- Principales prácticas de la organización en la dimensión social.
- Tipología de actuaciones sobre distintos grupos de interés: sociedad, empleados, cadena de suministro, clientes.
- Financiación sostenible con impacto social.
- Actividades de sensibilización y difusión en materia de impacto social.
- **Visión cualitativa de las empresas sobre** los principales **retos sociales** a abordar.
- **Principales novedades legislativas** en el ámbito social y perspectivas de futuro.

La información a partir de la cual se han obtenido los resultados que se mostrarán en este informe ha sido obtenida de los cuestionarios cumplimentados por las empresas participantes o de fuentes de información públicas, tal y como se detalla en la sección dedicada a la metodología al final del informe. 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

En la primera edición del informe, Fundación SERES, con la colaboración de Deloitte, definió el modelo diseñado para evaluar la contribución social de las empresas basado en **5 capitales**.

Este modelo analiza los objetivos sociales de las empresas y los impactos resultantes de su actividad y se estructura alrededor de 5 capitales que se definen a continuación:





Capital persona

Evalúa el impacto de las iniciativas y las medidas de carácter social impulsadas por las empresas sobre las personas, como **beneficiarias** de proyectos, que buscan cubrir **necesidades sociales, desarrollo de capacidades y de oportunidades**

Capital organizacional

Evalúa las medidas adoptadas por las organizaciones para impulsar y asegurar el avance en los compromisos sociales con todos sus grupos de interés, a través de sus **políticas y procesos, su estructura de gestión y su modelo de gobierno**



Capital relacional

Analiza las iniciativas y acciones que permiten la **construcción y desarrollo de relaciones** con impacto social con distintos agentes, cómo entidades sociales, administraciones públicas, clientes, comunidades locales u otras organizaciones

Capital económico

Mide el impacto económico de los proyectos sociales a través del volumen de **inversión en proyectos sociales y la financiación sostenible**



Capital de comunicación social²

Valora cómo las empresas desempeñan la **comunicación, sensibilización y difusión de su impacto** en la sociedad a todos sus grupos de interés

2. A lo largo del informe cuando se habla de Capital de comunicación social, se hace referencia al Capital social de los anteriores informes.

Principales resultados de la contribución social de las empresas en España en 2021



CAPITAL PERSONA

29.104 proyectos han sido desarrollados por las empresas, un 17% más que en 2020

El **84%** de estos proyectos se llevaron a cabo en **territorio nacional**

El **55%** de los **proyectos** tienen como objetivo **promover la salud y el bienestar y fomentar la educación de calidad**

243.888 empleados participaron en **proyectos sociales**, el 17% de la plantilla agregada de las empresas participantes

El **88%** de las empresas **proponen programas de voluntariado corporativo** a sus empleados, lo que representa 12 puntos porcentuales más que en 2020

874.445 horas de voluntariado corporativo



CAPITAL ORGANIZACIONAL

El **88%** de empresas participantes **disponen de un área específica** o estructura organizativa **dedicada a la sostenibilidad donde se trata el aspecto social**

El **96%** de las empresas encuestadas **disponen de una estrategia de sostenibilidad alineada a su negocio** y un **77%** integra los objetivos de sostenibilidad en su plan estratégico

El **98%** de las empresas emplea **medidas para la conciliación de la vida familiar y laboral**

El **98%** de las empresas participantes **integra en su plantilla personas con discapacidad**, un incremento en 9 puntos porcentuales respecto el año pasado

Más del 80% de las empresas encuestadas considera que los **temas sociales mejor gestionados** dentro de las organizaciones **son garantizar la salud y seguridad de sus empleados y la formación**

El **74%** dispone de un **plan de contribución social**

El **86%** de las empresas **califica como muy importante integrar en sus actividades la conducta empresarial responsable y el respeto de los DDHH** en sus políticas y sistemas de gestión

El **88%** de las participantes **afirma integrar la diligencia debida** en todas las políticas corporativas de buen gobierno, si bien **será clave anticipar el grado de adecuación** del sistema de debida diligencia **con la nueva normativa**



CAPITAL RELACIONAL

22.781 colaboraciones con entidades sociales han sido realizadas por las empresas participantes, de media **331** colaboraciones por empresa

155,5 millones de inversión adicional a la propia han sido captados por las empresas participantes para lograr desarrollar proyectos sociales

Por cada euro de inversión propia en proyectos de impacto social se ha logrado captar un **11%** adicional de inversión de terceros

El **92%** de las empresas involucra a sus proveedores en sus actuaciones sociales

El **80%** de las empresas disponen de un plan para extender los compromisos y políticas sociales a lo largo de su cadena de valor

El **76%** de las empresas participantes son firmantes de convenios de DDHH y fomentan la defensa de los DDHH a través de sus actuaciones

El **74%** de ellas involucra a sus clientes en sus actuaciones del ámbito social de la sostenibilidad



CAPITAL ECONÓMICO

1.533,5 millones de euros de inversión total de las empresas en proyectos sociales

El **30%** de la inversión fue destinado a promover estándares de vida adecuados y mejora del bienestar social a través de los productos y servicios

El **14%** de la inversión realizada en proyectos de salud y bienestar

Alrededor del **15%** de las empresas han emitido instrumentos de financiación con criterios sociales

Más de **1.600** millones de euros recibidos por las empresas participantes en forma de financiación con criterios sociales



CAPITAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Todas las empresas encuestadas confirman haber desarrollado sensibilizaciones tratando el ámbito social de la sostenibilidad

El **98%** de las empresas dispone de al menos un informe anual de información no financiera

El **89%** de las empresas evalúa y comunica sobre el impacto de su contribución a los diferentes grupos de interés

13 ediciones de los Premios SERES con un total 46 actuaciones empresariales premiadas.

- 5 han sido realizadas por PYMES y 41 por grandes empresas
- 37 han centrado su impacto en España, 8 en países en desarrollo y 1 tiene impacto a nivel mundial

La contribución de las empresas SERES a la Agenda 2030

Las empresas, organizaciones sociales y demás actores de 195 países se movilizan para poder alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y llegar a 2030 de una manera más sostenible. En esta sección, la Fundación SERES y Deloitte se han marcado el objetivo de analizar y mostrar la contribución de las diferentes empresas participantes a los ODS mediante las acciones que ponen en práctica y los proyectos sociales que impulsan.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fueron adoptados en 2015 por más de 195 líderes mundiales como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible establecida por la ONU con la ambición de acabar con todos los problemas que vulneran los Derechos Humanos a horizonte 2030. Incluyen un conjunto de 17 objetivos globales con 169 metas asociadas que abarcan las tres dimensiones ESG: medioambiental, social y gobernanza. Las temáticas cubiertas incluyen entre otros el cambio climático, la educación, la pobreza, el trabajo decente, el fin de las desigualdades y la salud, todos ellos son temas para los que se han acordado medidas con el fin de poder lograr un futuro mejor y más sostenible para todos.

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

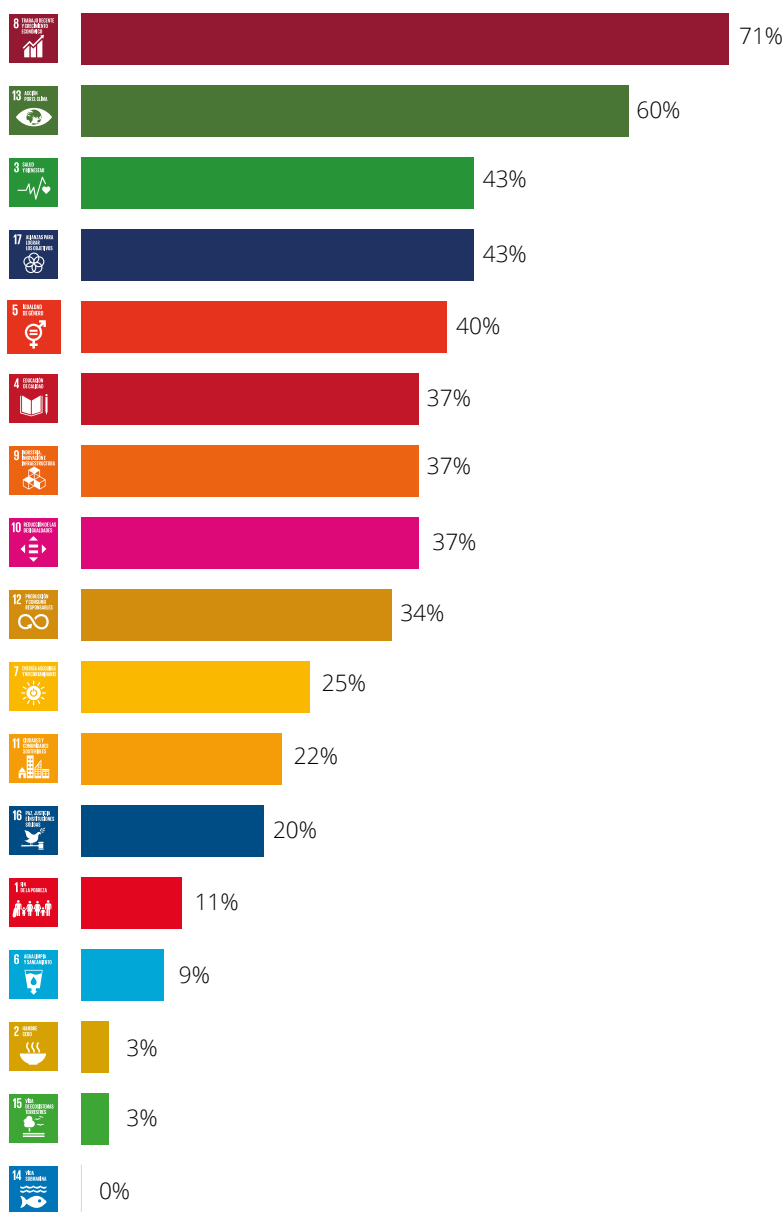
La mayoría de las empresas participantes contemplan los ODS en el desarrollo de su estrategia o a la hora de realizar su actividad. De hecho, el **80% de las empresas participantes consideran los ODS para el desarrollo de su estrategia de sostenibilidad** y el **45% de ellas ven los ODS como los ejes clave** sobre los que estructuran su contribución. En cuanto a los sectores analizados, el 100% de las empresas de bienes de consumo, tecnología, telecomunicaciones y medios, y utilities consideran los ODS como una pauta para definir su estrategia de sostenibilidad, mientras que la consideración de los ODS por las empresas de los otros sectores identificados se divide entre establecer su estrategia de sostenibilidad y constituir ejes sobre los que desarrollan su contribución.

El 80% de las empresas encuestadas consideran los Objetivos de Desarrollo Sostenible para el desarrollo de su estrategia de sostenibilidad



El 71% de las empresas participantes consideran el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” como uno de los prioritarios en su negocio

Distribución de las empresas por prioridad del ODS en su negocio



Las empresas han indicado los cinco ODS que consideran prioritarios en su negocio y se ha podido observar que el 71% de ellas estiman que el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” es el más prioritario para su negocio, seguido por el ODS 13 “Acción por el clima” (60% de las empresas), por los ODS 3 “Salud y bienestar” y ODS 17 “Alianzas para lograr los objetivos” con el 43% de las empresas y por el ODS 5 “Igualdad de género” (40% de las empresas).

Cuando analizamos los ODS prioritarios en los que cada sector focaliza su negocio, se observa que:

- Todas las empresas encuestadas del **sector de alimentación y bebidas** consideran los ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”, ODS 12 “Producción y consumo responsables” y ODS 13 “Acción por el clima” de gran importancia para su negocio.
- En cuanto al **sector de bienes de consumo**, las empresas participantes en el informe también identifican los ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” y ODS 12 “Producción y consumo responsables” como prioritarios para su actividad.
- La totalidad de las empresas del **sector energético** participantes en el estudio estiman importantes para el desarrollo de su negocio los ODS 7 “Energía asequible y no contaminante”, ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”, ODS 9 “Industria, innovación e infraestructura” y ODS 13 “Acción por el clima”.

Más de la mitad de los sectores considera el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” como uno de los prioritarios sobre los que focaliza su negocio

- En el **sector financiero**, el 85% de las empresas han elegido el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” y el 77% han coincidido con el ODS 10 “Reducción de las desigualdades”.
- Con relación al **sector de la industria**, todas las participantes coinciden con que el ODS 9 “Industria, innovación e infraestructura” es el más importante para el progreso de su negocio.
- El único sector para el que el ODS 11 “Ciudades y comunidades sostenibles” es de mayor prioridad es el sector de **infraestructuras**.
- La totalidad de las empresas del **sector de la salud** consideran el ODS 3 “Salud y bienestar” como prioritario para su actividad, seguido de los ODS 5 “Igualdad de género” y ODS 9 “Industria, innovación e infraestructuras” para el 67% de las empresas.
- El 91% de las empresas de **servicios profesionales** estiman que el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”, seguido por los ODS 4 “Educación de calidad” y ODS 17 “Alianzas para lograr los objetivos” para 82% de las empresas, son los más relevantes para su negocio.
- Para el 100% de las empresas del **sector de la tecnología**, el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” es el que tiene mayor prioridad para su actividad.

ODS seleccionados por las empresas participantes de cada sector como uno de los 5 ODS prioritarios sobre los que focalizan su negocio

 Alimentación y bebidas			
 Bienes de consumo			
 Energía			 
 Finanzas ³			
 Industria			
 Infraestructuras			
 Salud			
 Servicios profesionales ⁴			
 Tecnología			
 Telecomunicaciones y medios			 
 Utilities			

3. Incluye banca y aseguradoras. Las empresas de este sector no tienen un ODS al que estén contribuyendo el 100% de las empresas por lo que se representaron los ODS a los que están mayormente contribuyendo: El 91% de las empresas de servicios profesionales estiman que el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”, seguido los ODS 4 “Educación de calidad” y el ODS 17 “Alianzas para lograr los objetivos” para 82% de las empresas son relevantes para su negocio.

4. Las empresas del sector de Servicios profesionales no tienen un ODS al que estén contribuyendo el 100% de las empresas por lo que se representaron los ODS a los que están mayormente contribuyendo: el 85% de las empresas han elegido el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” y el 77% han coincidido con el ODS 10 “Reducción de las desigualdades”.

El 71% de las empresas se enfocan en el ODS 4 “Educación de calidad” a la hora de definir los objetivos de contribución social

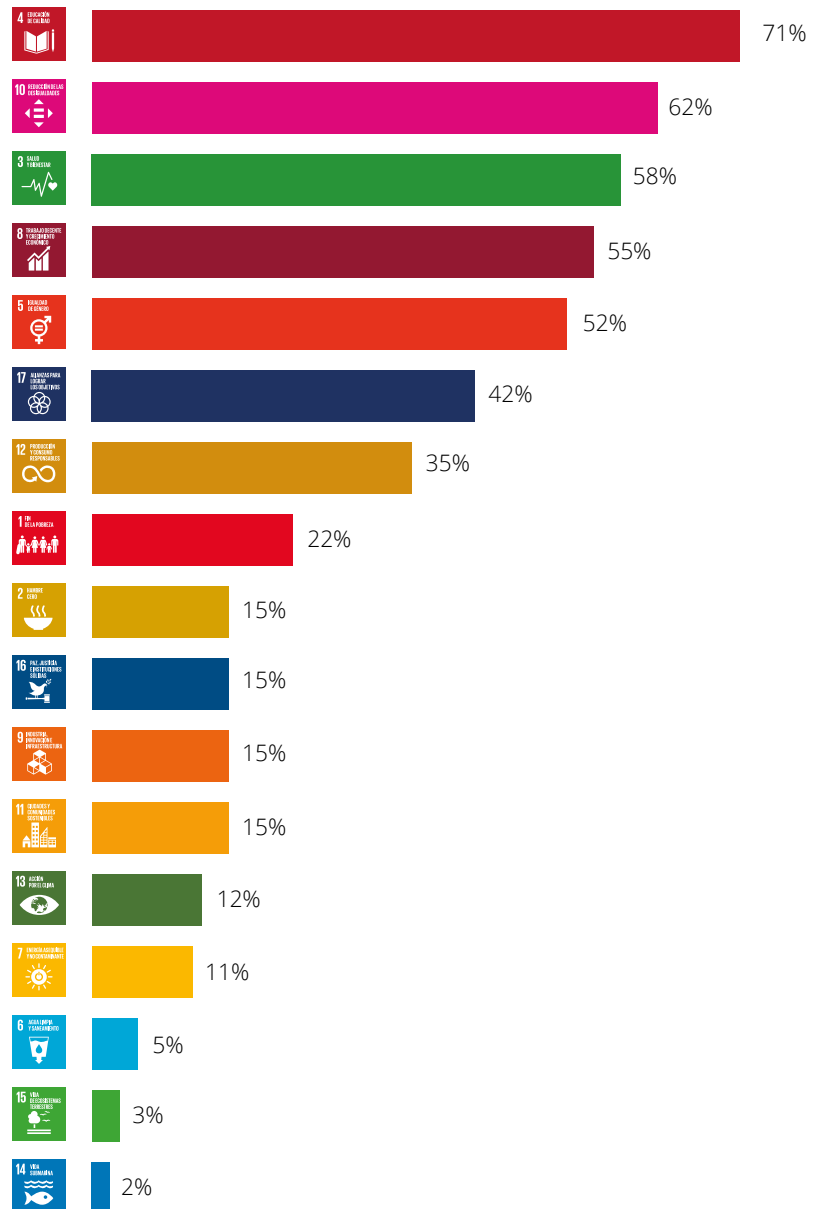
- Dentro del **sector de las telecomunicaciones y medios**, la totalidad de las empresas consideran el ODS 16 “Paz, justicia e instituciones sólidas” el más importante para el desarrollo de su negocio. El 66% de estas empresas también consideran los ODS 9 “Industria, innovación e infraestructura”, el ODS 10 “Reducción de las desigualdades” y el ODS 13 “Acción por el clima” prioritarios para su negocio.
- En el **sector de utilities**, el 100% de las empresas ven los ODS 6 “Agua limpia y saneamiento” y ODS 13 “Acción por el clima” prioritarios para el desarrollo de su actividad.

Alineamiento de la contribución social con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

- ODS 4. El **71%** de las empresas participantes priorizan su compromiso social en el fomento de la **educación de calidad**.
- ODS 10 y ODS 5. El **62%** de las compañías promueven la **reducción de las desigualdades** y el **52%** fomentan la **igualdad de género** gracias a los proyectos que desarrollan.
- ODS 3 y ODS 8. El **58%** de las empresas proponen proyectos sociales para mejorar la **salud y bienestar** de la sociedad, al mismo tiempo que el **55%** promociona actuaciones para suscitar el **trabajo decente y el crecimiento económico**.

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



Además, el **55% de las empresas afirma cuantificar el impacto que estas acciones generan sobre los ODS** y el 29% de las empresas afirma que identifica el impacto que su contribución a los ODS genera para su negocio.

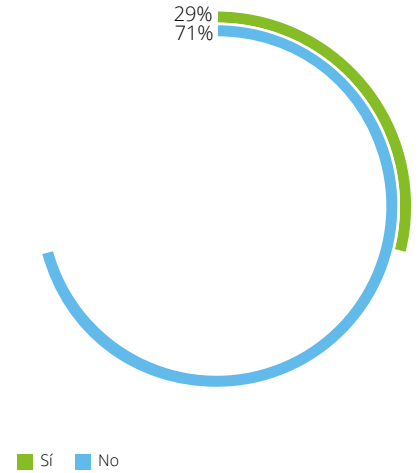
Cuando analizamos los ODS prioritarios en los que cada sector focaliza su compromiso social, se observa que:

- En el **sector de alimentación y bebidas todas las empresas** focalizan su plan en contribuir al ODS 10 “Reducción de las desigualdades”. Además, el 67% de ellas se están centrando en el ODS 2 “Hambre cero”, ODS 13 “Acción por el clima”, y ODS 17 “Alianzas para lograr los objetivos”.
- Asimismo, en el sector de **bienes de consumo**, el 100% se centran en contribuir al ODS 10 “Reducción de las desigualdades”. Igualmente, el 67% de las empresas de este sector focalizan su compromiso social en contribuir al ODS 1 “Fin de la pobreza”, ODS 3 “Salud y bienestar”, ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” y ODS 17 “Alianzas para lograr los objetivos”.
- Referente al **sector de servicios profesionales**, todas las empresas orientan su plan a la contribución al ODS 4 “Educación de calidad” y el 73% a los ODS 5 “Igualdad de género” y ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”.
- En el **sector energético** destaca que el 80% de las empresas están enfocando el trabajo que realizan a contribuir al ODS 7 “Energía asequible y no contaminante”, seguido por los ODS 4 “Educación de calidad”, ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” y ODS 13 “Acción por el clima” con un 60% de colaboración por parte de las empresas.

En relación con los ODS, ¿Se está cuantificando el impacto generado en ellos?



¿Está identificando el impacto que genera para su negocio la contribución a los ODS?



- Con relación al **sector financiero**, el 85% de las empresas coinciden en enfocar su compromiso social en el ODS 3 “Salud y bienestar”, el 77% de las empresas se centran en el ODS 10 “Reducción de las desigualdades” y el 69% en los ODS 5 “Igualdad de género” y ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”.
- Destaca el **sector industrial**, en el que **todas las empresas** orientan su compromiso social en contribuir al ODS 3 “Salud y bienestar” y el 67% al ODS 4 “Educación de calidad”.
- Al igual que el precedente, el 100% de las empresas del **sector de infraestructuras** están focalizando su trabajo en alcanzar el ODS 3 “Salud y bienestar”, seguido por los ODS 4 “Educación de calidad”, ODS 10 “Reducción de las desigualdades” y ODS 17 “Alianzas para lograr los objetivos” para el 67% de las empresas.
- También en el **sector de la salud**, **todas las empresas** centran su trabajo alrededor del ODS 3 “Salud y bienestar” y el 83% en el ODS 4 “Educación de calidad”.
- Dentro del **sector de la tecnología**, el 80% de las empresas enfocan su compromiso social en los ODS 5 “Igualdad de género” y ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”.
- Las empresas de las **telecomunicaciones y medios** focalizan su trabajo de manera más variada, por lo tanto, no hay un ODS en el que estén contribuyendo de manera destacable, si bien el 67% de las empresas de este sector centran su contribución social en el ODS 4 “Educación de calidad”, el ODS 5 “Igualdad de género”, el ODS 10 “Reducción de desigualdades” y el ODS 13 “Acción por el clima”.
- Por último, la **totalidad de las empresas** del sector de las **Utilities** centra sus acciones principalmente en el ODS 4 “Educación de calidad”. Asimismo, dos tercios de ellas trabajan en el ODS 6 “Agua limpia y saneamiento”, el ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” y el ODS 11 “Ciudades y comunidades sostenibles”.

ODS en los que más del 67% de las empresas por sector están focalizando su plan de contribución social

 Alimentación y bebidas				
 Bienes de consumo				
 Servicios profesionales				
 Energía				
 Finanzas ⁵				
 Industria				
 Infraestructuras				
 Salud				
 Tecnología				
 Telecomunicaciones y medios				
 Utilities				

Contribución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

80% de las empresas encuestadas consideran los Objetivos de Desarrollo Sostenible para el desarrollo de su estrategia de sostenibilidad

71% de las empresas consideran el ODS 8 "Trabajo decente y crecimiento económico" como uno de los prioritarios en su negocio

71% de las empresas se enfocan en el ODS 4 "Educación de calidad" a la hora de definir los objetivos de su plan de contribución social

5. Incluye banca y aseguradoras.

Capital persona

Este capital evalúa el impacto de las iniciativas y las medidas de carácter social impulsadas por las empresas sobre las personas, como **beneficiarios** de proyectos, que buscan cubrir **necesidades sociales, desarrollo de capacidades y de oportunidades**.



Para ello, en esta sección se analiza el compromiso de las empresas con la sociedad en términos de:

- Volumen de iniciativas o de proyectos sociales en el ecosistema empresarial;
- Ámbito de actuación de dichas iniciativas;
- Beneficiarios impactados por todas las acciones; y
- Involucración de los empleados en los proyectos sociales que organizan las empresas.

Los proyectos sociales en el ecosistema empresarial

La contribución social de las empresas participantes está dirigida a mejorar la vida personal y profesional de distintos colectivos de la sociedad.

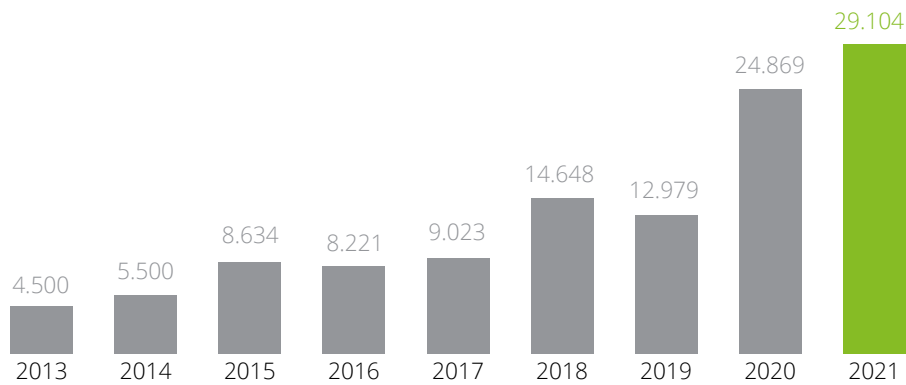
Durante el 2021, las empresas participantes han desarrollado unos **4.000 proyectos sociales más que en 2020, 29.104 proyectos**.

El 84% de estos proyectos (24.581 proyectos) se llevaron a cabo en territorio nacional y el 16% (4.523 proyectos) en otros países diferentes a España.

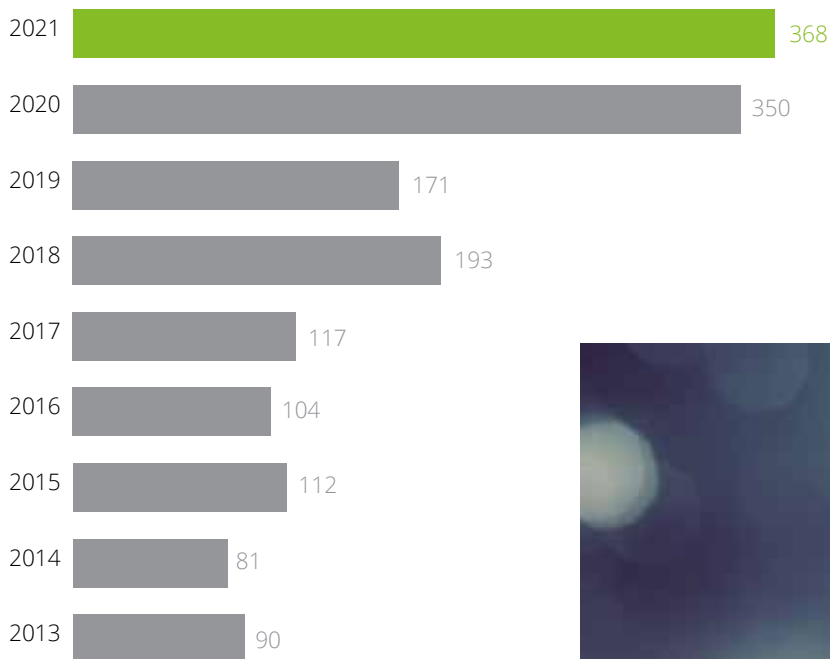
El compromiso de las empresas con la sostenibilidad se incrementa cada año. El pasado 2020 supuso un punto de inflexión, con un notable incremento de este compromiso en términos de número de proyectos. En 2021, la tendencia continúa y aumenta también el número medio de proyectos por empresa participante, que alcanza los 368 proyectos sociales en 2021, 18 proyectos más que en 2020.

En 2021, 29.104 proyectos han sido desarrollados por las empresas participantes, un 17% más que en 2020

Número de proyectos sociales desarrollados (Informe SERES I-IX Edición)



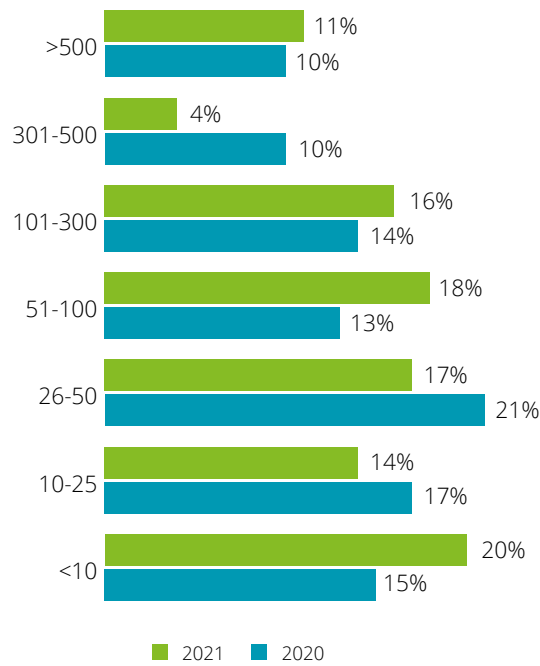
Número de proyectos sociales medios por empresa participante



Con referencia a los proyectos sociales realizados por las empresas participantes, el nivel de acción de cada empresa varía, pero se puede destacar que **el 31% de las empresas realizan más de 100 proyectos sociales y el 15% más de 300 proyectos**. Si bien según los resultados, hay empresas que han realizado **más de 2.000 proyectos**.

Desde el punto de vista sectorial⁶, a nivel agregado, sin tener en cuenta el número de empresas representadas en cada sector, en 2021 el conjunto de empresas participantes del **sector de finanzas⁷ han desarrollado 20.648 proyectos sociales, cerca de 5.000 más que en 2020**, lo que representa **el 71% del total de los proyectos realizados por la globalidad de los sectores**. Tras el sector finanzas, el de bienes de consumo es el segundo que más proyectos está reportando bajo este informe, alcanzando los 2.879 proyectos en 2021.

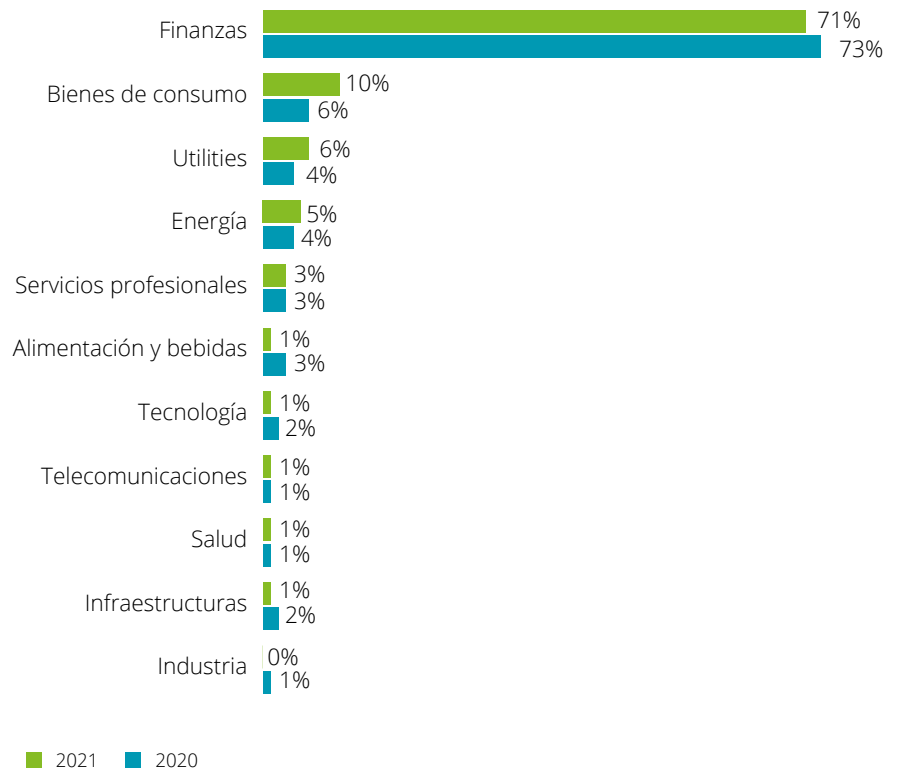
Número de proyectos ejecutados (por rango)



31% de las empresas realizan más de 100 proyectos sociales.

69% de las empresas realizan menos de 100 proyectos sociales.

Distribución del % de proyectos por sector durante el 2020 y el 2021



6. En cuanto a la distribución sectorial de las empresas, se han reclasificado los sectores del año pasado para aumentar la comparabilidad entre los datos del 2020 y el 2021.

7. En este informe el sector de Finanzas se refiere a servicios financieros que abarca una amplia gama de negocios que administran dinero, incluidas entre otras las uniones de crédito, los bancos, las compañías de seguros y los fondos de inversión.

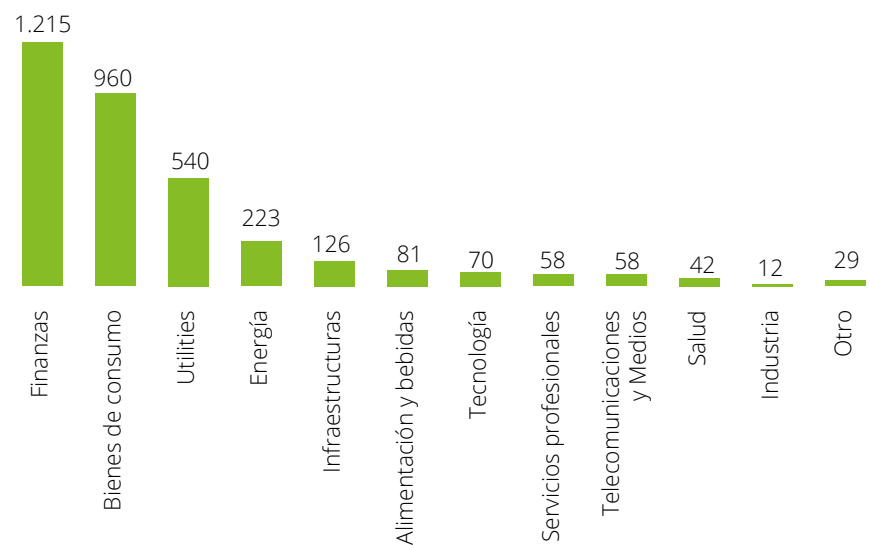
Teniendo en cuenta el número de empresas participantes de cada sector, el sector de las finanzas ha realizado una media de 1.215 proyectos. Le sigue el sector de bienes de consumo, cuyas empresas participantes realizaron de media 960 proyectos, y los sectores de utilities, energía e infraestructura con medias de 540, 223 y 126 proyectos respectivamente.

Los ámbitos de actuación de los proyectos sociales

En 2021, destacan **diferentes ámbitos de actuación**⁸ en los proyectos de carácter social:

- Destacan los proyectos sociales relacionados específicamente con la **educación** o la salud, que concentran de manera agregada **el 55% de los proyectos**. El 32% de los proyectos buscan mejorar la salud y bienestar, con un 83% de las empresas participantes que declaran contar con proyectos en este ámbito.
- **El 22% de los proyectos** buscan el fomento de la **cohesión social y territorial**⁹, si bien este esfuerzo se concentra en un menor número de participantes, el 26%.
- A pesar de que el 77% declara realizar algún proyecto en el ámbito del **empleo y la integración** laboral, estos proyectos suponen el **8%** del total (1.908 proyectos).
- También un **8% de los proyectos sociales**, un total de 1.769 proyectos, están destinados a **otros ámbitos sociales** que buscan por ejemplo

Número de proyectos medio de empresa por sector



El 55% de los proyectos tienen como objetivo promover la salud y el bienestar y fomentar la educación de calidad como palancas para mejorar los niveles de vida de la sociedad, con más del 75% de las empresas trabajando en estos ámbitos

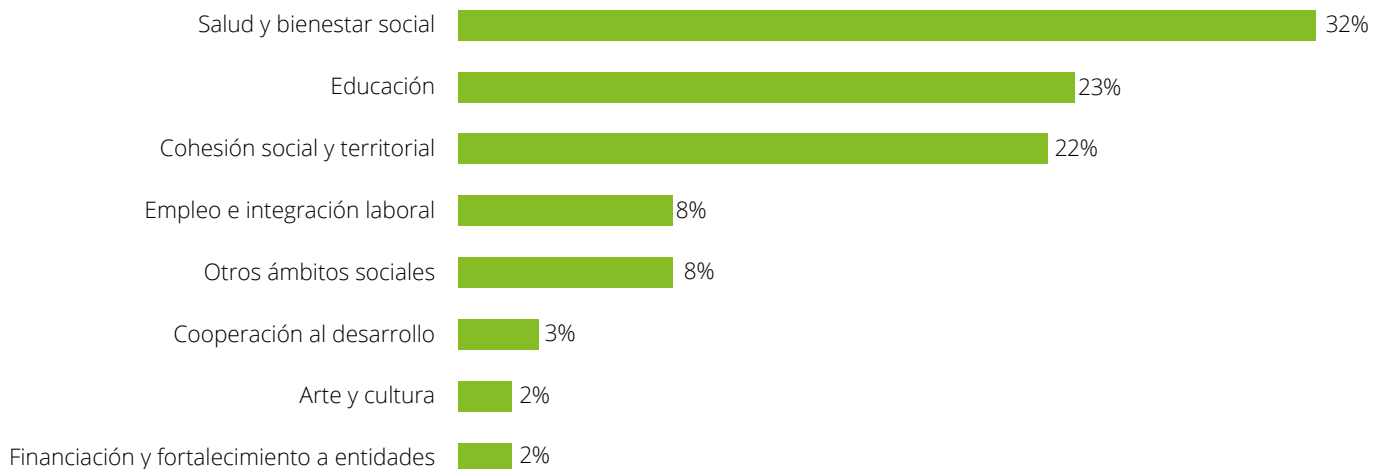
fomentar el buen gobierno, promover la tecnología humanista, el apoyo a familias en riesgo de exclusión, servicios sociales, ayuda en emergencias humanistas, asistencia legal pro-bono y ayuda a otros colectivos como mujeres e inmigrantes.

- Por debajo de estas cifras, el **3%** refuerzan la **cooperación al desarrollo (712 proyectos)**, el **2%** de los proyectos restantes fomentan el **arte y cultura** (547 proyectos) y los proyectos de **financiación y el fortalecimiento** representan el **2%** de los proyectos realizados con 428 proyectos en 2021.

8. Distribución del total de proyectos sociales por ámbito teniendo en cuenta el 77% del total de proyectos realizados por las empresas incluidas en el informe. No se tuvieron en cuenta ni los proyectos que no fueron desglosados por ámbito ni los proyectos relacionados con el medioambiente. En este apartado tampoco se contaron con las respuestas de las empresas miembros de la CEOE que no contaban con esta pregunta en su versión resumida del cuestionario.

9. En este informe hacemos referencia a cohesión social y territorial a reducir las desigualdades y favorecer la empleabilidad de los territorios fomentando el conocimiento, la educación de calidad y la formación permanente.

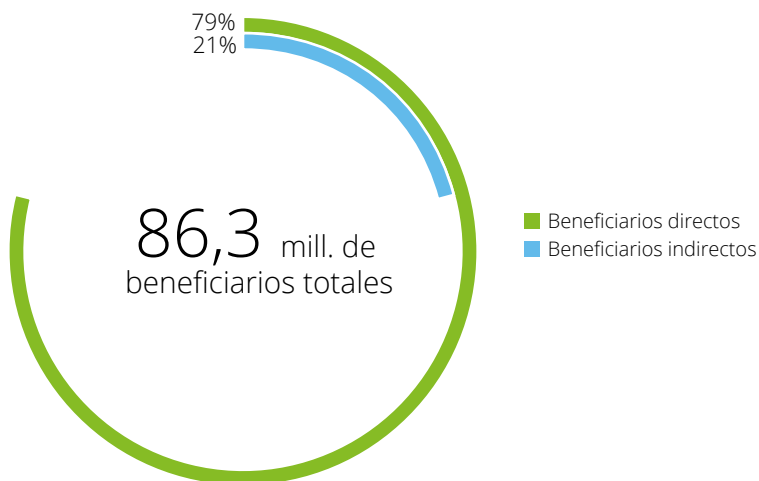
Distribución de proyectos sociales en función del ámbito



Con todo ello, cabe destacar un notable **alineamiento entre las estrategias de sostenibilidad de las empresas y las cuestiones que afectan a la sociedad española**. De este modo, si comparamos los resultados de este informe con el Barómetro del CIS, destacan entre las principales preocupaciones de los españoles: la crisis económica y los problemas de índole económica como asunto más grave (27,8% de los españoles encuestados lo consideran el primer problema de la sociedad); el paro (el 35,8% de los encuestados coincidieron en que es uno de los principales problemas de la sociedad) y la sanidad de calidad (un 20,5% de personas indicaron que es el tercer problema más importante a tratar en la agenda pública).¹⁰

86,3 millones de beneficiarios se han visto impactados por los proyectos sociales en 2021

Distribución según tipo de beneficiarios



Los beneficiarios de los proyectos sociales

El **número total de beneficiarios** de las empresas participantes es de **86,3 millones** en 2021, una cifra de impacto en línea con la del ejercicio 2020 (que alcanzó los 88,1 millones de beneficiarios, tras las revisiones realizadas por las empresas sobre la cifra reportada el año anterior, que inicialmente ascendía a 158 millones de beneficiarios). A pesar de que, con los

10. https://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3360_3379/3366/es3366mar.pdf

El 55% de los beneficiarios de los proyectos realizados pertenecen a la población general

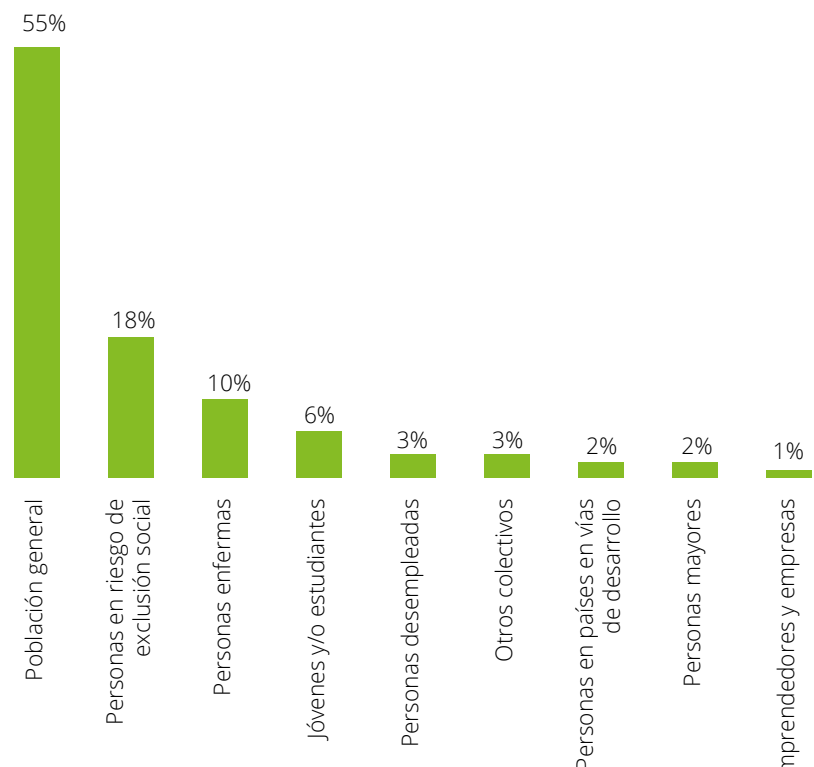
datos obtenidos de la encuesta, el 79% son beneficiarios directos¹¹ y el 21% indirectos¹², es relevante destacar que únicamente el 85% de los encuestados han aportado el dato de beneficiarios directos, por lo que las compañías aún están trabajando en la medición completa del impacto social.

Para aquellos casos en que las empresas participantes han desglosado la tipología de colectivo, se muestra como principal beneficiario directo a la sociedad en general (55%).¹³

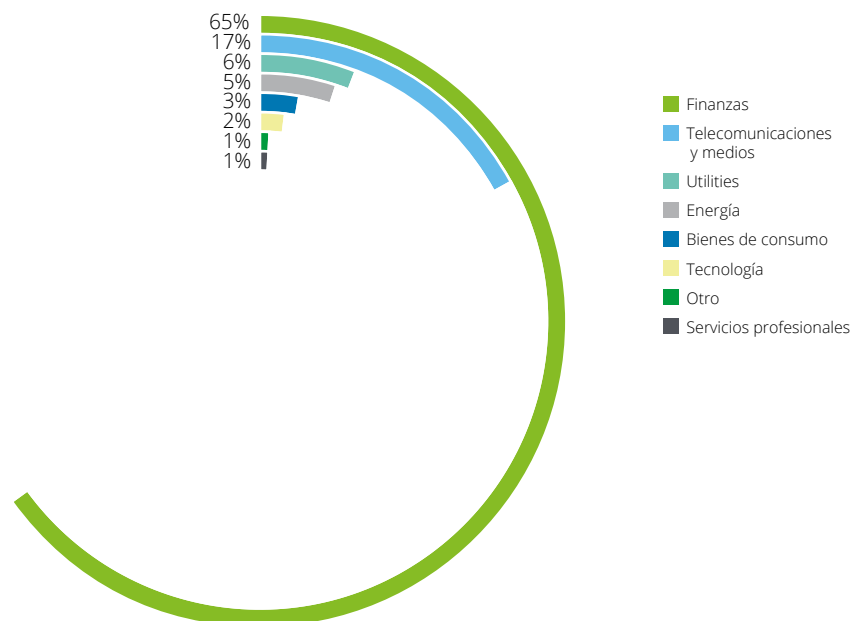
Por otro lado, la categoría de “Personas en riesgo de exclusión social¹⁴” se posiciona en segundo lugar, con un 18%. Seguidamente se encuentran las personas enfermas (10%) y los jóvenes y/o estudiantes (6%).

A la hora de analizar los beneficiarios directos por sector de contribución, se puede destacar que, teniendo en cuenta las empresas participantes, **las acciones sociales del sector de las finanzas están impactando en el 65% de los beneficiarios en 2021**, es decir más de 55 millones de personas entre beneficiarios directos e indirectos. Los otros sectores que están impactando a más beneficiarios son el sector de las telecomunicaciones y medios y el sector de *Utilities* con 14,3 millones y 5,3 millones de beneficiarios respectivamente.

Distribución de los beneficiarios según el colectivo al que pertenecen



Beneficiarios de los proyectos sociales



11. El número de beneficiarios directos ha sido obtenido utilizando los datos del 85% de las empresas que fueron las que contestaron a esta pregunta dando información sobre el número de beneficiarios directos

12. El número de beneficiarios indirectos ha sido obtenido utilizando los datos del 43% de las empresas que fueron las que contestaron a esta pregunta dando información sobre el número de beneficiarios indirectos.

13. En este apartado no se contaron con las respuestas de las empresas miembros de la CEOE que no contaban con esta pregunta en su versión resumida del cuestionario, ni con las respuestas de las empresas que no coincidían el total de beneficiarios con los beneficiarios desglosados por tipología.

14. Personas en riesgo de exclusión social incluye los siguientes colectivos: personas de etnia gitana, personas reclusas y expresidiarios, jóvenes en riesgo, personas sin hogar, drogodependientes y exdrogodependientes, perceptores de rentas mínimas, mujeres con especiales dificultades para la inserción laboral, víctimas de violencia doméstica y personas con discapacidad.

Involucración de la plantilla en los proyectos sociales

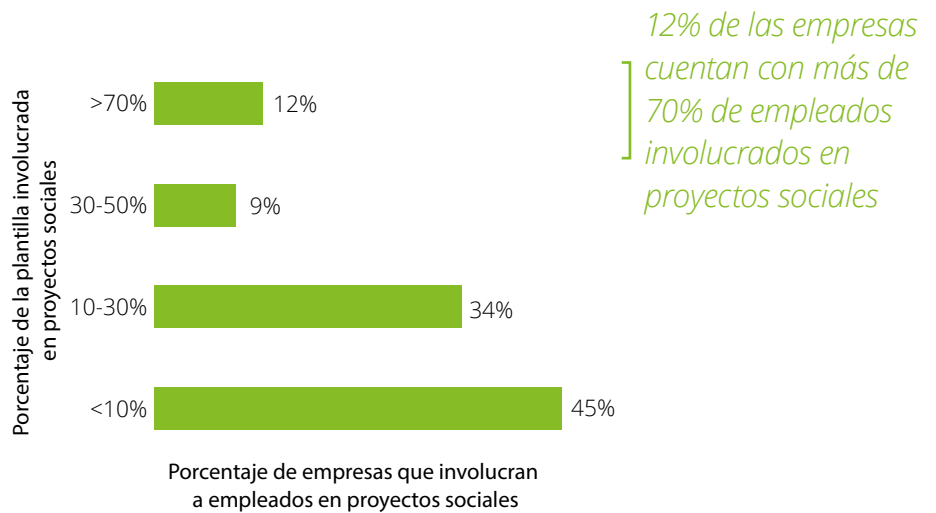
Gran parte de estos proyectos sociales los ejecutan los propios empleados de las compañías. Algunos estudios demuestran que **los empleados que participan en proyectos de impacto social organizados por sus empresas mejoran su productividad y eficiencia, su motivación y orgullo de pertenencia aumentan, sienten que mejoran sus habilidades comunicativas y que están más concienciados con los problemas de la sociedad**¹⁶.

En 2021, la participación de los empleados en los proyectos sociales de la empresa ha crecido:

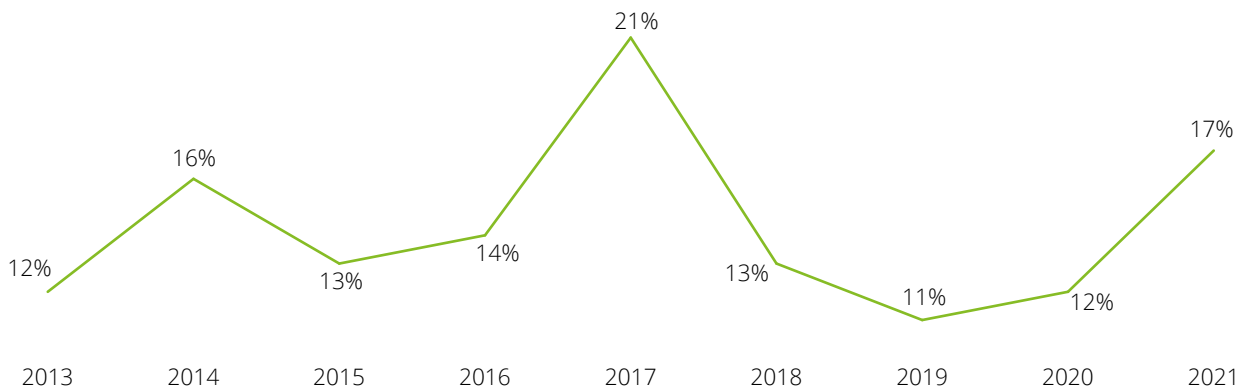
- Las empresas encuestadas agregan una plantilla total de 1.619.863 empleados. De estos empleados, en 2021 **243.888 (17%) participaron activamente en los proyectos sociales de las empresas, un crecimiento de 5 puntos porcentuales respecto al año anterior**¹⁷. Este año se observa que las empresas están involucrando a más empleados en sus actuaciones sociales que el año pasado. Así, el 12% de las empresas involucran a más del 70% de la plantilla en proyectos sociales.

El 17% de la plantilla total agregada, 243.888 empleados, participaron en proyectos sociales en 2021, 5 puntos porcentuales más que en el año anterior¹⁵

Distribución de empresas en función del porcentaje de empleados involucrados en proyectos sociales¹⁸



Porcentaje de empleados involucrados en proyectos sociales



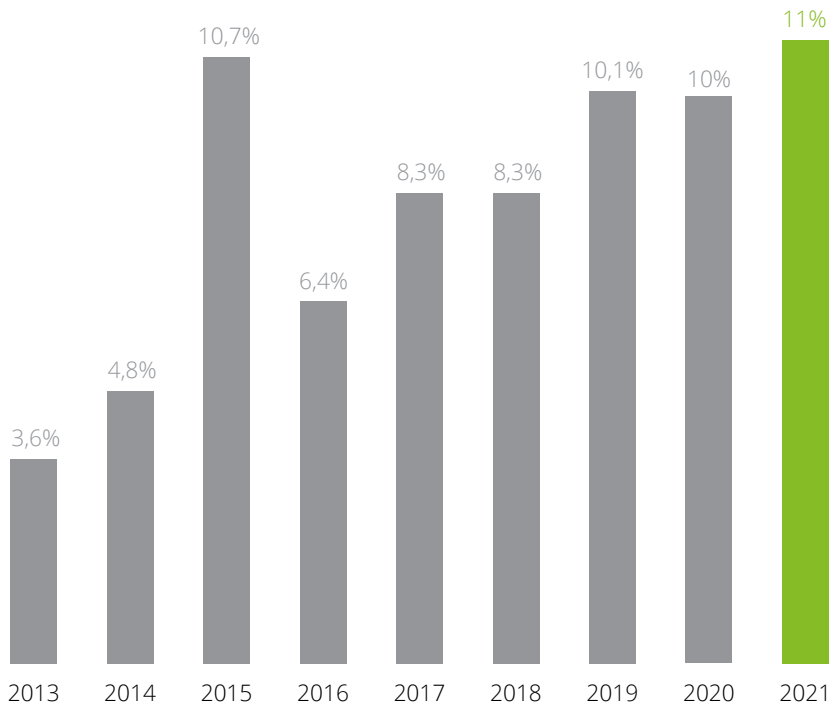
15. En este apartado no se contaron con las respuestas de las empresas miembros de la CEOE que no contaban con esta pregunta en su versión resumida del cuestionario.

16. CIPD. The Value of Volunteering, Enero 2021. <https://www.educationandemployers.org/wp-content/uploads/2020/12/The-Value-of-Volunteering-final-8th-Jan-2021-1.pdf>

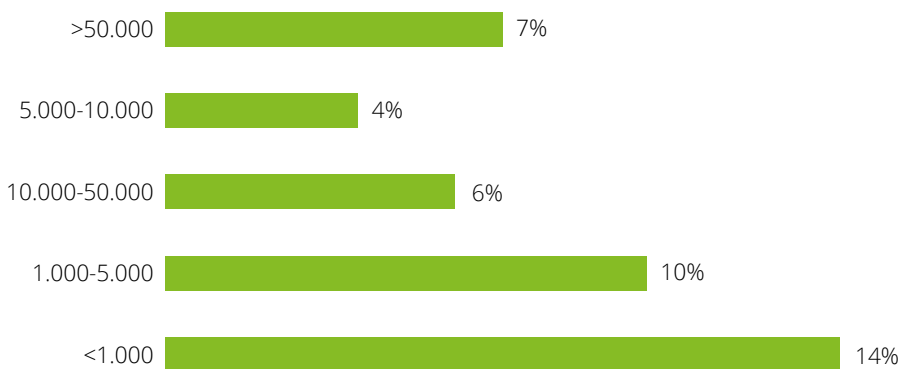
17. Este dato tiene en cuenta el 95% de las empresas que respondieron a la pregunta del número de empleados participando en proyectos sociales.

18. No hay tramo de empresas en las que entre el 50% y el 70% de los empleados se estén involucrando en proyectos sociales.

El 88% de las empresas proponen programas de voluntariado corporativo a sus empleados, lo que representa 12 puntos porcentuales más que en 2020. En estos proyectos participan el 11% de los empleados



Distribución del porcentaje de empleados participando en proyectos de voluntariado en función del número de empleados de la empresa por rangos

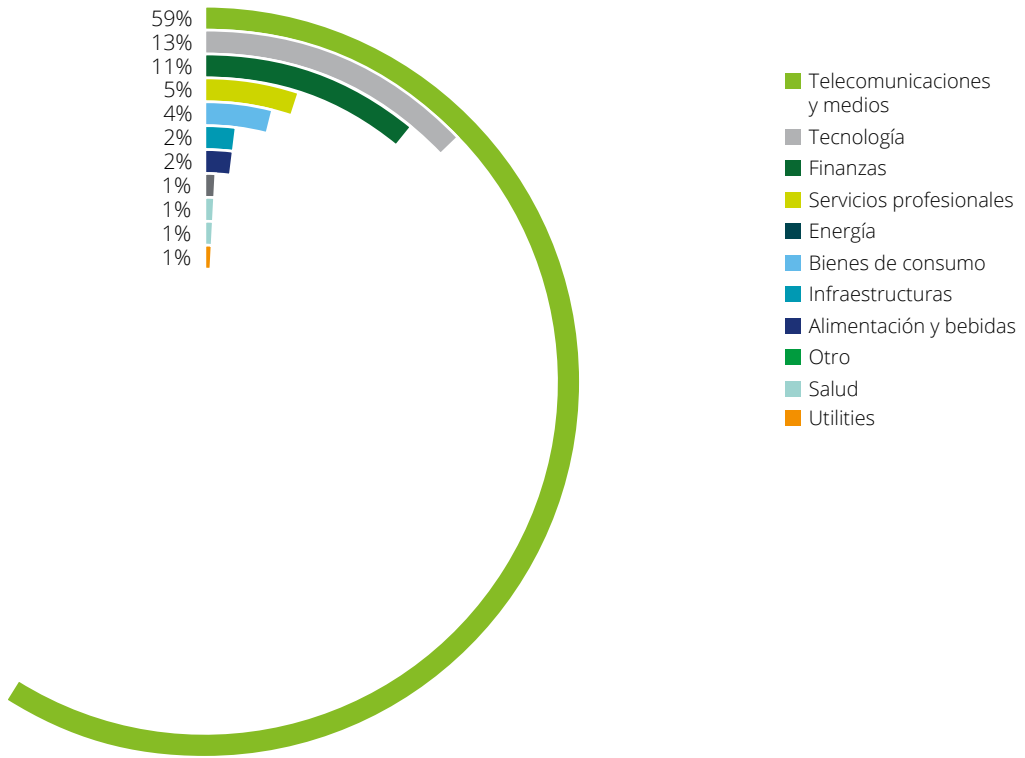


Dentro de los distintos programas sociales en los que se involucra la plantilla, destacan los voluntariados corporativos como eje principal:

- De hecho, **el 88% de las empresas participantes ofrecen internamente programas de voluntariado corporativo**, presentando un aumento de 12 puntos porcentuales con respecto a la previa edición.
- Un **11% de la plantilla agregada ha participado en estos proyectos en 2021**. Esta participación se ha reflejado en un total de **874.445 horas de voluntariado corporativo**. La evolución de la participación de empleados en proyectos de voluntariado corporativo¹⁹ durante 2021 aumenta de 1 punto porcentual con respecto a 2020.
- Analizando la información por tamaño de plantilla de las empresas, se puede observar que **las empresas que cuentan con menos empleados (empresas de menos de 1.000 empleados) son las que involucran a un mayor número de empleados (14%) de su plantilla en voluntariado corporativo**. Respecto al año pasado aumentan todas las involucraciones de empleados en voluntariado a excepción de la categoría de empresas de más de 50.000 empleados de plantilla media.
- Por otro lado, si analizamos la información por sector, el conjunto de las empresas participantes en el estudio del **sector de las telecomunicaciones y medios afirma que un 59% de su plantilla participa en voluntariado corporativo**, seguido por el sector de tecnología (13%), finanzas (11%) y el sector de servicios profesionales (5%).

19. Voluntariado entendido como el conjunto de actividades de interés general desarrolladas por personas físicas, que no se realicen en virtud de una relación laboral, funcionalidad, mercantil o cualquier otra retribuida (Ley Estatal 6/96 de 15 de enero). El voluntariado corporativo es el tipo de voluntariado promovido por la empresa.

Distribución del porcentaje de empleados involucrados en proyectos de voluntariado corporativo según el sector empresarial



Los ámbitos de actuación de la dimensión social

29.104 proyectos han sido desarrollados por las empresas, un 17% más que en 2020

368 proyectos sociales por empresa en 2021, unos 30 proyectos más que en 2020

El **84%** de estos proyectos se llevaron a cabo en **territorio nacional**

El **55%** de los proyectos tienen como objetivo **promover la salud y el bienestar y fomentar la educación de calidad**

Los beneficiarios de las iniciativas sociales de las empresas

18% de los beneficiarios, **en riesgo de exclusión social**

El **79%** de las actuaciones se dirigen a **beneficiarios directos** y **21%** a **indirectos**

El **55% de los beneficiarios** de los proyectos realizados pertenecen a la **población general**

El sector de las finanzas es el que ha beneficiado a más personas gracias a los proyectos sociales que ha impulsado, **55 millones de beneficiarios** (65% del total)

Involucración de la plantilla en los proyectos sociales

El 17% de la plantilla total agregada, **234.162 empleados**, participaron en proyectos sociales en 2021, 5 puntos porcentuales más que en el año anterior

El **88% de las empresas** proponen **programas de voluntariado corporativo** a sus empleados, lo que representa 12 puntos porcentuales más que en 2020

874.445 horas de voluntariado corporativo



Capital organizacional

Este capital evalúa las medidas adoptadas por las organizaciones para impulsar y asegurar el avance en los compromisos sociales con todos sus grupos de interés, a través de sus **políticas y procesos, su estructura** de gestión y su **modelo de gobierno**.

El 96% de las empresas encuestadas disponen de una estrategia de sostenibilidad alineada a su negocio y un 77% integra los objetivos de sostenibilidad en su plan estratégico

Para ello, esta sección recorre los distintos modelos y actuaciones de las organizaciones participantes en el estudio en términos de:

- Prácticas sociales impulsadas desde la organización para generar un impacto positivo en los grupos de interés, tanto a nivel interno como a nivel externo, a través de las políticas, procesos y planes en marcha.
- Modelo de gobernanza y de gestión para supervisar y acometer dichas actuaciones sociales.
- Sistemas de debida diligencia sobre Derechos Humanos.

El eje principal sobre el que las organizaciones estructuran sus actuaciones de sostenibilidad es el plan estratégico de sostenibilidad. En esta edición del Informe el **96% las empresas participantes han indicado que cuentan con una estrategia de sostenibilidad alineada con su negocio**, lo que supone un incremento de 9 puntos porcentuales respecto del ejercicio anterior. Además, un **77% de las encuestadas decían que los resultados del plan de sostenibilidad se integran también en los planes estratégicos**, donde incorporan los objetivos clave resultantes.

A través de estos planes, las compañías marcan la ambición, los compromisos y los objetivos que quieren alcanzar en los aspectos sociales, medioambientales y de gobernanza. Para desplegar los objetivos, se utilizan distintos mecanismos (procesos, políticas y otras actuaciones), donde la "S" de lo social, tiene un papel muy relevante, con impacto en todos los grupos de interés, tanto internos (empleados y consejeros) como externos (clientes, proveedores, sociedad general).

Prácticas sociales impulsadas por las organizaciones con impacto interno

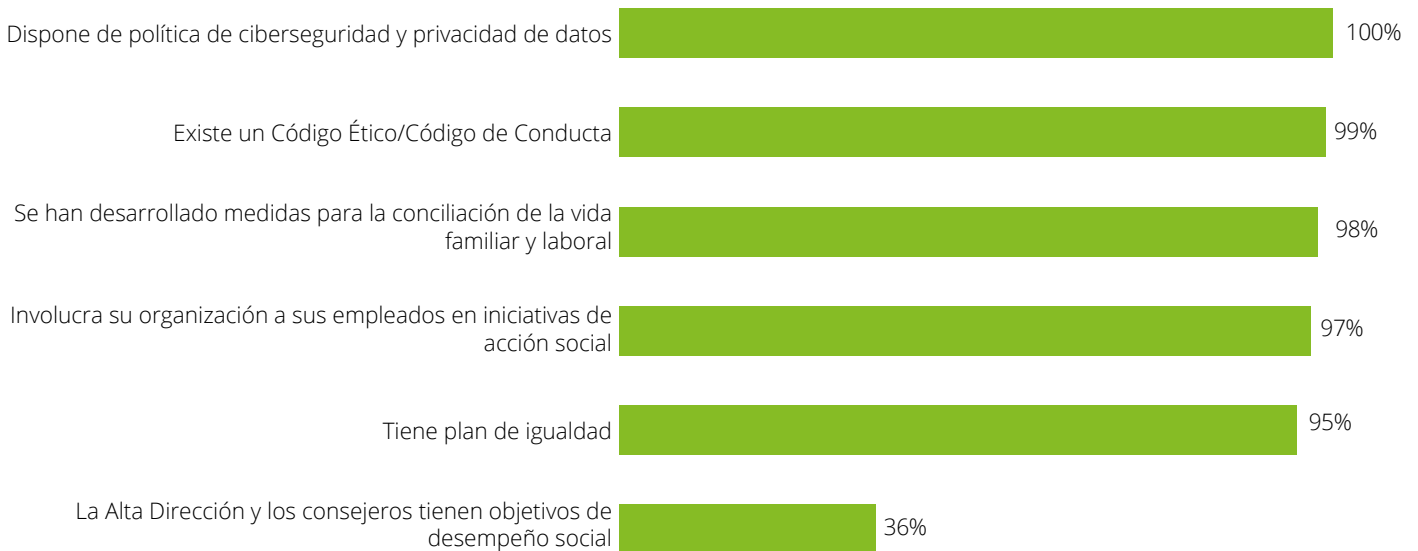
Desde el punto de vista interno, las empresas establecen medidas que buscan la protección de los Derechos Humanos y el impacto social positivo, a través de distintos mecanismos:

- El **100%** de las empresas participantes dispone de **política de ciberseguridad y privacidad de datos**.
- El **99%** de las empresas cuentan con un **Código Ético o Código de Conducta**.
- El **98%** de las empresas encuestadas ha desarrollado medidas para la **conciliación de la vida familiar y laboral**, 8 puntos porcentuales más que en 2020.

- El **97%** de las empresas **involucran a sus empleados** en sus actuaciones sociales, un **leve incremento de 4 puntos porcentuales** con respecto a 2020.
- El **95%** de las empresas disponen de un **plan de igualdad**.
- De las participantes, el **36%** cuenta con **consejeros y Alta Dirección con objetivos de desempeño social**.

Todas las empresas consideran prioritaria la protección de datos y declaran disponer de una política de ciberseguridad y privacidad de datos

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

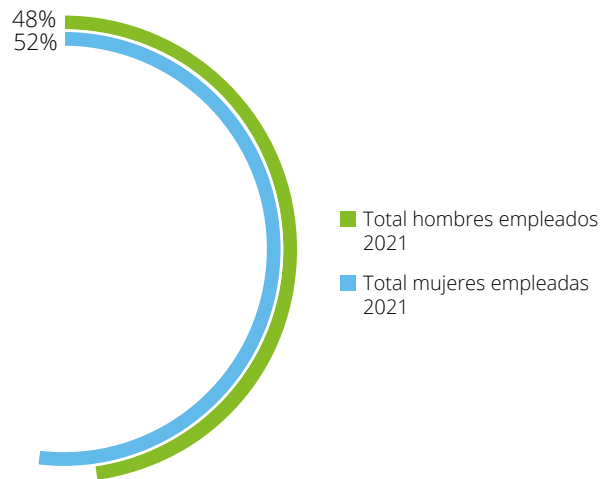


Además de todas estas prácticas internas que las empresas están implementando, el impulso regulatorio también va marcando las tendencias que siguen las empresas. Este es el caso, por ejemplo, de la diversidad dentro de las plantillas y del refuerzo que las empresas están dando internamente al compromiso de ser cada día más diversas en todas las dimensiones de la diversidad (de género, de edad, funcional, etc).

Dentro de los aspectos de diversidad a abordar, el de género es uno de ellos, para el que empresas están aumentando su transparencia en cuanto a la distribución de sus plantillas y sus remuneraciones. De hecho, la plantilla agregada **de las 65 empresas SERES participantes** está formada por **52% de mujeres y 48% de hombres**. El **74%** de esas empresas han reportado tener **objetivos de reducción de la brecha salarial** entre los hombres y mujeres que ocupan la misma posición. Además, el **91%** de las empresas propone **formación específica en diversidad e igualdad** a sus empleados.

El 91% de las empresas propone formación específica en diversidad e igualdad a sus empleados para promover el respeto mutuo

Distribución empleados por sexo



En 2021, incrementa en 9 puntos porcentuales, hasta el 98%, el porcentaje de empresas participantes que integra en su plantilla personas con discapacidad

Los datos de la encuesta muestran que las empresas han contribuido a la integración laboral de colectivos en riesgo de exclusión social²⁰, en su empresa y en las del grupo:

- **El 98% de las empresas integra en plantilla**, bien propia o de empresas del grupo, **personas con discapacidad**. Esto supone un incremento de 9 puntos porcentuales respecto el año pasado.
- **El 72% de las empresas** analizadas en esta edición han llevado a cabo **proyectos relacionados con el empleo y la integración laboral**. Además, el

68% de las empresas participantes afirman **tener programas extensivos de formación para grupos en riesgo de exclusión social**, incluyendo programas de formación continuos y talleres para aumentar la empleabilidad y fomentar la transición de trabajos.

- En 2021 se **han incorporado 7.029 personas pertenecientes a colectivos en riesgo de exclusión social** en la plantilla de las empresas participantes hasta alcanzar un total de 29.162 personas, lo que supone un **2% de la plantilla agregada total**.

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

Finalmente, de acuerdo con la evaluación realizada por las propias empresas encuestadas sobre la gestión de los aspectos que favorecen la promoción del trabajo decente y la no discriminación de los empleados, **el nivel de satisfacción medio es adecuado especialmente en lo que se refiere a la protección de la salud y seguridad de los empleados y la facilitación de programas extensivos de formación, así como crear oportunidades de trabajo para mujeres.** Por otro lado, las empresas consideran que **pueden mejorar la gestión de aspectos como asegurar que la diferencia de salarios entre altos directivos y el trabajador medio no es excesiva y fomentar las medidas contra la explotación infantil.**

Más del 80% de las empresas encuestadas considera que el resultado de estas políticas y medidas es adecuado en cuanto a la salud y seguridad de sus empleados y la formación, si bien existe recorrido de mejora en otros ámbitos de promoción del trabajo decente y la no discriminación, como por ejemplo, las remuneraciones²¹

Nota media proporcionada sobre 4 sobre la gestión interna de los diferentes aspectos sociales

Garantizar la seguridad y salud en el trabajo	★	★	★	★	3,9
Fomentar la ciberseguridad y la protección de los datos personales y garantizar la privacidad	★	★	★	★	3,8
Facilitar programas extensivos de formación	★	★	★	★	3,8
Crear oportunidades de trabajo para mujeres	★	★	★	★	3,7
Reforzar el diálogo social	★	★	★	★	3,6
Asegurar la transparencia en las remuneraciones y garantizar que se pague un salario digno	★	★	★	★	3,5
Fomentar el teletrabajo y la flexibilidad laboral	★	★	★	★	3,5
Dar protección social	★	★	★	★	3,4
Asegurar que la diferencia de salarios entre altos directivos y el trabajador medio no es excesivo	★	★	★	★	3,1
Fomentar medidas contra la explotación infantil	★	★	★	★	3,1

- ★★★★★ El nivel de gestión de mi empresa es adecuado
- ★★★★ El nivel de gestión de mi empresa tiene oportunidades de mejora
- ★★★ No hay una gestión específica de este asunto
- ★ Asunto no gestionable
- ☆ No se tiene información suficiente para valorar el nivel de gestión

21. En este apartado no se contaron con las respuestas de las empresas miembros de la CEOE que no contaban con esta pregunta en su versión resumida del cuestionario.

El **48% de las empresas** coinciden en que **hay recorrido de mejora en lograr la igualdad salarial asegurando que la diferencia de salarios entre altos directivos y el trabajador medio no es excesiva**. A esto le sigue el fomento del teletrabajo, asegurar la transparencia de las remuneraciones y reforzar el diálogo

social y dar protección social, con un 35%, 34%, 29% y 28% de las empresas respectivamente que clasificaron estos temas como con gestión mejorable. Por otro lado, el 94% de las empresas otorgó la puntuación máxima a su gestión de la garantía de la seguridad y salud en el trabajo, el 82% a fomentar la

ciberseguridad y la protección de datos, el 80% se la dio al fomento de medidas contra la explotación infantil y el 69% a la facilitación de programas extensivos de formación. Tan solo un 35% de las empresas valoró su gestión de la diferencia de salarios entre altos directivos y el trabajador como adecuada.

Distribución del nivel de gestión donde la empresa tiene oportunidades de mejora



Prácticas sociales impulsadas por las organizaciones con impacto externo

Más allá de la propia empresa, las corporaciones impactan en grupos de interés externos: clientes, proveedores y sociedad en general. A continuación, analizamos algunos de **los mecanismos de impacto social externo positivo que están llevando a cabo las empresas encuestadas:**

- El **92%** de las empresas **involucra a sus proveedores en sus actuaciones sociales**, estableciendo condiciones de contratación responsables, lo que supone un crecimiento de 17 puntos porcentuales con respecto a la previa edición.
- En 2021, 8 puntos porcentuales **más** que en el anterior informe, el **80%** de las compañías analizadas dispone de un **plan para extender sus compromisos y políticas sociales a lo largo de su cadena de valor**.
- Casi **10 puntos porcentuales más de empresas** que en 2020 **involucra a sus clientes en sus actuaciones de la esfera social de la sostenibilidad**, lo

El 92% de las empresas involucra a sus proveedores en sus actuaciones sociales, 17 puntos porcentuales más con respecto a la previa edición

que representa un **74%**. Esto lo puede hacer recogiendo su opinión y propuestas, solicitando su colaboración o contando con su participación en actuaciones con impacto social, etc.

- El **74%** de las organizaciones **adquiere bienes y servicios** de Centros Especiales de Empleo.
- El **74%** dispone de un **plan de acción social**.
- El **68%** de las empresas contemplan la parte social de la sostenibilidad como una palanca para la **innovación de productos y/o servicios**. Además, en otro indicador por el que se preguntaba a las empresas, se obtuvo que de esas empresas innovadoras en 2021, el **60%**²² **contestaron que habían desarrollado**

nuevos productos y/o servicios a partir de iniciativas de impacto social.

- En 2021, el **67%** de las empresas han **realizado proyectos de integración laboral** para colectivos desfavorecidos.
- El **62%** de las compañías **ha creado o adaptado sus productos /servicios** para responder a necesidades sociales de clientes de determinados colectivos que se encuentran en riesgo de exclusión social.
- El **58%** de las participantes disponen de **programas de formación para grupos en riesgo de exclusión social**, como programas de formación continuos y talleres para aumentar la empleabilidad y fomentar la transición de trabajos, entre otros.

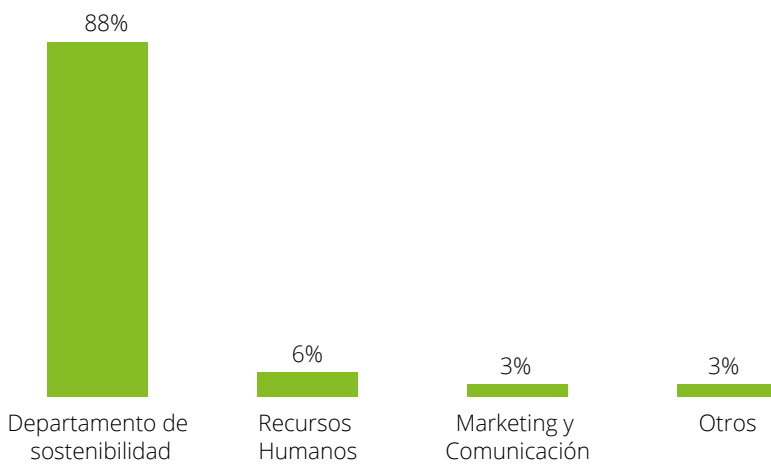
Porcentaje de empresas que han implementado prácticas sociales con impacto externo



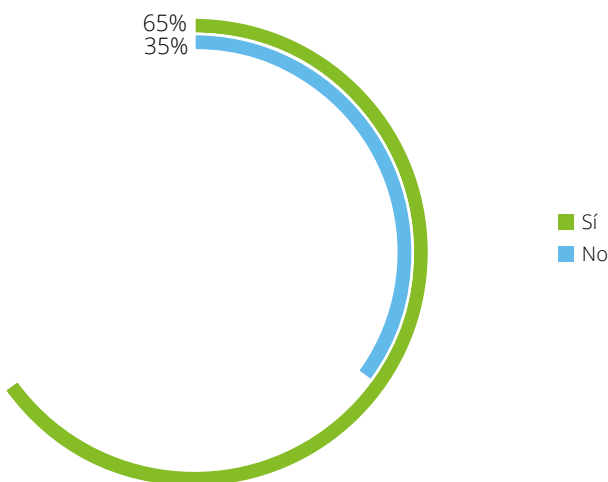
22. El resultado tiene en cuenta el 74% de las empresas SERES por ausencia de respuesta en el cuestionario. Las empresas de la CEOE no disponían de esta pregunta en su cuestionario por lo tanto se han excluido para obtener el resultado.

El 88% de empresas participantes disponen de un área específica o estructura organizativa dedicada a la sostenibilidad donde se trata el aspecto social

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



- El 55% **tiene programas/becas para personas en riesgo de exclusión social.**
- El 51% de las empresas realiza convocatorias / concursos de proyectos sociales dirigidos a la **financiación de entidades sociales.**

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

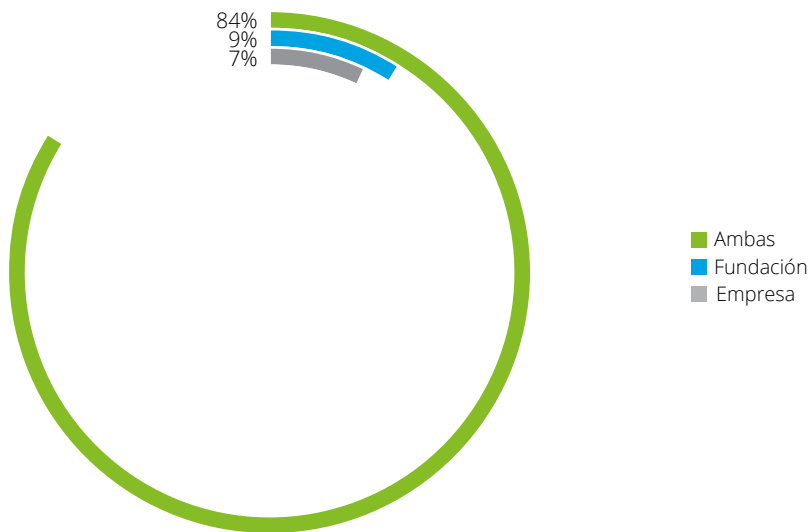
Para la gestión de todos los aspectos mencionados anteriormente, las empresas están evolucionando los mecanismos de gobierno y las funciones de gestión de los aspectos ESG. Empezando por las capas de gobernanza superiores, los resultados de este año muestran que el **77% de las empresas participantes cuenta con una Comisión de Sostenibilidad específica para la supervisión de los asuntos sociales de la sostenibilidad.**

Desde el punto de vista de estructura de gestión, el **88%** de las empresas disponen de un **departamento de sostenibilidad** o área equivalente donde se tratan los **asuntos sociales ligados a la sostenibilidad.** Solo el 6% de las empresas gestionan la dimensión social desde **Recursos Humanos**, el **3% desde marketing y comunicación** y el **3% es gestionada por otros agentes²³**, como puede ser de manera transversal en toda la estructura de la empresa, desde la dirección general o a través de su Fundación.

Asimismo, el **65 % de las empresas participantes cuentan con una fundación empresarial** que gestiona parte de las actuaciones sociales, lo cual representa un **incremento de 7 puntos porcentuales con respecto a los resultados del año pasado.** La coordinación de la fundación con la empresa a la hora de ejecutar los proyectos es importante. De hecho, en **el 84% de las empresas** encuestadas que respondieron que sí que tienen una fundación empresarial, **es la empresa juntamente con la fundación el órgano encargado de ejecutar las actuaciones**

23. Otros departamentos aquí hacen referencia a empresas que han indicado que esta temática se trata de manera transversal en su organización o desde la dirección general

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



de impacto social. Las fundaciones y las empresas ejecutan solas dichas actuaciones en el 9% y 7% de los casos respectivamente. Los datos de ejecución conjunta se mantienen con respecto a los de 2020.²⁴

La diligencia debida en Derechos Humanos

En la medida que el marco regulatorio avanza, con medidas regulatorias como el borrador de la Directiva de Debida Diligencia sobre Sostenibilidad Empresarial, que establece estándares vinculantes y ambiciosos en la lucha por la rendición de cuentas de las empresas en relación a temáticas de Derechos Humanos (en adelante "DDHH"), es cada vez más importante y las empresas empiezan a poner el foco en aspectos que hasta ahora estaban sujetos a cumplimiento voluntario.

Las empresas participantes en el estudio afirman que es muy importante integrar en sus políticas y sistemas de gestión una conducta empresarial responsable y de respeto de los Derechos Humanos. Así lo ha afirmado el **86% de las empresas encuestadas**. El 14% de las empresas sitúan su importancia en un rango medio.

Ninguna de las empresas consideró este tema como no relevante, mientras que en la edición del año anterior un 7% de las empresas lo remarcaban. A pesar de que se trataba de empresas de menos de 1.000 empleados, podemos ver cómo ha incrementado la conciencia sobre la relevancia de estas actuaciones.

El **82%** de las empresas afirma que dispone de una **estrategia de diligencia debida** para evitar que se produzcan efectos adversos en sus actividades o en las de la cadena de valor. Además, el **74%** de las empresas afirman que cuentan con una **política de diligencia debida** y el **88%** de las participantes declara **integrar la diligencia debida en todas las políticas corporativas de buen gobierno**.

En este sentido, a pesar de la precepción de las empresas, **será importante hacer**

El 88% de las participantes afirma integrar la diligencia debida en todas las políticas corporativas de buen gobierno, si bien será clave anticipar el grado de adecuación del sistema de debida diligencia con la nueva normativa

El 86% de las empresas afirman que es muy importante integrar, en sus políticas y sistemas de gestión, una conducta empresarial responsable y de respeto de los Derechos Humanos²⁵

un ejercicio exhaustivo de anticipación al cumplimiento de los requisitos que se plantean en la nueva Directiva de Debida Diligencia sobre Sostenibilidad Empresarial, aún pendiente de aprobación, sobre la que hablamos en el apartado 3 de este informe. En ella, la Comisión Europea concreta los requisitos que se exigirán en cada uno de los pasos para el establecimiento de un sistema de debida diligencia y, entre otros puntos, subraya que las estrategias de diligencia debida deben:

- Abarcar todos los efectos adversos reales o potenciales sobre Derechos Humanos en la cadena de valor de las empresas.
- Entre otros mecanismos se incluyen evaluaciones periódicas del sistema de debida diligencia, auditorías en DDHH, debates eficaces con todos los grupos

24. Con base en información disponible para el 68% de las empresas que participan en el estudio

25. En este apartado no se contaron con las respuestas de las empresas miembros de la CEOE que no contaban con esta pregunta en su versión resumida del cuestionario.

El 75% de las empresas considera adecuada la eficacia de los procedimientos de diligencia debida actuales, si bien cuando observamos los mecanismos puestos en marcha aún hay trabajo por hacer para adecuarse a la futura Directiva

de interés, requisitos de transparencia exhaustivos, el establecimiento de compromisos con los socios comerciales y la investigación y supervisión de los impactos.

Asimismo, las empresas miden la eficacia de los procedimientos y medidas impulsadas en materia de diligencia debida. De cinco niveles de eficacia, el **75%** de las empresas considera que la **eficacia de los procedimientos que tiene implementados de diligencia debida está en los dos niveles más elevados**, mientras que solo el **2%** opina que está en el **nivel más bajo**. Asimismo, el **82%** de las encuestadas **monitoriza la eficacia de las medidas** de identificación, prevención y mitigación en materia de debida diligencia dando un seguimiento a todas las medidas que están implementando.

Al igual que disponer de políticas de diligencia debida e integrarlas en todos los niveles de la empresa puede reducir el riesgo de vulneración de Derechos Humanos, el **91%** de las empresas declaran estar adoptando medidas para **identificar los impactos adversos en los Derechos Humanos** y en aspectos sociales provocados por su actividad o la de su cadena de suministro.

Es necesario alinear las políticas y medidas de debida diligencia con los impactos adversos potenciales identificados, lo que en muchos casos está llevando a las empresas a tener que **reforzar las políticas, procesos y controles existentes para adaptarlas a nuevos riesgos emergentes**.

En este sentido, los mecanismos generales de debida diligencia, como la publicación de políticas y códigos de conducta, están

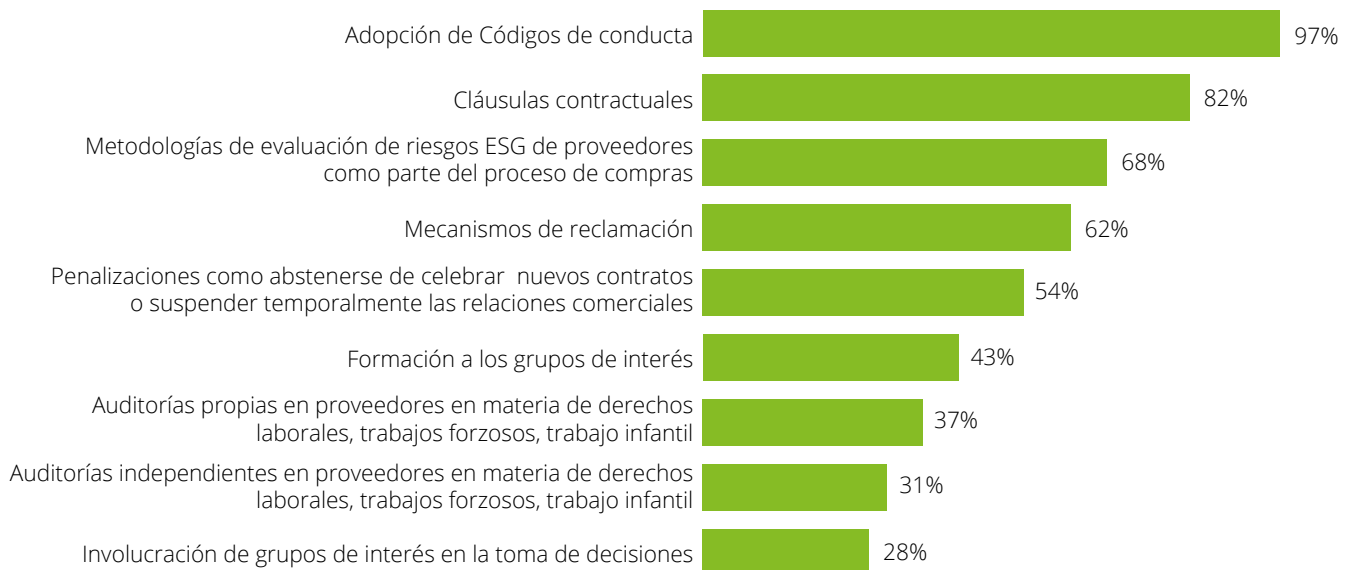
más extendidos. Así, al menos el **97%** de las empresas declara haber adoptado un **código de conducta** y el **82%** trabaja en introducir y aumentar la exigencia de sus **cláusulas contractuales**.

Del mismo modo, el **94%** de las empresas participantes afirma tomar medidas para poner **fin a los impactos adversos existentes y minimizar el alcance de estos**.

No obstante, aún queda trabajo por hacer cuando analizamos otro tipo de mecanismos para adecuarse a los futuros requerimientos:

- El **68%** y **62%** evalúan a sus **proveedores en materia de riesgos ESG** dentro del proceso de compras y disponen de **mecanismos de reclamación**, respectivamente.

Medidas preventivas y de mitigación de impactos adversos en DDHH y buen gobierno



- **Un 54% cuenta** con medidas de **penalización o de suspensión o cese de la relación comercial** en caso de incapacidad de prevención o de mitigación de un efecto adverso.
- El **43% de las empresas** participantes dan formación a los grupos de interés.
- **Sólo un 31% realiza auditorías independientes y un 37% realiza auditorías propias en proveedores.**

Por último, si bien las empresas participantes muestran un alto nivel de satisfacción con las medidas implementadas, se observa que las empresas están planificando revisar y mejorar los mecanismos que tienen implementados para adecuarlos a los riesgos identificados

Puesto que los riesgos de vulneración de Derechos Humanos evolucionan, las medidas impulsadas por las empresas también lo hacen. Por lo tanto, las empresas prevén impulsar medidas a corto plazo para prevenir y mitigar los impactos adversos reales o potenciales en Derechos Humanos y buen gobierno. Las medidas más destacadas a instaurar a corto plazo son la **adopción de códigos de conducta (55%)**, la imposición de **cláusulas contractuales (51%)** y la **evaluación de los riesgos ESG de proveedores como parte del proceso de compras (49%)**.

A parte de las acciones y medidas realizadas por las empresas, estas también pueden difundir sus prácticas en materia de diligencia debida para dar visibilidad a los riesgos y posibles soluciones. Así el **40%** de las empresas **divulga de manera pública su estrategia de diligencia debida** y los resultados de la evaluación de riesgos ESG en su actividad y su cadena de suministro, mientras que **43% no lo hacen y 18% no disponen de estrategia de diligencia debida**. De la misma manera, solo el **31%** de las empresas **publica en su página web una declaración anual sobre los aspectos regulados en la propuesta de Directiva**.

Aproximadamente el 50% de las empresas encuestadas quiere revisar su código de conducta, las cláusulas contractuales y las metodologías de evaluación de riesgos ESG

Medidas que las empresas prevén instaurar a corto plazo



1

Prácticas sociales internas sostenibles

El **96%** de las empresas encuestadas disponen de una estrategia de sostenibilidad alineada a su negocio y un **77%** integra los objetivos de sostenibilidad en su plan estratégico

El **100%** de las empresas dispone de política de ciberseguridad y privacidad de datos

El **99%** de las empresas cuentan con un Código Ético o Código de Conducta

98% de las empresas emplea medidas para la conciliación de la vida familiar y laboral

El **98%** de empresas participantes integran en su plantilla personas con discapacidad, un incremento en 9 puntos porcentuales respecto el año pasado

El **97%** de las empresas involucran a sus empleados en iniciativas de acción social

El **91%** de las empresas propone formación específica en diversidad e igualdad a sus empleados para promover el respeto mutuo

Más del 80% de las empresas encuestadas considera que los temas sociales mejor gestionados dentro de las organizaciones son garantizar la salud y seguridad de sus empleados y la formación

Las empresas coinciden en que **existe recorrido de mejora en la gestión** de otros ámbitos de promoción del trabajo decente y la no discriminación, como por ejemplo, las remuneraciones

2

Prácticas sociales impulsadas por las organizaciones con impacto externo

El **92%** de las empresas involucra a sus proveedores en sus actuaciones sociales, estableciendo condiciones de contratación responsables, lo que supone un crecimiento de 17 puntos porcentuales con respecto a la previa edición

El **80%** de las compañías analizadas dispone de un plan para extender sus compromisos y políticas sociales en su cadena de valor

El **67%** de las empresas han realizado proyectos de integración laboral para colectivos desfavorecidos

El **74%** dispone de un plan de contribución social

El **74%** involucra a sus clientes en sus actuaciones de la esfera social de la sostenibilidad

3

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

El **88%** de empresas participantes disponen de un área específica o estructura organizativa dedicada a la sostenibilidad donde se trata el aspecto social

4

Diligencia debida en Derechos Humanos

El **86%** de las empresas califica como muy importante la integración en sus actividades de la conducta empresarial responsable y el respeto de los DDHH en sus políticas y sistemas de gestión

El **88%** de las participantes afirma integrar la diligencia debida en todas las políticas corporativas de buen gobierno, si bien será clave anticipar el grado de adecuación del sistema de debida diligencia con la nueva normativa

El **75%** de las empresas considera adecuada la eficacia de los procedimientos de diligencia debida actuales, si bien cuando observamos los mecanismos puestos en marcha aún hay trabajo por hacer para adecuarse a la futura Directiva

Aproximadamente el **50%** de las empresas encuestadas quiere revisar su código de conducta, las cláusulas contractuales y las metodologías de evaluación de riesgos ESG



Capital relacional

El capital relacional analiza las iniciativas y acciones que permiten la **construcción y desarrollo de relaciones** con impacto social con distintos agentes, cómo entidades sociales, administraciones públicas, clientes, comunidades locales u otras organizaciones.

Para ello, en esta sección tratamos cómo las empresas están contribuyendo a este capital en términos de:

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

Generación de una red de colaboración

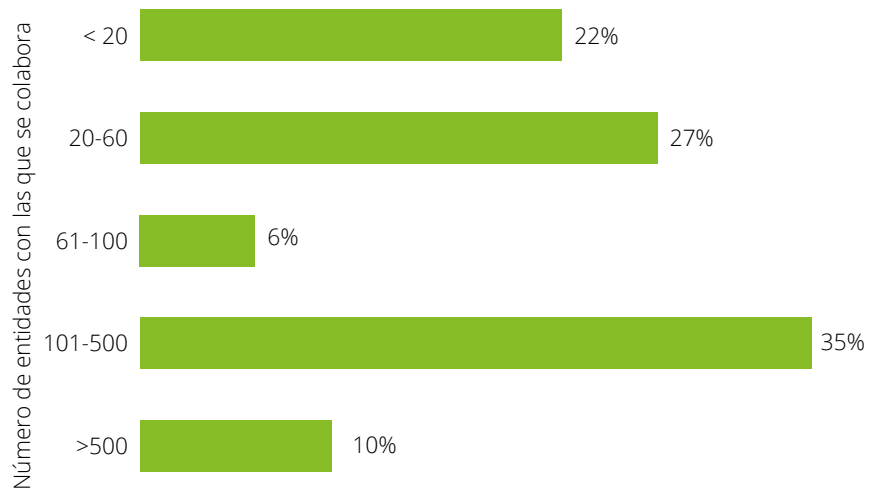
La construcción de relaciones con otros agentes es cada vez más común para el desarrollo y la ejecución de los proyectos de impacto social.

En 2021, las empresas participantes han llevado a cabo 22.781 colaboraciones para desarrollar sus proyectos sociales. De estas, **el 89% se ha realizado con entidades sociales nacionales. De media, en 2021, las empresas españolas han colaborado con 331 entidades sociales** para impulsar este tipo de proyectos²⁶.

No obstante, el 10% colaboran con más de 500 entidades sociales, y el 45% cuentan con más de 100 colaboradores en el ámbito social²⁷

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

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



26. Con base en información disponible para el 90% de las empresas que participan en el estudio. En este apartado no se contaron con las respuestas de las empresas miembros de la CEOE que no contaban con esta pregunta en su versión resumida del cuestionario.

27. Con base en información disponible para el 93% de las empresas que participan en el estudio. En este apartado no se contaron con las respuestas de las empresas miembros de la CEOE que no contaban con esta pregunta en su versión resumida del cuestionario.

Atracción de inversión

Mantener la red de colaboradores no sólo permite sumar capacidades, sino también recursos para conseguir el impacto social objetivo. Del total de inversión de las empresas llevada a cabo en el 2021, **el 90% es inversión propia y el 10%²⁸ es a través de terceros²⁹**. En este sentido, el 58% de las empresas han captado inversión de terceros para desarrollar sus proyectos sociales, con lo que han logrado captar **155,5 millones de euros de inversión adicional a la propia**.

Si bien la situación excepcional de la pandemia en 2020 supuso que esta cifra fuera mayor (158 millones de euros), en 2021 la inversión adicional que se ha conseguido es muy superior a la de años anteriores (83 millones en 2019 y 31,2 millones en 2018).

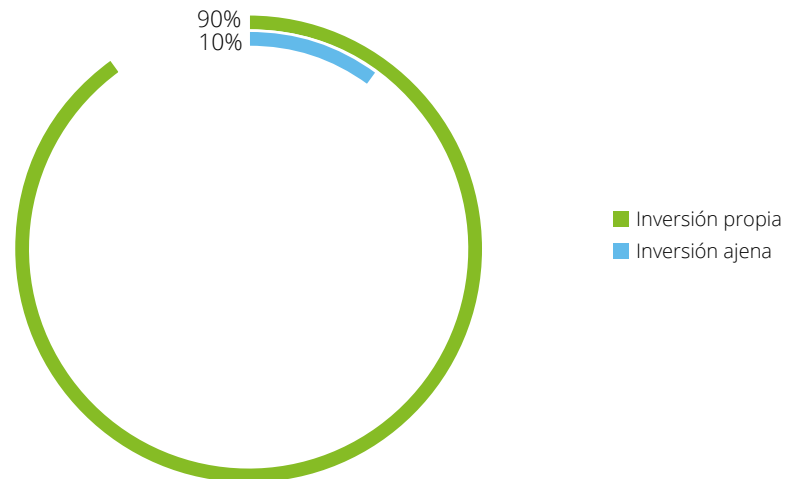
En sí, **por cada euro de inversión propia en proyectos de impacto social se ha logrado captar un 11% adicional de inversión de terceros**. En cuanto a la inversión en España, por cada euro de inversión propia, la captación ajena es de un 7% adicional y, respecto a la inversión en el resto del mundo, por cada euro de inversión propia se capta un 4% adicional de otros agentes.

Compromiso con la sociedad y los grupos de interés

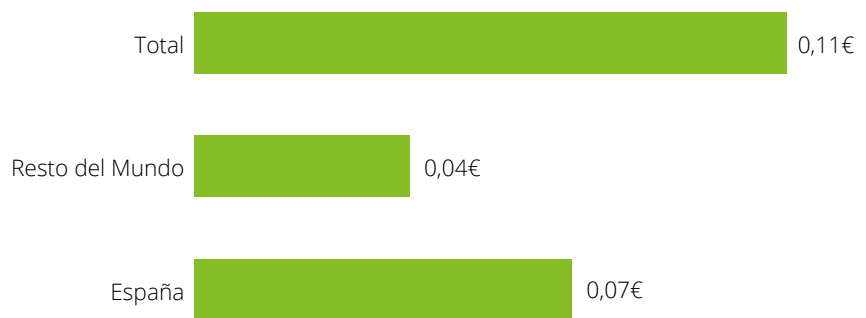
El compromiso de las empresas con la sociedad se refleja en la adhesión que tienen las mismas a instituciones ampliamente reconocidas en el ámbito social a nivel nacional e internacional. Por ejemplo, **el 76% de las empresas participantes son firmantes de convenios de DDHH** y fomentan la **defensa de los Derechos Humanos** a través de sus actuaciones. Adicionalmente, las empresas tienen una responsabilidad hacia los territorios donde desarrollan su negocio, y cabe destacar que **el 26% de las encuestadas cuentan con mecanismos de consulta y conciliación con comunidades locales e indígenas**.

155,5 millones de inversión adicional a la propia han sido captados por las empresas participantes para lograr desarrollar proyectos sociales

Distribución de los tipos de inversión



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



El 76% de las empresas participantes son firmantes de convenios de DDHH y fomentan la defensa de los Derechos Humanos a través de sus actuaciones

28. Este resultado se ha calculado teniendo en cuenta el 79% de las empresas que contestaron a esta pregunta.

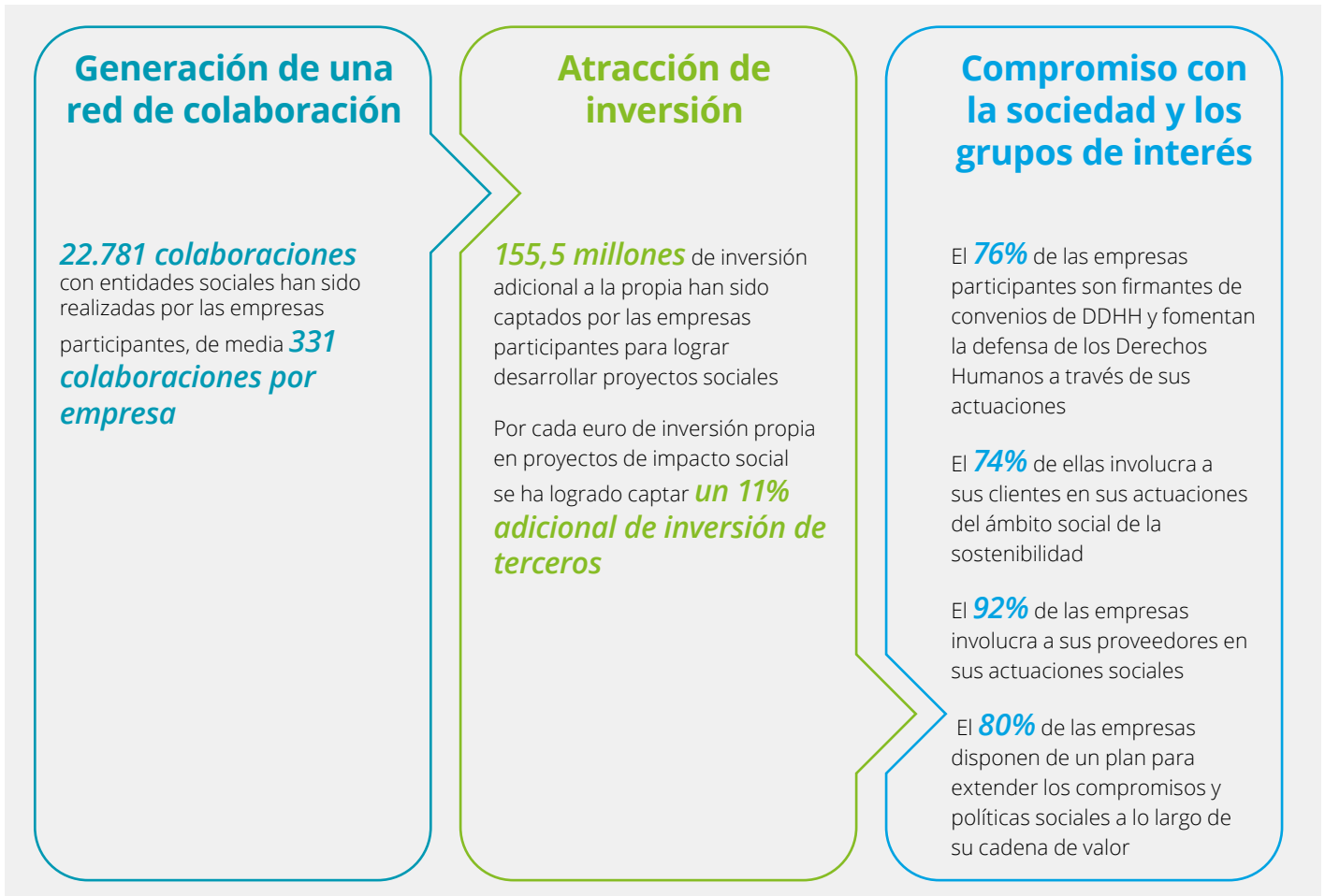
29. Se entiende por terceros u otros agentes por ejemplo AAPP, ONG, otras empresas, cofinanciación pública, etc. El resultado se ha obtenido con el 58% de las empresas que dieron este dato.

Las empresas también contribuyen al impacto social a través de la captación de financiación para las entidades sociales. De hecho, el **51%** de las empresas afirma que realiza **convocatorias y concursos de proyectos sociales dirigidos a la financiación de entidades sociales**.

Además del compromiso con la sociedad, las empresas también desarrollan

actuaciones dónde involucran a diferentes grupos de interés. Como se decía en el capital relacional, el **74%** de las empresas **involucran a sus clientes en sus actuaciones del ámbito social de la sostenibilidad**, 10 puntos porcentuales más que en 2020. Asimismo, el **92%** de estas **involucran a sus proveedores en sus actuaciones sociales**, un aumento en 17 puntos porcentuales con respecto a la

previa edición. En cuanto a las políticas internas de sostenibilidad, el **80%**³⁰ de las **empresas disponen de un plan para extender los compromisos y políticas sociales a lo largo de su cadena de valor**, un dato que ha incrementado en 8 puntos porcentuales con respecto a 2020.



30. No se tienen en cuenta las empresas de la CEOE debido a que esta pregunta no estaba en su cuestionario.



Capital económico

Este capital evalúa la tracción económica de los proyectos sociales a través del volumen de **inversión en proyectos sociales**, la generación de **empleo** en entidades sociales y la **financiación sostenible**. La inversión de las empresas en proyectos sociales promueve un desarrollo económico y social más sostenible, fomentando el progreso y al mismo tiempo la reducción de las desigualdades, lo que favorece el bienestar y la prosperidad de la sociedad, de la que todos formamos parte.

Para analizarlo, en esta sección se observa el compromiso de las empresas participantes en el estudio con la sociedad en términos de:

- Inversión en los diferentes proyectos sociales.
- La tracción de empleo.
- El volumen emitido y captado de financiación social.

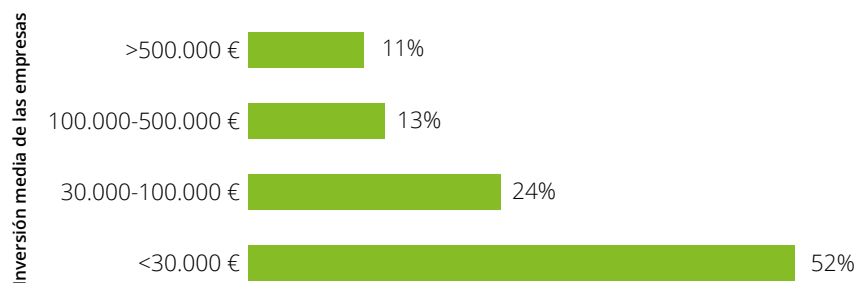
Compromiso con la inversión de impacto social

La **inversión de las empresas** en proyectos sociales en 2021 ha sido de **1.533,5 millones de euros**. Del total de la inversión, 1.377,9 millones es de inversión propia, mientras que 155,5 millones, como hemos visto en el apartado anterior, se realiza a través de la colaboración con otros agentes. Con ello las empresas participantes realizaron durante el 2021 una **inversión media de 22,8 millones de euros por empresa**³¹.

De esa inversión, las empresas declaran que **23,2 millones se emplearon en proyectos como respuesta a emergencias sociales**³².

En 2021, la inversión total de las empresas en proyectos sociales ha sido de 1.533,5 millones de euros

Distribución de empresas en función de la inversión media por proyecto



El **24%** de las empresas aportan una **inversión media por proyecto social de más de 100.000 euros** y el **52%** realizan una **inversión media de hasta 30.000 euros** por proyecto³³. Los resultados de la encuesta de este año reflejan que hay empresas que han llegado a invertir más de 6 millones de euros de media en un proyecto.

A continuación resumimos los principales ámbitos de proyectos sociales en los que las empresas están invirtiendo:

- El **30%** de la inversión fue destinada a **promover estándares de vida adecuados y mejorar el bienestar social a través de los productos y servicios**.

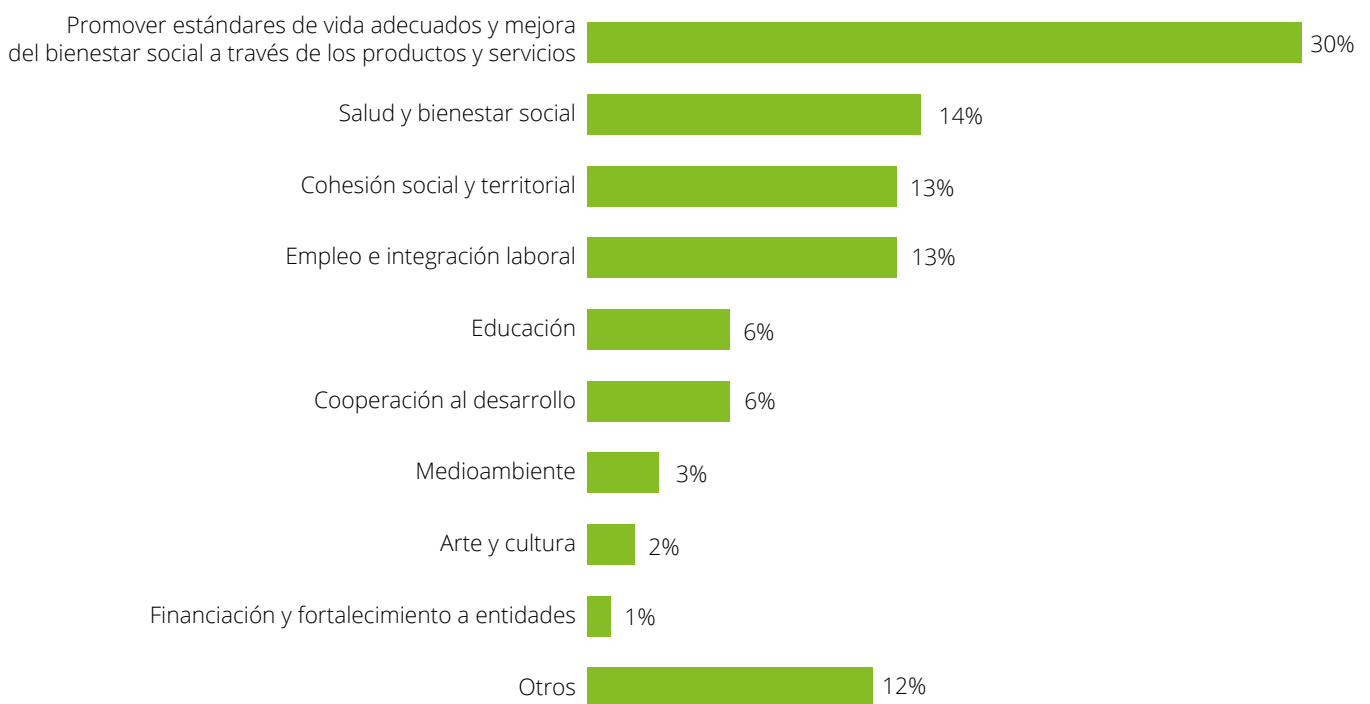
31. Calculado con la respuesta del 84% de las empresas miembros de SERES y CEOE que respondieron a esta pregunta.

32. Calculado con la respuesta del 47% de las empresas miembros de SERES y CEOE que respondieron a la pregunta de inversión en proyectos de ayuda humanitaria.

33. Calculado con la respuesta del 84% de las empresas miembros de SERES y CEOE que respondieron a los indicadores de número de beneficiarios e inversión necesarios para el cálculo de esta pregunta.

El 30% de la inversión se ha destinado a promover estándares de vida adecuados y mejora del bienestar social a través de los productos y servicios, seguidos por proyectos de salud y bienestar a los que se les otorgó el 14% de la inversión³⁴

Inversión total según el ámbito (en %)



- El **14% de la inversión** fue destinada a proyectos de **salud y bienestar social**.
- El **13% se invirtió** en el fomento de la cohesión social y territorial, con proyectos para **promover la inclusión, igualdad y participación social para la reducción de las diferencias entre las regiones**.
- Otro **13% fue invertido** en **empleo e integración laboral**.
- Las empresas participantes apoyaron los **proyectos de educación** con con el **6% de la inversión** durante el 2021.
- Otro **6% de la inversión** también fue otorgada a proyectos de **cooperación y desarrollo**.
- Por último, se destinó el **12% de la inversión** a otros ámbitos, dentro de los cuales se recogen proyectos con **personas mayores, personas con rentas mínimas, ayuda en emergencias humanitarias, apoyo a la familia y servicios sociales, asistencia legal pro-bono, personas en riesgo de exclusión social, discapacidad**, además de otros proyectos de tipo no social como proyectos medioambientales.

34. No todas las empresas contestaron al desglose de inversión por tipo de ámbito. Se tuvieron en cuenta solo las respuestas de las empresas SERES que desglosaron esta información.

Referente a la inversión total por tipología de sector, es posible remarcar que son las empresas del **sector Finanzas las que aportan el 63% del total de la inversión de esta edición.**

Tracción económica del territorio

La inversión en proyectos con impacto social impulsa el desarrollo de territorios y de cualidades de las personas que los integran. **De la inversión total, el 82% se realizó en proyectos dentro de España y el 18% en el resto del mundo**³⁵.

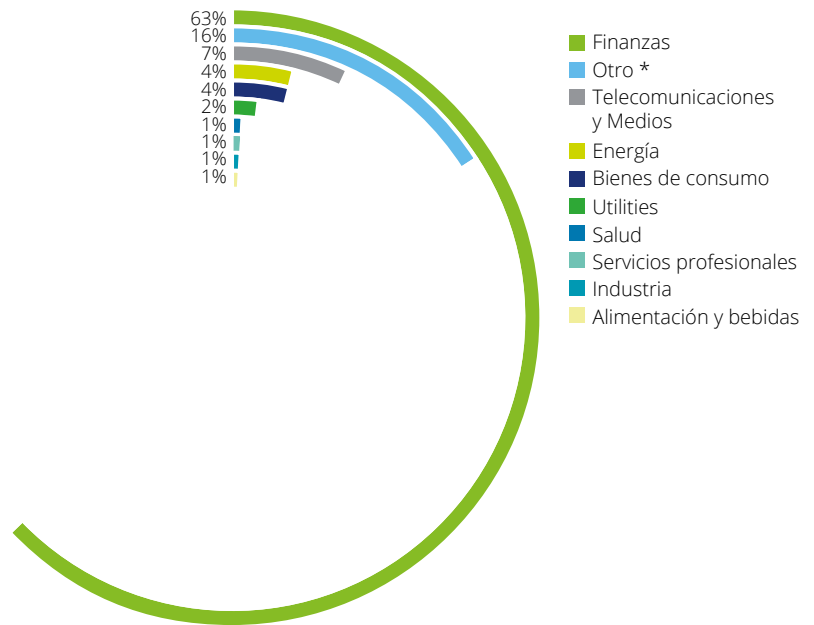
Asimismo, en 2021, **el empleo generado en otras entidades gracias a las actuaciones de impacto social ha sido de 26.750 empleos**, con la consecuente tracción económica de los territorios en los que están operando las empresas.

Financiación con criterios sociales

El 15% de las empresas participantes en el estudio afirman que han emitido instrumentos de financiación con criterios sociales.

Por otro lado, en 2021, el **11%** de las empresas participantes han **recibido financiación** con criterios sociales por más de **1.600 millones de euros, una media de 235,3 millones de euros por empresa.**

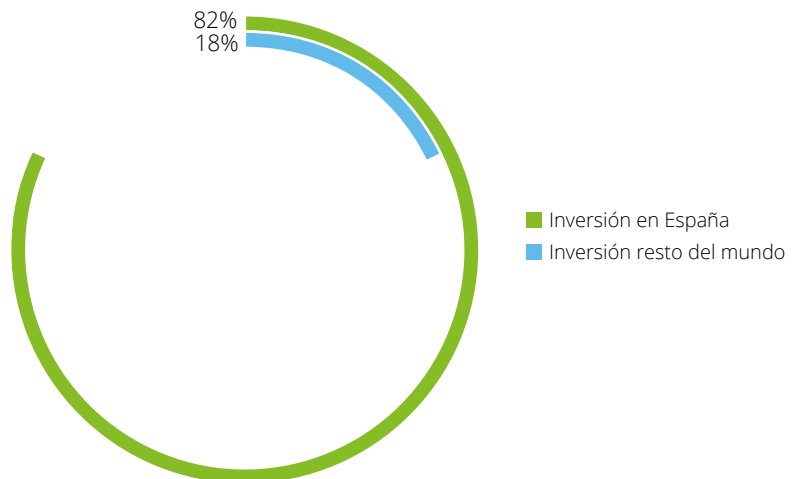
Distribución de la inversión según la tipología de compañía



* Cerca del 100% de la inversión del sector otro ha sido realizada por las fundaciones

La inversión ha contribuido a generar 26.750 empleos y un 82% de la inversión realizada tiene impacto social en territorio español

Distribución de la inversión en proyectos sociales



Alrededor del 15% de las empresas han emitido instrumentos de financiación con criterios sociales

35. El porcentaje se ha calculado teniendo en cuenta el 83% de las respuestas para los proyectos en España y el 41% para los proyectos en el resto del mundo.

01**Compromiso con el ámbito social**

En 2021, la inversión total de las empresas en proyectos sociales ha sido de **1.533,5 millones de euros**, un 3% mayor que en el ejercicio anterior

El **30% de la inversión**, se ha destinado a promover estándares de **vida adecuados y mejora del bienestar social** a través de los productos y servicios, seguidos por proyectos de salud y bienestar, a los que se les otorgó el **14% de la inversión**

02**Tracción económica del territorio**

La inversión ha contribuido a **generar 26.750 empleos**

Un **82% de la inversión realizada tiene impacto social en territorio español**

03**Financiación con criterios sociales**

Alrededor del **15% de las empresas** han emitido instrumentos de financiación con criterios sociales

Más de 1.600 millones de euros recibidos por las empresas participantes en forma de financiación con criterios sociales

Capital de comunicación social

Este capital mide cómo la empresa **comunica y sensibiliza a los grupos de interés** sobre la importancia de los aspectos sociales, incluyendo el impacto de sus propias acciones sociales.

Para ello, en esta sección se desarrolla:

- Cómo las empresas desempeñan la comunicación, sensibilización y difusión de su impacto social a todos sus grupos de interés.
- Información sobre los Premios SERES que en su 13ª 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, además de las acciones y proyectos sociales que realizan para beneficiar a la sociedad, promueven la difusión y sensibilización a los miembros de la sociedad sobre las buenas prácticas empresariales de carácter social.

Este año todas las empresas participantes en el estudio han establecido proyectos con el objetivo de **comunicar y sensibilizar a la sociedad sobre temas sociales de la sostenibilidad**. En particular, la **educación (75%), el empleo e integración laboral (74%) y la salud y bienestar (72%)** son

los ámbitos sobre los que más empresas sensibilizan y difunden información. Estas sensibilizaciones se realizan tanto a nivel local como internacional, en particular, **el 69% de las empresas participantes realiza actividades de sensibilización del impacto social a nivel internacional**.

Este esfuerzo de sensibilización y comunicación se amplía gracias a las actuaciones de comunicación corporativa acometidas por las empresas.

- El **98% de ellas cuenta al menos con un informe anual de información no financiera**, lo que refleja un

Distribución de las empresas por las temáticas de sensibilización que realizan



Todas las empresas encuestadas afirman haber desarrollado acciones vinculadas a la sensibilización y difusión sobre temáticas del ámbito social de la sostenibilidad

El 89% de las empresas evalúa y comunica su contribución a la sociedad mediante sus prácticas sociales, 6 puntos porcentuales más que en 2020

aumento de 13 puntos porcentuales con respecto a 2020. Además, el 40% de las empresas afirmaron estar integrando la información no financiera de sostenibilidad con la información financiera en un único informe integrado.

- Asimismo, el **89%** de las empresas **evalúa y comunica sobre el impacto de su contribución a los diferentes grupos de interés.**

Reconocimiento de buenas prácticas y difusión: Premios SERES

A lo largo de **las 13 ediciones**, la Fundación SERES ha premiado un total de **46 actuaciones empresariales**, de las cuales:

- **5** han sido realizadas por PYMES y **41** por grandes empresas.
- **37** han centrado su impacto **en España**, **8** en países **en desarrollo** y **1** tiene impacto a nivel **mundial**.

Los colectivos beneficiados por las distintas candidaturas ganadoras son, principalmente, **las personas desfavorecidas, las personas desempleadas y las personas con discapacidad.** Asimismo, cabe mencionar que, en cuanto a la tipología de proyectos llevados a cabo en 2022, dichas candidaturas ganadoras se enmarcan en los siguientes ámbitos: empleo para mujeres y productos enfocados a cubrir necesidades de las personas desfavorecidas.

- **ACCIONA con su programa “Programa Sostenibl@S 50:50”**, se marca el objetivo de impulsar la diversidad de género y potenciar el liderazgo femenino en proyectos y centros de producción en los que se requieren profesionales de carreras STEM, en sectores y en regiones donde la mujer está infrarrepresentada. El programa se basa en la premisa que la diversidad es fuente de talento y

demuestra la relación entre la diversidad, la inclusión y el rendimiento empresarial. De este modo, el programa se centra en impactar fundamentalmente en tres focos:

1. Inclusión REAL de la mujer en todas las posiciones, desde operarias hasta cargos de responsabilidad y sin limitarse a un número.
2. Impacto positivo en comunidades locales fomentando el desarrollo de la mujer a través de proyectos que promuevan el empleo local, el crecimiento económico y la creación de modelos replicables para otras mujeres.
3. Atracción, fidelización y promoción del talento femenino con el objetivo de fomentar una cultura inclusiva a través de tres palancas: establecer objetivos claros de diversidad e inclusión, impartir formación sobre sesgos inconscientes y garantizar que en los procesos de contratación siempre haya al menos una mujer.

Como resultado de este programa, Acciona está impactando a más de 1.000 mujeres que han participado y se han proporcionado más de 25.000 horas de formación y desarrollo sobre temas de Diversidad e Inclusión. Con ello, se refuerza el compromiso de Acciona y cabe destacar que es la única empresa del sector de la construcción e ingeniería incluida desde 2021 en el índice Refinitiv Diversity & Inclusion y donde está clasificada en el puesto 36 a nivel global en materia de diversidad e inclusión social.

- **AIGÜES DE BARCELONA (AGBAR) con su programa “Vulnerability. Análisis De Datos Para La Detección De Colectivos Vulnerables Para Disminuir La Pobreza Hídrica”** busca combatir la

pobreza hídrica, que se define como la dificultad por parte de los consumidores de afrontar el pago de la factura del agua. Este tipo de pobreza afecta a numerosos colectivos y tiene una relación directa con la estigmatización, la exclusión y la segregación de las personas afectadas. Para hacer frente a este reto social, dentro del proyecto se desarrolló una metodología de segmentación demográfica de la población de los 23 municipios en los que se opera en el Área Metropolitana de Barcelona, a partir del análisis de datos públicos y privados en el que se cruzaban zonas de residencia de los clientes anonimizados con sus comportamientos de pago y se generaban mapas dinámicos de vulnerabilidad del área de Barcelona.

Este proyecto se ha reconocido por dos aspectos diferentes: por un lado, porque cuenta con un gran valor empresarial, ya que se aumenta el conocimiento sobre los consumidores, permitiendo focalizar el esfuerzo en las zonas más vulnerables; y, por otro lado, por tener un importante valor social, gracias al aumento de la capacidad y agilidad de detección de clientes que puedan incurrir en vulnerabilidad soberana.

- **ING con su proyecto “Faro, luz para tus finanzas”** con el que, a través de la formación y el acompañamiento, empodera a los trabajadores sociales del Ayuntamiento de Madrid para que puedan ayudar a reducir la exclusión financiera y social de personas en situación de vulnerabilidad:
 - Resolviendo problemas y dudas financieras que tienen los usuarios de servicios sociales.
 - Gestionando recursos económicos de emergencia: Ingreso Mínimo Vital, bonos sociales, prestaciones públicas y otras ayudas.

- Analizando y trabajando las deudas y obligaciones contraídas por las familias y apoyando su planificación financiera e itinerarios sociales.

Con la colaboración de la Fundación Nantik Lum y el Área de Familias, Igualdad y Bienestar Social del Ayuntamiento, este programa está dirigido a familias que acuden a servicios sociales con problemas socioeconómicos. De esta manera el impacto realizado ha sido:

- 170 trabajadores sociales han participado activamente y 93 completaron la formación en las dos ediciones celebradas durante el 2021 y 2022.
- Se ha logrado la entrada en la red municipal de 36 centros de servicios sociales de 21 distritos de Madrid.
- 760 personas al año son atendidas por cada trabajador social que participa en el programa.
- En total, los capacitados atenderán a 68.400 usuarios de hogares de 2,5 miembros de media, el impacto potencial es de llegar a 171.000 personas.

Difusión y sensibilización en materia de sostenibilidad

Todas las empresas encuestadas afirman haber desarrollado sensibilizaciones tratando el ámbito social de la sostenibilidad

El **98%** de las empresas dispone de al menos un informe anual de información no financiera

El **89% de las empresas** de las empresas evalúa y comunica su contribución a la sociedad mediante sus prácticas sociales

Reconocimiento de buenas prácticas y difusión: Premios SERES

13 ediciones de los Premios SERES

con un total 46 actuaciones empresariales premiadas.

- **5** han sido realizadas por PYMES y **41** por grandes empresas.
- **37** han centrado su impacto en España, **8** en países en desarrollo y **1** tiene impacto a nivel mundial.



Retos sociales actuales y futuros

El 61% de las empresas considera que la educación, formación y aprendizaje permanente es el reto más importante de la sociedad actual

Las empresas son testigos de los retos sociales que presenta la sociedad actual y, a través de sus actuaciones, los abordan para transformarlos en oportunidades de desarrollo social.

En esta sección hemos tomado el pulso de la opinión de las empresas en cuanto a:

- Cuáles son los retos sociales más relevantes para la sociedad;
- En qué medida las propias empresas han contribuido a abordar dichos retos en los dos últimos años;
- Cuál es el panorama para los próximos cinco años;
- Cómo de preparadas se encuentran las empresas para abordar los retos futuros, partiendo de su nivel de gestión actual.

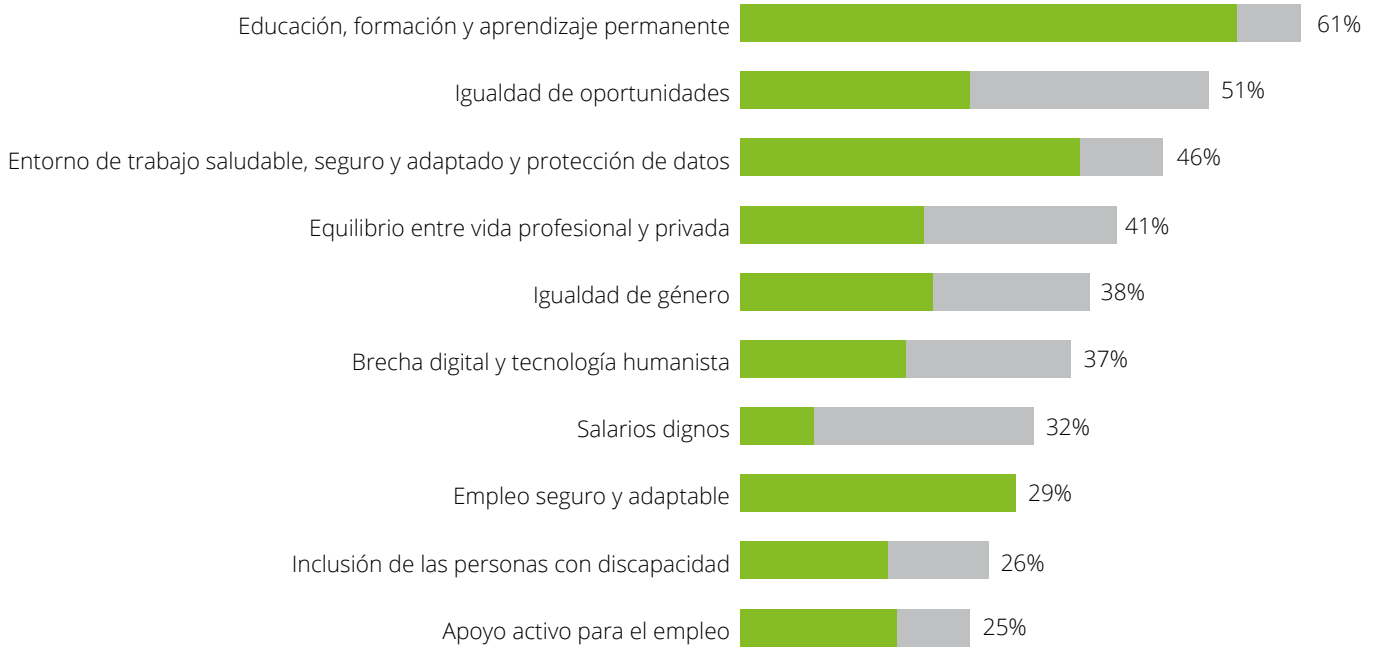
A pesar de que son los gobiernos los responsables, en primer lugar, de proteger, respetar y velar por los DDHH, las empresas juegan también un papel importante para abordar los retos asociados a los aspectos sociales. La sostenibilidad social es crítica para mejorar la calidad de sus relaciones con los stakeholders, a través de una gestión activa de los impactos en sus empleados,

los trabajadores de la cadena de valor, los clientes y las comunidades locales.

Al preguntar a las empresas participantes sobre cuáles consideran que son los principales retos a los que se enfrenta la sociedad, han destacado que **los cinco retos de la sociedad más importantes en la actualidad son: la educación, formación y aprendizaje permanente (61%), la igualdad de oportunidades (51%), poder generar un entorno de trabajo saludable, seguro, adaptado y la protección de datos (46%), el equilibrio entre vida profesional y privada (41%), la igualdad de género (38%) y la brecha digital (37%).**

Cuando se les preguntaba a cuáles de esos retos sociales las empresas han contribuido a través de sus actuaciones sociales en los últimos dos años, se observa que también un porcentaje relevante se ha centrado en la educación y la formación, así como en la generación de un entorno de trabajo saludable, en línea con las necesidades surgidas durante la pandemia, si bien, aún queda recorrido por la mejora de la contribución en otros aspectos como la igualdad de oportunidades, el equilibrio entre la vida personal y profesional o la igualdad de género.

Contribución de las empresas a los 10 retos sociales más importantes



■ Contribución de las empresas a los retos sociales ■ Retos sociales más importantes

Con una visión más a medio plazo, al preguntar a las empresas por los principales retos a los que se enfrenta la sociedad a cinco años, aunque la educación sigue en primer lugar la igualdad de género sube al segundo lugar, y la brecha digital se posiciona dentro de los cinco primeros.

¿Cuáles son los retos sociales más importantes en los próximos 5 años?



Más del 70% de las empresas cree que realiza una gestión adecuada para fomentar la educación y la formación y el 41% cree que tiene recorrido de mejora para generar un impacto social positivo a través de sus productos y servicios

De manera adicional, las empresas participantes han podido valorar su nivel de gestión de aspectos sociales que contribuyen a estándares de vida adecuados y bienestar para los usuarios, estando las respuestas estrechamente relacionadas con los retos sociales identificados más arriba. Por ejemplo, las empresas valoran con la puntuación media más alta su gestión de programas que mejoran el acceso a una educación de calidad, lo cual está alineado con el reto social más importante para ellas. Asimismo, las medidas relacionadas con la seguridad, el impacto social y la reparabilidad de los productos y servicios obtuvieron un nivel de gestión medio -sobre cuatro- de 3,7; 3,4 y 3,2 respectivamente, lo que refleja la **importancia que están dando las empresas a crear productos y servicios accesibles, duraderos, beneficiosos y seguros** para todos. Las empresas también valoraron su desempeño en la gestión de medidas que fomentan la igualdad de oportunidades con un 3,6 de media sobre 4, siendo el lograr la igualdad de oportunidades uno de los tres retos sociales identificados previamente como más importantes.

Cuando analizamos estos datos por empresas, observamos que si bien las empresas son conscientes de todos estos retos, **un 41% afirma que tiene recorrido de mejora para generar impacto social a través de su productos y servicios**. Asimismo, el 37% y el 31% de las empresas opina que tiene **recorrido de mejora en la gestión de medidas que fomenten la cohesión social y la igualdad de oportunidades** respectivamente.

Valoración del nivel de gestión de aspectos sociales de la empresa que contribuyen a estándares de vida adecuados y bienestar para los usuarios



Porcentaje de empresas que respondieron sobre el nivel de gestión de aspectos sociales que contribuyen a estándares de vida adecuados y bienestar para los usuarios





Horizonte normativo del componente social

Los reguladores están sentando las bases para dar soluciones a los retos sociales de los que se hablaba en la sección anterior, lo cual se está reflejando en la generación de nuevas y más exigentes normativas para fomentar la transparencia y la responsabilidad social de las empresas.

En esta sección se tratan los principales avances normativos que a la fecha de la elaboración de este informe³⁶, y sin perjuicio de otras regulaciones, las empresas deben tener en el radar, en concreto:

- La Directiva de información corporativa de sostenibilidad, "CSRD" por sus siglas en inglés, que refuerza las obligaciones de divulgación de las empresas;
- Los futuros estándares de información de sostenibilidad europeos, los "ESRS" por sus siglas en inglés;
- La Directiva de diligencia debida empresarial sostenible, "CSDDD" por sus siglas en inglés que fomenta los comportamientos empresariales responsables a lo largo de las cadenas de suministro; y
- Los avances en el desarrollo de la Taxonomía Social.

La CSRD refuerza los requerimientos de divulgación en temas ESG y obliga a la verificación del contenido de los informes de sostenibilidad de las empresas

De la directiva NFRD a la CSRD

En noviembre de 2022, el Consejo Europeo aprobó la Directiva CSRD³⁷ que reemplaza a la ya existente Directiva de Información no Financiera (Non-Financial Reporting Directive, NFRD) y que garantiza que las grandes empresas estén obligadas a informar sobre aspectos ambientales, sociales, de Derechos Humanos y los factores de gobernanza de sus propias actividades y de la cadena de valor. **La CSRD abarcará 50.000 compañías mientras que la NFRD solo abarcaba 11.000.**

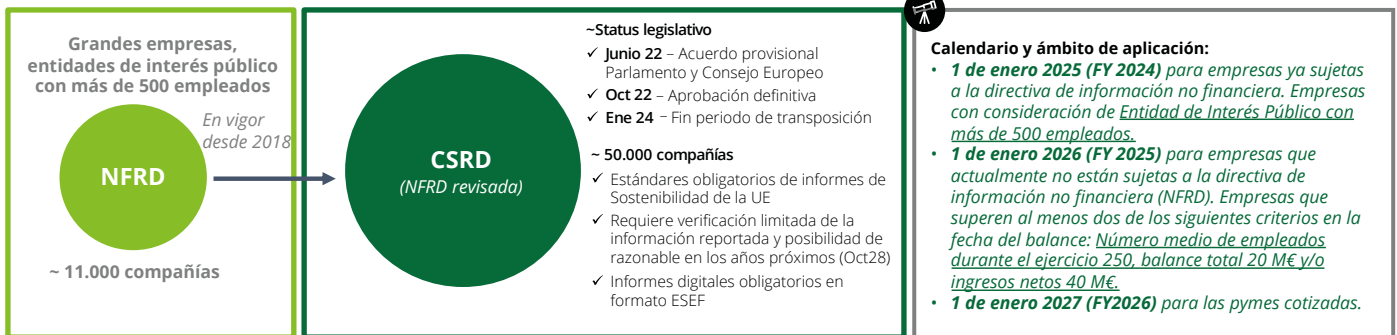
Esta nueva directiva introduce **requisitos de divulgación más detallados**. El

texto destaca que la presentación de información de calidad sobre sostenibilidad puede ayudar a las empresas a determinar y gestionar sus propios riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad, sirviendo de base para un mejor diálogo y comunicación entre las empresas y sus inversores.

Comenzando por el ejercicio cerrado en 2024, en función de su tamaño, las empresas deberán ir aplicando la nueva Directiva en sus informes de sostenibilidad, usando los estándares EFRAG.

36. El IX informe del impacto social de las empresas se ha elaborado en enero de 2023

37. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2022-0380_EN.pdf



Los estándares ESRS del EFRAG: hacia estándares de información de sostenibilidad europeos

Los requerimientos específicos de la CSRD se desglosan en doce estándares ESRS transversales propuestos por el Grupo Asesor Europeo de Información Financiera (EFRAG).

El EFRAG es una asociación privada creada en 2001 con el objetivo de responder al interés público. Desde inicios del 2022, la Comisión Europea encargó al EFRAG dentro del Project Task Force on European Sustainability Reporting Standards (PTF-ESRS) la elaboración de un borrador de estándares de información de sostenibilidad para introducirlos en la CSRD como el estándar europeo a seguir. El objeto y razón de ser de este estándar es **mejorar la calidad de la información dada y la comparabilidad entre empresas en el ámbito de la información no financiera**. Para su elaboración, además de los inputs recibidos por grupos de trabajo tanto del sector público como del privado, el EFRAG se ha basado en las IFRS (Normas Internacionales de Información Financiera), junto con otros estándares e iniciativas mundialmente aceptados (ej: Global Reporting Initiative, *Shift*³⁸, *WIC*³⁹) y ha

añadido algunos puntos suplementarios para respetar las ambiciones del Pacto Verde Europeo con el objetivo de obtener información de calidad, veraz y comparable.

A finales de noviembre de 2022, EFRAG envió los 12 primeros borradores (ESRS, European Sustainability Reporting Standards) a la Comisión Europea. El segundo set específico de sectores (*Sector Specific*) se prevé que salga para finales de 2023 aproximadamente. Estos borradores implican **obligaciones de información** para los informes publicados en 2025 sobre FY 2024 en el primer grupo de empresas. El nivel de desglose requerido por los estándares es muy detallado en cuanto a indicadores y métricas exigidas, incluyendo en sus versiones finales las distintas regulaciones, recomendaciones y estándares existentes con el objetivo de incluir bajo un mismo marco toda la información requerida en materia de sostenibilidad.

Estos estándares están estructurados en dos estándares generales (*Cross-Cutting Standards*), el ESRS 1 de Requerimientos Generales y el ESRS 2 de Divulgación General e incluyen los siguientes requerimientos de información:

- 12 Estándares ESG:
 - 5 Medioambientales
 - 4 Sociales
 - 1 de Gobierno

01

- 84 Requerimientos de reporting (información cualitativa y cuantitativa)

02

- 1144 “Datapoints”

03

- Doble Materialidad
 - Materialidad financiera
 - Materialidad de impacto

04

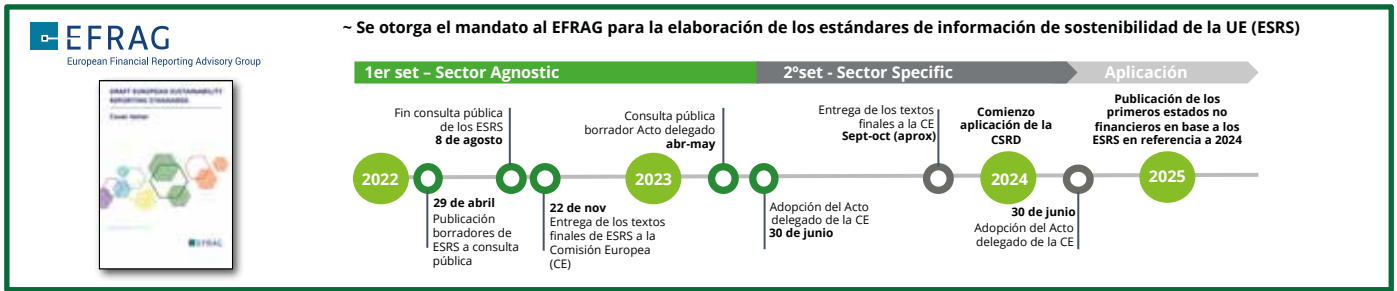
- 4 áreas de reporting (pilares TCFD)
 - Gobernanza
 - Estrategia
 - Impacto, Gestión del Riesgo & Oportunidad
 - Métricas y Objetivos

05

La CSRD establece que la divulgación de información no financiera se realice empleando los estándares de información de sostenibilidad europeos encomendados al grupo de trabajo EFRAG (European Financial Reporting Advisory Group)

38. <https://shiftenvironment.co.uk/why-do-shift/>

39. World Intellectual Capital/Assets Initiative



• **Descripción del modelo de negocio y la estrategia de la empresa:** en este apartado se debe informar sobre aspectos como las oportunidades para la empresa derivadas de las cuestiones de sostenibilidad, la forma en que el modelo de negocio y la estrategia de la empresa tienen en cuenta los intereses de las partes interesadas de la empresa y el impacto de esta en las cuestiones de sostenibilidad o el modo en que se ha aplicado la estrategia de la empresa en relación con las cuestiones de sostenibilidad entre otros.

• **Descripción de objetivos:** horizonte temporal relativo a las cuestiones de sostenibilidad que haya fijado la empresa, entre ellos, los objetivos absolutos de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, mínimo para 2030 y 2050, una descripción de los avances realizados por la empresa en la consecución de dichos objetivos y una declaración de si los objetivos relativos a factores medioambientales se basan en pruebas científicas concluyentes.

• **Gobernanza:** descripción de la función de los órganos de administración, dirección y supervisión en lo que respecta a las cuestiones de sostenibilidad y de sus conocimientos especializados y capacidades en relación con el desempeño de dicha función, o del acceso de dichos órganos a esos conocimientos y capacidades.

• **Sostenibilidad:** políticas de la empresa en relación con las cuestiones de sostenibilidad.

CROSS-CUTTING STANDARDS				
ESRS 1 General Requirements		ESRS 2 General Disclosure		
ENVIRONMENT				
ESRS E1 Climate change	ESRS E2 Pollution	ESRS E3 Water and marine resources	ESRS E4 Biodiversity and ecosystems	ESRS E5 Resource use and circular economy
SOCIAL				
ESRS S1 Own workforce	ESRS S2 Workers in the value chain	ESRS S3 Affected communities	ESRS S4 Consumers and end-users	
GOVERNANCE				
ESRS G1 Business conduct				

Las dificultades para establecer criterios homogéneos están retrasando la aprobación de la Taxonomía Social de la UE

• **Incentivos:** información sobre la existencia de sistemas de incentivos ligados a cuestiones de sostenibilidad y ofrecidos a los miembros de los órganos de administración, dirección y supervisión.

• **Diligencia debida:** descripción del procedimiento de diligencia debida aplicado por la empresa en relación con las cuestiones materiales de sostenibilidad, así como información relacionada con el cumplimiento de la Directiva de Debida Diligencia.

• **Cadena de valor:** descripción de los principales efectos negativos reales o potenciales relacionados con las propias actividades de la empresa y con su cadena de valor, incluidos sus productos

y servicios, sus relaciones comerciales y su cadena de suministro, así como las medidas adoptadas para detectar y vigilar dichos efectos y otros efectos negativos.

• **Mitigación de riesgos:** medidas adoptadas por la empresa para prevenir, mitigar, subsanar o poner fin a los efectos negativos reales o potenciales y el resultado de dichas medidas. En este apartado, se debe incluir también una descripción de los principales riesgos para la empresa relacionados con las cuestiones de sostenibilidad, incluidas las principales dependencias de la empresa sobre esos riesgos y la forma en que la empresa los está gestionando.

Diligencia Debida Empresarial en materia de sostenibilidad

La diligencia debida empresarial (del inglés *due diligence*) es el proceso por el que las empresas deben identificar, prevenir, mitigar y rendir cuentas por los impactos negativos producidos, reales o potenciales, sobre los Derechos Humanos y el medio ambiente, en sus actividades globales y cadenas de valor, las cuales a menudo incluyen filiales, subcontratistas, proveedores y otras relaciones económicas.

En febrero de 2022, se publicó un borrador para la Directiva de Debida Diligencia empresarial por la Comisión Europea y el 30 de noviembre del mismo año el Consejo Europeo publicó su posición negociadora, otorgando a la Presidencia del Consejo el mandato de entablar negociaciones con el Parlamento Europeo, de cara a su adopción final, tras la cual, se requerirá la transposición de la Directiva.

Esta propuesta se aplica a las operaciones propias de la empresa, sus filiales y sus cadenas de valor (ya sean relaciones comerciales directas como indirectas), estando sujetos a su aplicación:

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 con más de 250 empleados y una facturación global de 40 Millones de euros en sectores definidos de gran impacto.

Empresas no europeas:

- Sociedades constituidas en un país tercero que, durante dos años consecutivos facturen más de 150 millones de euros en la Unión Europea o más de 40 millones de euros, siempre que al menos 20 millones de euros se hayan generado en los sectores definidos de gran 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

la Directiva de debida diligencia convierte en normativas las recomendaciones de la OCDE sobre debida diligencia para una conducta empresarial responsable, concretando más las exigencias de vigilancia sobre su actividad y la de sus socios comerciales

Pasos exigidos a las compañías para el establecimiento de un Sistema de Debida Diligencia

1 Integración de la diligencia debida en las políticas y los sistemas de gestión de riesgos	2 Identificación de impactos adversos reales y potenciales	3 Prevención de efectos adversos
4 Medidas para poner fin a los impactos adversos	5 Procedimiento de reclamaciones	6 Monitorización y reporte

Medidas adicionales de los Estados Miembros

- Asegurar que las compañías bajo el alcance cuenten con un **plan de neutralidad** alineado con los objetivos del acuerdo de París
- Designar a una o varias **autoridades encargadas de controlar** el cumplimiento de las obligaciones, con las competencias y recursos adecuados y que puedan atender a las inquietudes fundadas de incumplimiento expuestas por cualquier empresa o persona física
- Establecer el **régimen de sanciones** aplicable en caso de incumplimiento. Cuando sean pecuniarias, se basarán en el volumen de negocios de la empresa
- Asegurar la **responsabilidad** civil de daños y perjuicios

considerar los impactos adversos en derechos humanos y en medioambiente:

- **Integrar** la diligencia debida en las políticas y procesos;
- **Identificar** impactos adversos reales o potenciales sobre los Derechos Humanos 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.

Más allá de las obligaciones de las compañías, los Estados Miembros, en la transposición de la norma deberán asignar una o varias **autoridades encargadas de controlar su cumplimiento**, establecer un **régimen de sanciones** por incumplimiento, asegurar la **responsabilidad civil** y que las compañías sujetas a la norma cuenten con un **plan de neutralidad**.

Además, el borrador de la Directiva contempla imponer una **Autoridad de Control** para controlar el respeto de la directiva y se establecerá un **régimen sancionador** incluyendo una **compensación a los individuos afectados**.

La propuesta también incluye **medidas de acompañamiento**, que apoyarán a todas las empresas, incluidas las PYME, que puedan verse indirectamente afectadas. Las medidas incluyen el desarrollo de sitios web, plataformas o portales dedicados individual o conjuntamente y el posible apoyo financiero para las PYME. Con el fin de brindar apoyo a las empresas, la Comisión puede adoptar orientaciones, incluso sobre cláusulas de contrato modelo. La Comisión también puede complementar el apoyo prestado por los Estados miembros con nuevas medidas, incluida la ayuda a empresas de terceros países.

Perspectiva de la Taxonomía Social

Con el fin de **canalizar los flujos de capital a entidades y actividades que respeten los Derechos Humanos y mejoren las condiciones de vida de las personas**, la Taxonomía Social de la UE pretende ser una herramienta que sentará las bases sobre qué activos financieros son elegibles y cuáles no, desde el punto de vista de la inversión con fines sociales. El

lanzamiento de la Taxonomía Social según lo previsto se está retrasando debido en parte a que la dimensión social de la sostenibilidad **presenta una serie de dificultades** respecto a los parámetros ambientales, como por ejemplo:

- Trata sobre **aspectos más subjetivos** que los parámetros ambientales para los cuales es más sencillo establecer criterios basados en la ciencia y en general existe una **falta de metodologías de monitorización de parámetros sociales**;
- Los parámetros sociales, **dependen fuertemente del contexto** y en función de este puede darse el caso que no se puedan definir actividades como socialmente sostenibles o socialmente no sostenibles;
- Muchos de los objetivos necesarios para una Taxonomía Social, **precisan ir más allá de la jurisprudencia de la UE**, por ejemplo cuando se trata de salarios o de la negociación colectiva;
- La transición ecológica requiere el cambio en numerosos sectores (ej: el sector minero, el de generación de la energía, etc.) y esto va a afectar a los niveles de vida de los grupos de interés, por lo que se requiere de una **transición justa también a nivel social**.



En el artículo 34 de la Taxonomía ambiental que ya cuenta con un Reglamento publicado⁴⁰, se establece que **ninguna actividad puede ser considerada medioambientalmente sostenible si no considera el respeto de los DDHH**. De hecho, la estructura de la Taxonomía Social se basa, entre estándares y principios internacionales, en la **Declaración Universal de Derechos Humanos** y en los **Objetivos del Desarrollo Sostenible**. Así la Taxonomía Social espera dirigir la inversión a actividades que respetan los Derechos Humanos, que mejoran las condiciones de vida y las condiciones laborales.

Tras un primer borrador y una consulta, en el último borrador publicado en febrero de 2022, la estructura de la Taxonomía Social pasó de una doble dimensión (dimensión vertical y horizontal) a una sola estructura que contiene tres objetivos que están enfocados a **tres grupos de interés: trabajadores, consumidores y usuarios y comunidades**.

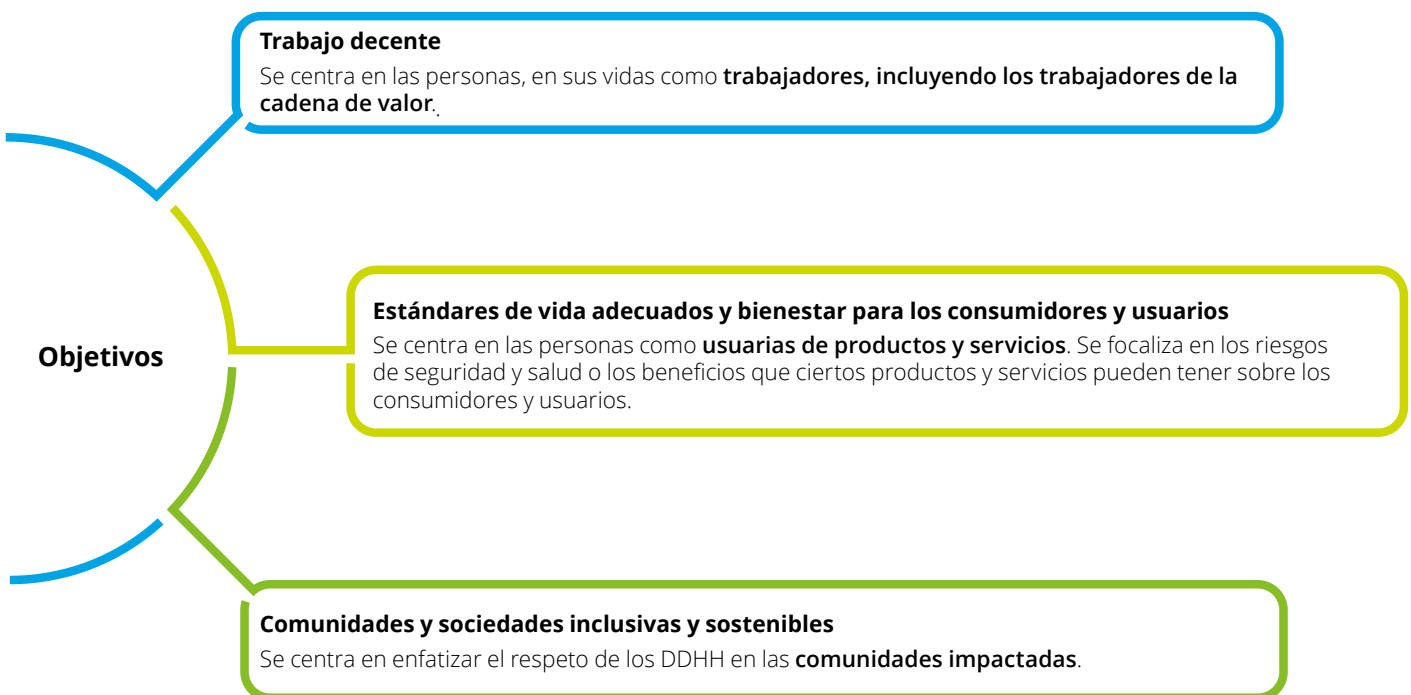
Estos objetivos están **compuestos por subobjetivos**, para que se garanticen varios aspectos como la seguridad y salud, atención sanitaria, alojamiento, salarios, no discriminación, salud del consumidor y bienestar de las comunidades, etc. La Taxonomía Social de la UE establece que los subobjetivos pueden ser promovidos de diferentes formas según la contribución del sector/actividad y propone los siguientes tipos de **contribución substancial**:

- Sectores que evitan y afrontan impactos negativos.
- Sectores que promueven los impactos positivos en bienes y servicios sociales e infraestructura económica.
- Actividades facilitadoras, que tienen el potencial de reducir de manera importante el riesgo social en otros sectores.

Por último, además de la contribución substancial a uno o varios objetivos, hay que garantizar que:

- La actividad clasificada como social cumple el criterio de **Do Not Significant Harm (DNSH)**, es decir que no actúa en detrimento de cualquier otro objetivo social.
- Que se están cumpliendo con las **Salvaguardas mínimas** de no violar ninguno de los Derechos Humanos, ni de los trabajadores o principios básicos de gobernanza.

El borrador da ejemplos de temas sociales desde la perspectiva de los tres nuevos objetivos y la Comisión está trabajando en la corrección de dichos objetivos sociales. La elaboración de criterios se encuentra actualmente en desarrollo, así como la vinculación al CapEX, al OpEx o a la facturación, y se irán publicando en próximos actos delegados.



40. Sustainable finance | European Commission (europa.eu)

Metodología

Esta última sección cubre la metodología empleada para la elaboración de la edición IX del Informe del Impacto Social de las empresas.

- Se ha realizado el análisis cuantitativo de la contribución al aspecto social de la sostenibilidad por parte de las empresas SERES, se han estudiado las respuestas de 68 empresas SERES que han participado de manera voluntaria rellenando un cuestionario sobre un total de más de 70 indicadores. Adicionalmente, para el análisis cuantitativo se ha contado con la participación de 11 empresas de la CEOE que han reportado determinados indicadores cuantitativos en un cuestionario resumido.

- La información en la sección sobre el avance de las diferentes normativas y la actualidad del ámbito social ha sido obtenida de las páginas oficiales de la Comisión Europea.

En el siguiente gráfico se puede ver una redistribución por sectores según las respuestas obtenidas de las empresas participantes en el cuestionario:

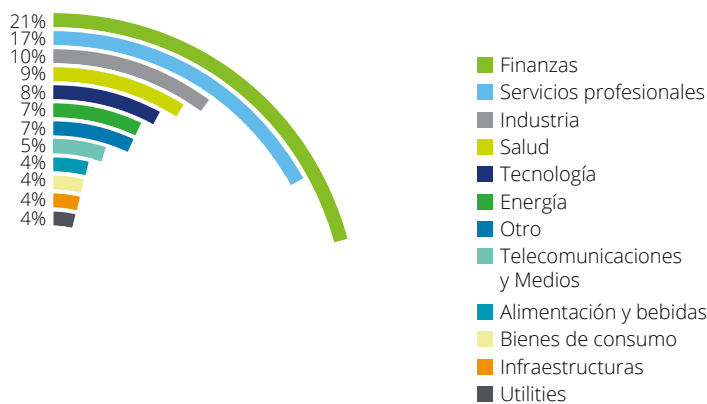
Además de las respuestas de las empresas SERES, el informe cuenta con la participación de empresas y asociaciones de empresas de la CEOE que han aportado su visión al contestar a una versión del cuestionario SERES resumido.

Las empresas participantes tienen un impacto socioeconómico cuantificado en 1.619.863 empleos y una facturación equivalente al 34% del PIB⁴¹ en España.

Como limitaciones generales del modelo de recolección y tratamiento de los datos cabe destacar:

- 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 2021.
- 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.

Distribución del número de empresas SERES participantes según sector



41. <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana?anio=2021>.

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.

© 2023 Deloitte

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