



Informe de resultados

PROYECTARSE 2020

La mirada del impacto





Este informe recoge la valoración del impacto social de

40 COMPAÑÍAS

conforme al modelo de Creación de Valor Social **PROYECTARSE**





ANA SAINZ

Directora General de Fundación SERES

Desde la creación de la Fundación hemos perseguido tangibilizar la dimensión social de las empresas. Defendemos el valor compartido como elemento estratégico indispensable en las organizaciones y creemos en la creación de valor, para transformar la realidad empresarial y conseguir una sociedad mejor. A esto se le une la necesidad y el afán de SERES de contar con metodologías útiles que puedan ofrecer indicadores del impacto.

Para obtener resultados rentables y un mayor impacto positivo en el ámbito social empresarial es imprescindible medir para poder continuar avanzando. Esto, además de hacer sostenible el compromiso social de las empresas, tiene una consecuencia directa en la generación de alianzas, de cadenas de valor híbrido y, en definitiva, de otro concepto que es muy relevante para la competitividad de la empresa: la colaboración. Indudablemente la última década ha mostrado un tejido empresarial comprometido, capaz de poner el acento en la dimensión social.

En este sentido, detectamos la necesidad de crear PROYECTARSE, una herramienta de autoevaluación de los principales aspectos sociales de las empresas, fruto de la colaboración entre Fundación SERES, VALORA y SICASOFT SOLUTIONS, como marco de referencia para el progreso en el desempeño en las organizaciones en materia de RSE que agradecemos su acompañamiento en este reto de la medición.

En esta primera edición presentamos los resultados que comparan las 40 empresas SERES participantes y en cada uno de los bloques que componen PROYECTARSE, además de conocer las tendencias en la materia.

Por otra parte, queremos resaltar la importancia de implicar a las diferentes áreas de la organización, para que de manera transversal la compañía siga siendo proactiva en alcanzar la mejora continua. Y no solo de los bloques actuales, sino que seguiremos muy pendientes de otras cuestiones que nos vayan marcando la agenda para anticiparnos y servir de guía a las empresas.



SENÉN FERREIRO

Socio Director VALORA

¿Realmente creo valor? Esta es una de las preguntas clave que desde hace años se hacen las compañías líderes y aquellas con un claro compromiso con la sociedad. En nuestros 20 años de trayectoria hemos testado y desarrollado múltiples metodologías con el objetivo de evaluar las estrategias, mejorar la rendición de cuentas o poner en valor los compromisos de las compañías ante los grupos de interés.

El modelo PROYECTARSE que aquí presentamos tiene un doble objetivo. Por una parte ayudar a los equipos directivos en la evaluación de sus compromisos y estrategias en el marco del impacto social, apoyando la puesta en valor. El segundo objetivo es dar respuesta a la esencia de la Fundación SERES, impulsar el impacto positivo de las empresas en la sociedad.

Estamos convencidos que el modelo y la herramienta permitirán que las empresas que ya están enfocadas en la creación de valor mejoren mediante el *benchmark* y la evaluación, y que aquellas que quieren iniciar el camino del

impacto y la creación de valor tienen una puerta abierta para ello.

PROYECTARSE no busca ser un ranking, sino una herramienta para la mejora, por eso también es necesaria su propia evolución, recogiendo las ideas de las empresas participantes y las tendencias en los diferentes ejes de trabajo que se verán reflejadas en el análisis del próximo ejercicio.

Finalmente, agradecer a todo el equipo SERES la potente oportunidad que supone esta colaboración, que recoge su experiencia trabajando con empresas y metodología de primer nivel en estos últimos años. Un lujo para el equipo de VALORA poder alcanzar este desarrollo que supone un salto diferencial para apoyar a empresas y sociedad.





JOSE LU3S MADRID

CEO Sicasoft Solutions

No avanzaremos en sostenibilidad e impacto social, si no avanzamos en digitalizaci3n y medici3n. Hemos avanzado enormemente en el compromiso de las empresas con la creaci3n de valor social, as3 como en la percepci3n de los reguladores y la sociedad sobre la necesidad de evaluar a las empresas. Pero todav3a tenemos carencias importantes en las herramientas para la gesti3n, la medici3n y el seguimiento.

Necesitamos que los equipos directivos dispongan de herramientas que les permitan analizar y tomar decisiones para orientar la creaci3n de valor social y medir el impacto. Y m3s all3 de esta necesidad b3sica de gesti3n, est3 la de compararnos con otros, una de las claves para avanzar en la mejora y perseguir una creaci3n de valor consistente y a largo plazo.

La plataforma de SICASOFT que hemos puesto a disposici3n de la Fundaci3n SERES y VALORA es un desarrollo especializado en el manejo de informaci3n no financiera, y con una potente capacidad de an3lisis y *benchmark* global y sectorial. Por tanto ponemos a disposici3n de las empresas no solo esta herramienta para PROYECTARSE, sino una soluci3n con capacidad de adaptarse a las necesidades de an3lisis de los equipos directivos. Gracias a Fundaci3n SERES y VALORA por su confianza.



CONTENIDOS

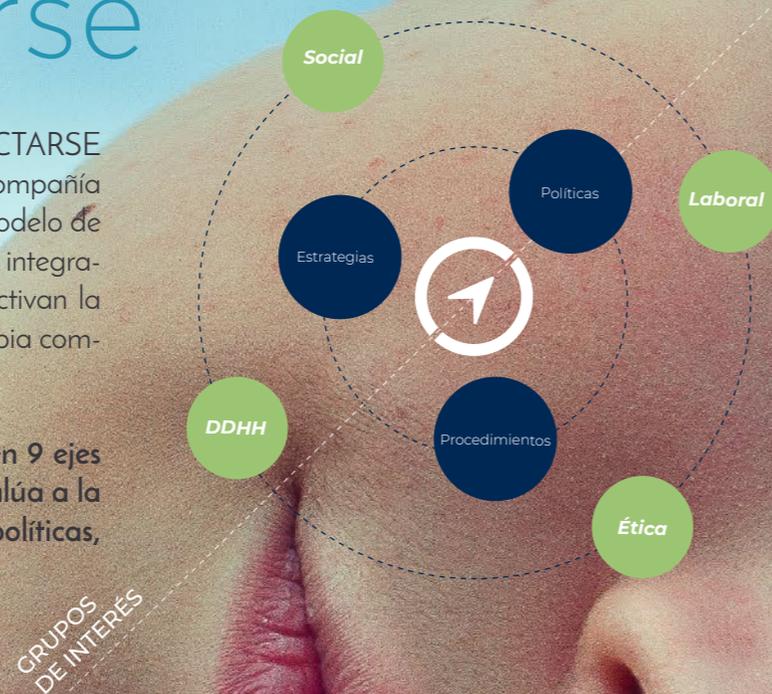
1	QUÉ ES EL MODELO DE CREACIÓN DE VALOR SOCIAL: PROYECTARSE	10
2	OBJETIVOS Y ESTRUCTURA DEL INFORME	16
3	RESULTADOS GLOBALES	20
4	RESULTADOS POR EJES DE IMPACTO	26
	ET Ética y transparencia	28
	CV Gestión de la cadena de valor	36
	CS Contribución a la sociedad	44
	DE Diversidad y empleo	52
	DH Derechos Humanos	60
	ODS Objetivos de Desarrollo Sostenible	68
	I+D Innovación	76
	TE Tecnología	84
	IN Inversores	92
5	AVANCES VERSIÓN 2021	100



1 QUÉ ES EL MODELO DE CREACIÓN DE VALOR SOCIAL: PROYECTARSE

El modelo de Creación de Valor Social PROYECTARSE está diseñado para evaluar el estado de una compañía (de su modelo organizativo, su estrategia y su modelo de negocio) respecto a una serie de variables cuya integración y desarrollo actúan como palancas que activan la creación de valor para la sociedad y para la propia compañía.

El modelo de evaluación está estructurado en 9 ejes que incluyen 70 criterios, sobre los que se evalúa a la compañía, incluyendo el estado de sus políticas, estrategias y procesos de gestión.



El modelo permite identificar fortalezas y oportunidades de mejora en 9 ejes de creación de valor social, sobre las que continuar trabajando para mejorar el impacto que las compañías impulsan en la sociedad.

- Ética y transparencia
 - Gestión de la cadena de valor
 - Contribución a la sociedad
 - Diversidad y empleo
 - Derechos Humanos
 - Objetivos de Desarrollo Sostenible
 - Innovación
 - Tecnología
 - Inversores
- 9 EJES**



Como conclusión de la evaluación del modelo PROYECTARSE, podemos entender la situación de una compañía respecto a la implementación de sus compromisos en la estrategia y la gestión, y si realmente tiene integrada en su cultura un enfoque de creación de valor hacia la sociedad.

Otro gran valor es el *benchmark* frente a otras compañías respecto a los criterios facilitados por la herramienta digital desarrollada por Sicasoft. Para aquellas compañías que están al principio del camino y de la transformación, el modelo permite evaluar su estado de situación, puntos fuertes y débiles y la construcción de una hoja de ruta para avanzar hacia la creación de valor hacia la sociedad.

En definitiva, el modelo no busca construir un nuevo ranking de RSE, ni persigue establecer un nuevo marco de reporte empresarial a los muchos existentes, sino impulsar un marco para integrar en la gestión de las compañías la creación de valor social.



El modelo PROYECTARSE de Creación de Valor Social, está basado en la propuesta de valor que la Fundación SERES defiende desde sus orígenes, así como en los resultados y experiencias obtenidos por VALORA en la implementación de su modelo de Transformación Sostenible (TS4).

A diferencia de otros estudios y enfoques, PROYECTARSE no busca disponer de datos en un momento determinado, sino que persigue implementar un enfoque de mejora en la búsqueda de un mayor impacto social en cada empresa.



¿CÓMO LO MEDIMOS?

PUNTUACIÓN OBTENIDA

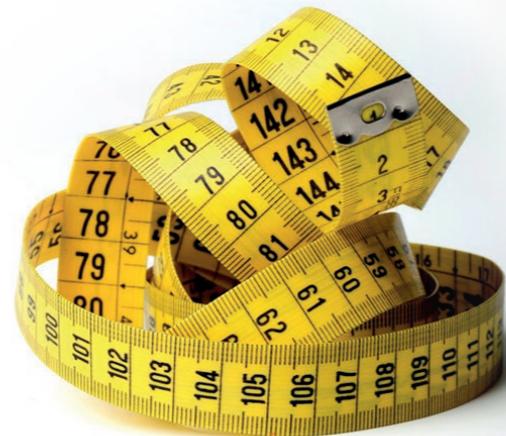
70%

9 EJES DE IMPACTO

- Ética y transparencia 
- Gestión de la cadena de valor 
- Contribución a la sociedad 
- Diversidad y empleo 
- Derechos Humanos 
- Objetivos de Desarrollo Sostenible 
- Innovación 
- Tecnología 
- Inversores 

30%

ESTRATEGIA Y ASPECTOS GENERALES RSE



PUNTUACIÓN FINAL

El Algoritmo de cálculo pondera las puntuaciones, en base a los pesos asignados en la jerarquía de componentes del modelo (aspectos, ejes de evaluación, agrupación de ejes y aspectos generales).

$$\begin{array}{c}
 \text{PUNTUACIÓN} \\
 \text{AGREGADA DE LOS} \\
 \text{EJES DE EVALUACIÓN} \quad \times 0,7
 \end{array}
 +
 \begin{array}{c}
 \text{PUNTUACIÓN} \\
 \text{ASPECTOS} \\
 \text{GENERALES} \quad \times 0,3
 \end{array}
 =
 \begin{array}{c}
 \text{PUNTUACIÓN} \\
 \text{MÁXIMA POSIBLE} \quad \times 100
 \end{array}$$

2

OBJETIVOS Y ESTRUCTURA DEL INFORME

Este informe recoge las conclusiones y análisis que se extrae en la autoevaluación realizada por 40 compañías en base al modelo PROYECTARSE de Creación de Valor Social así como las tendencias que marcarán las agendas de las empresas en el desarrollo de sus modelos de negocio y de relación e impacto en la sociedad.

La estructura del modelo nos permite extraer conclusiones en distintos **ejes de impacto**: Ética y transparencia, Gestión de la cadena de valor, Contribución a la sociedad, Diversidad y empleo, Promoción y defensa de los Derechos Humanos (DDHH), Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), Innovación, Tecnología e Inversores.



De esta forma, el informe consigue sacar a la luz las principales palancas de impacto positivo de las compañías en su entorno, así como los aspectos que requieren de una especial atención, y como ambos se relacionan con las tendencias globales, regulatorias, sociales y empresariales que se avecinan.





DIMENSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL

Las 40 compañías participantes en el informe suponen una muestra significativa de las grandes empresas que conforman la economía española, tanto por su tamaño como por su representación sectorial:

40
COMPAÑÍAS
ANALIZADAS

11
EMPRESAS DEL
IBEX 35

15 SECTORES ECONÓMICOS REPRESENTADOS

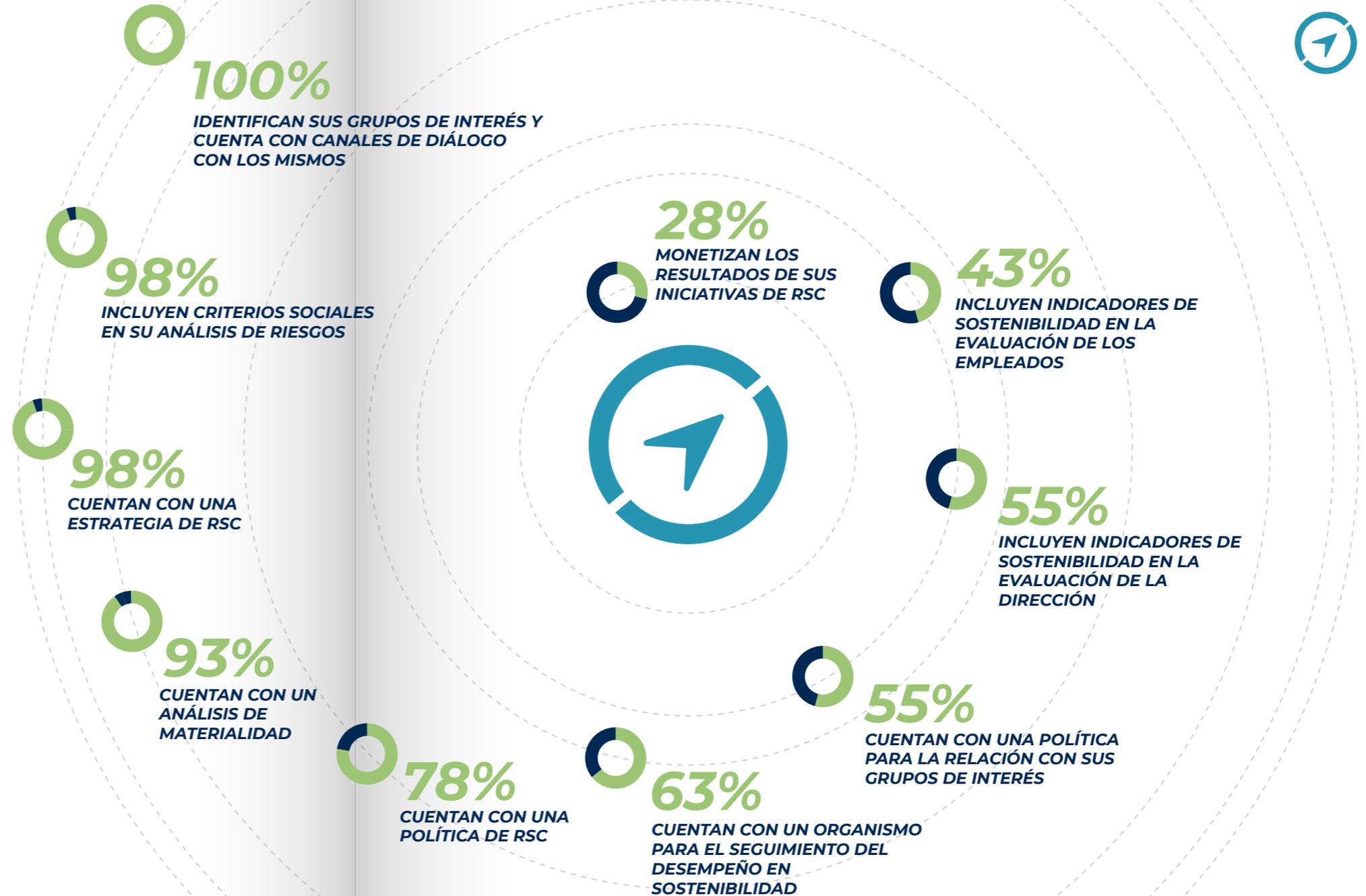
 Actividades financieras y de seguros	 Alimentación y bebidas	 Automoción	 Comercio al por menor	 Construcción e infraestructuras
 Energía	 Industria farmacéutica	 Industria manufacturera	 Oil & Gas	 Servicios empresariales
 Tecnología de la información	 Telecomunicaciones	 Tercer sector	 Transportes	 Turismo

3

RESULTADOS GLOBALES

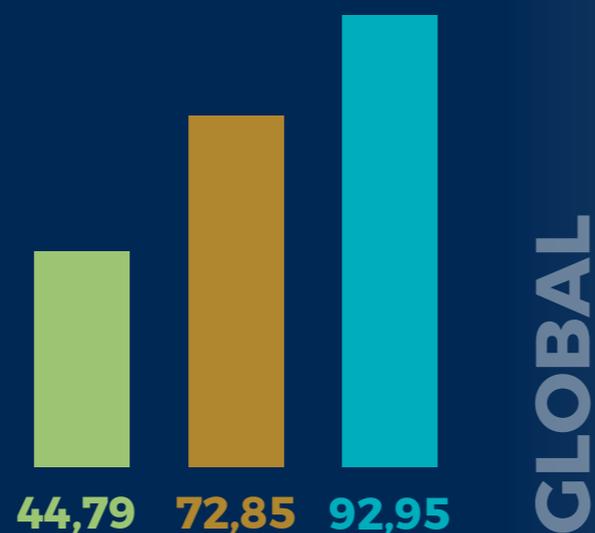
La aplicación del modelo de Creación de Valor Social sobre el análisis de 70 criterios (19 generales y 51 que corresponden con las cuestiones específicas en cada eje) pondera los resultados y nos muestra el rango de desempeño de las compañías analizadas, así como las diferencias en los distintos ejes de impacto.

Un análisis de los criterios generales nos permite afirmar que las compañías cuentan con un avance importante en el desarrollo e implementación de estrategias con foco en el valor social, pero con recorrido de mejora en aspectos como la medición de impacto.



Las compañías analizadas obtuvieron una puntuación media de 72,85 puntos en el modelo de Creación Valor Social PROYECTARSE

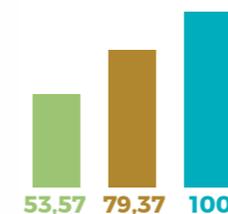
La compañía mejor valorada en el conjunto de criterios obtuvo una valoración de 92,95 puntos sobre 100.



GLOBAL

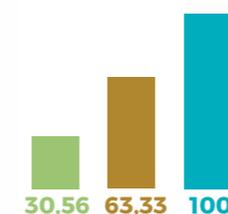
● Nota más baja ● Nota media ● Nota más alta

ÉTICA Y TRANSPARENCIA



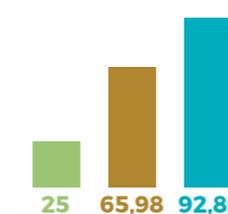
LA ÉTICA Y LA TRANSPARENCIA ESTÁN PRESENTES EN TODAS LAS COMPAÑÍAS ANALIZADAS, CON LA PUNTUACIÓN MÍNIMA MÁS ALTA DE TODOS LOS EJES ANALIZADOS Y UNA PUNTUACIÓN MEDIA CERCANA AL 80

GESTIÓN DE LA CADENA DE VALOR



LA VALORACIÓN MEDIA DEL EJE DE CADENA DE VALOR SUPERA LOS 60 PUNTOS SOBRE 100, FRUTO, POR UNA PARTE, DE UN ELEVADO NÚMERO DE MECANISMOS PARA LA MITIGACIÓN Y CONTROL DE RIESGOS E IMPACTOS, Y POR OTRA, DE LAS OPORTUNIDADES DE DESARROLLO DE PROYECTOS DE COLABORACIÓN Y ESTRATEGIAS DE IMPACTO EN LOS ENTORNOS MÁS LOCALES.

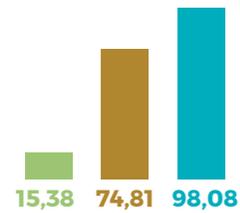
CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD



TODAS LAS COMPAÑÍAS CUENTAN CON INICIATIVAS DE CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD, PERO LA FALTA DE MECANISMOS DE MEDICIÓN Y LA OPORTUNIDAD DE SACAR LOS PROYECTOS DE VOLUNTARIADO FUERA DE SUS PERÍMETROS, HACEN QUE LA VALORACIÓN MEDIA NO ALCANCE LOS 70 PUNTOS SOBRE 100.

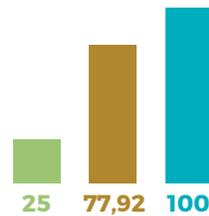


 **DIVERSIDAD Y EMPLEO**



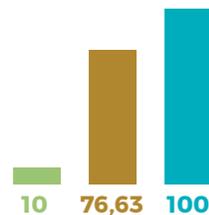
UNO DE LOS EJES CON MAYOR PROFUNDIDAD DE ANÁLISIS, DEBIDO A LA MADUREZ DE LAS POLÍTICAS DE LAS COMPAÑÍAS, **MUESTRA UNOS RESULTADOS MUY POSITIVOS, POR ENCIMA DE LA MEDIA DEL CONJUNTO DEL ESTUDIO.**

 **DERECHOS HUMANOS**



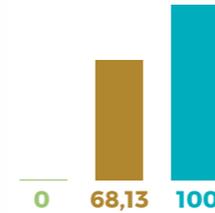
LAS COMPAÑÍAS ANALIZADAS MUESTRAN UN **ELEVADO DE COMPROMISO EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS**, SIENDO UNO DE LOS EJES CON MEJOR VALORACIÓN JUNTO CON TECNOLOGÍA.

 **OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**



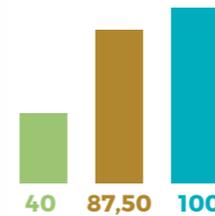
TODAS LAS COMPAÑÍAS ANALIZADAS INTEGRAN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN SU GESTIÓN, LO QUE RESULTA EN UNA VALORACIÓN MEDIA DEL EJE QUE SUPERA LOS 75 PUNTOS SOBRE 100.

 **INNOVACIÓN**



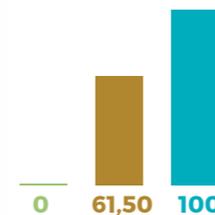
CON **GRANDES DIFERENCIAS ENTRE COMPAÑÍAS**, LA VALORACIÓN MEDIA DEL EJE INNOVACIÓN NO ALCANZA LOS 70 PUNTOS SOBRE 100.

 **TECNOLOGÍA**



TODAS LAS COMPAÑÍAS, EN MAYOR O MENOR MEDIDA ESTÁN TRABAJANDO EN LAS OPORTUNIDADES E IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA, LO QUE RESULTA EN **LA PUNTUACIÓN MEDIA MÁS ALTA DE TODOS LOS EJES ANALIZADOS.**

 **INVERSORES**



LA PUNTUACIÓN MEDIA MÁS BAJA SE MUESTRA EN ESTE CRITERIO, CUESTIÓN QUE TAMBIÉN VIENE MARCADA PORQUE ES UNO EN LOS QUE MÁS CAMBIOS SE ESTÁN PRODUCIENDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS Y LAS COMPAÑÍAS ESTÁN TRABAJANDO SU POSICIONAMIENTO O BIEN NO APLICA TAN DIRECTAMENTE POR SU SECTOR.





4

RESULTADOS POR EJES DE IMPACTO

Los resultados y conclusiones se muestran agrupados en los 9 ejes de impacto establecidos, que incluyen 51 criterios de análisis específicos, de los 70 que incluye el modelo. Los resultados se presentan diferenciados para las empresas del IBEX y para las demás, mientras que las conclusiones se presentan agrupadas para las 40 empresas de la muestra.

ET

 **Ética y transparencia**

CV

 **Gestión de la cadena de valor**

CS

 **Contribución a la sociedad**

DE

 **Diversidad y empleo**

DH

 **Derechos humanos**

ODS

 **Objetivos de Desarrollo Sostenible**

I+D

 **Innovación**

TE

 **Tecnología**

IN

 **Inversores**



ET

ÉTICA Y TRANSPARENCIA

**UNA GESTIÓN ÉTICA Y
TRANSPARENTE EN EL
MARCO DE UN MODELO
DE GOBIERNO
RESPONSABLE, ES LA
CLAVE PARA QUE LAS
COMPAÑÍAS PUEDAN
GENERAR CONFIANZA Y
SEGURIDAD EN SU
ENTORNO Y SUS GRUPOS
DE INTERÉS**





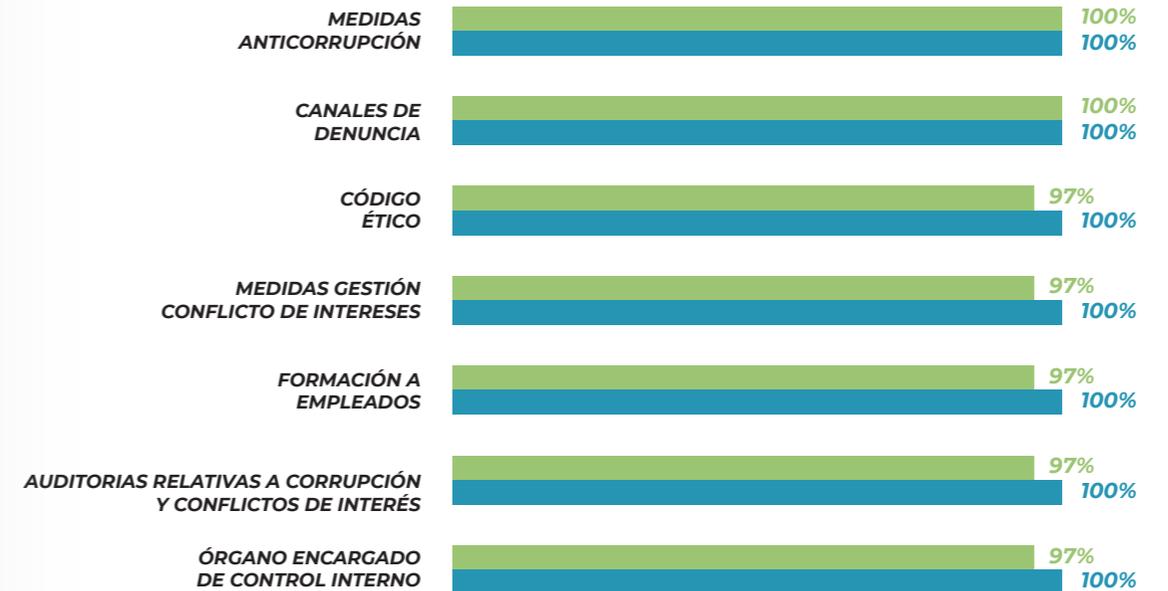
RESULTADOS

UN COMPORTAMIENTO ÉTICO DE LA ORGANIZACIÓN DEBE NACER EN LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO, EN EL PROPÓSITO EMPRESARIAL Y EN LAS POLÍTICAS CORPORATIVAS

Avanzar y garantizar una gestión ética es un aspecto que debe ser compartido por toda la organización. En este eje analizamos cuestiones relativas a la ética, la lucha contra la corrupción y la prevención de los conflictos de intereses. En este sentido, es crucial una cultura integrada, una misión corporativa con enfoque de responsabilidad social que establezca las bases para reducir y mitigar los riesgos inherentes a la actividad.

Un comportamiento ético de la organización debe nacer en los órganos de gobierno, en el propósito empresarial y en las políticas corporativas. Estos compromisos y los mecanismos de prevención implementados, deben garantizar el cumplimiento a lo largo de toda la cadena de valor de las compañías.

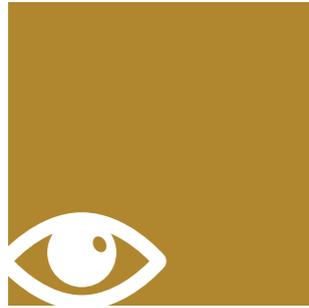
ET



Porcentaje de respuestas positivas en las empresas de la muestra

● Empresas IBEX-35

● Empresas que no pertenecen al IBEX-35



TENDENCIAS

La ética y la transparencia son compromisos adquiridos con los grupos de interés, esenciales para la generación de valor y confianza, así como para una correcta integración de la sostenibilidad en el modelo de negocio.

ET

IMPLICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA DIRECCIÓN:

La gestión ética y transparente responde a una implicación estratégica que nace en los consejos de administración y es compartida por toda la organización. Esta gestión debe ser transversal a todas las actividades empresariales, un propósito que está por encima de las actuaciones individuales, una responsabilidad que recae sobre el compromiso de todas las personas que conforman la compañía y se establece desde el liderazgo de la dirección.

INCREMENTO DE LOS MODELOS DE REPORTE:

Existe una gran variedad de estándares de reporte que se utilizan en el mercado, muchos de ellos con elementos en común. Éstos, se centran desde el enfoque de la triple cuenta de resultados en ordenar la información sobre los principales impactos de las compañías y su respuesta a las grandes tendencias en sostenibilidad y en recoger la información sobre los principales riesgos ASG que afectan a las empresas (cambio climático, pérdida de biodiversidad, DDHH, diversidad, etc.). Algunos de estos modelos son: *GRI, SASB, IIRC, TFCO, CDP, CDSB, PCAF, Pacto Mundial, SDGs, AA1000, SA8000, DJSI*, etc.

BUEN GOBIERNO:

Actualmente, la gestión ética de la empresa es un pilar fundamental para cualquier organización. Las buenas prácticas establecidas en materia de buen gobierno complementan el cumplimiento de la ley, es decir, van más allá de las medidas establecidas por las normativas de aplicación correspondientes.



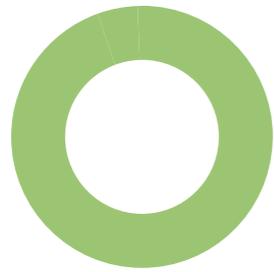
En 2020 se ha revisado el Código de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas, con actualizaciones que refuerzan la presencia de la sostenibilidad, la gestión de información no financiera o la igualdad de género, entre otros.

TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS:

La comunicación de los impactos derivados de la actividad empresarial, se convierte en un mecanismo para generar confianza y además, está evolucionando hacia una mayor exigencia de información por parte de los grupos de interés más relevantes. Muestra de ello es la renovación de la Directiva Europea de Información no Financiera en la que se está trabajando.

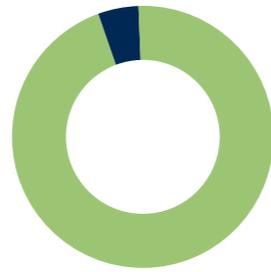


CONCLUSIONES



100%

DE LAS EMPRESAS ANALIZADAS CUENTAN CON MEDIDAS ANTICORRUPCIÓN Y CANALES DE DENUNCIA



98%

DE LAS EMPRESAS FORMAN A SUS EMPLEADOS Y REALIZAN AUDITORÍAS EN CUESTIONES RELATIVAS A LA ÉTICA, ANTICORRUPCIÓN Y CONFLICTO DE INTERESES



TODAS LAS EMPRESAS ANALIZADAS CUENTAN CON UN CÓDIGO ÉTICO Y ADEMÁS,

9 DE CADA 10

LO TIENEN A DISPOSICIÓN PÚBLICA

ET



Las compañías analizadas cuentan con códigos y procedimientos en materia de la gestión ética, anticorrupción y conflicto de intereses, materializando de esta forma su compromiso con el buen gobierno corporativo y su inclusión en el modelo de negocio.

La situación actual de las compañías permite establecer un patrón claro en relación con la importancia de desarrollar unos valores y cultura compartida en base a principios éticos para alcanzar los objetivos empresariales y garantizar un crecimiento inclusivo de la sociedad.

En los próximos años, las compañías deberán avanzar en la implementación de mecanismos de control en toda la cadena de valor, en fortalecer el seguimiento y control de la información no financiera por parte de los consejos de administración, especialmente en lo referente a la gestión de riesgos, y en trasladar al conjunto de los colaboradores las implicaciones y comportamientos asociados a los valores y propósitos corporativos y principios éticos.

RECURSOS SERES:

Para avanzar en ética y transparencia en tu empresa, accede a:
<https://www.fundacionseres.org/Paginas/Campus/Informes.aspx?ID=1140>

GESTIÓN DE LA CADENA DE VALOR

LA GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE VALOR IMPLICA ASUMIR COMPROMISOS SOCIALES Y AMBIENTALES QUE SE EXTIENDAN DESDE LOS PROVEEDORES HASTA EL CLIENTE FINAL



CVV



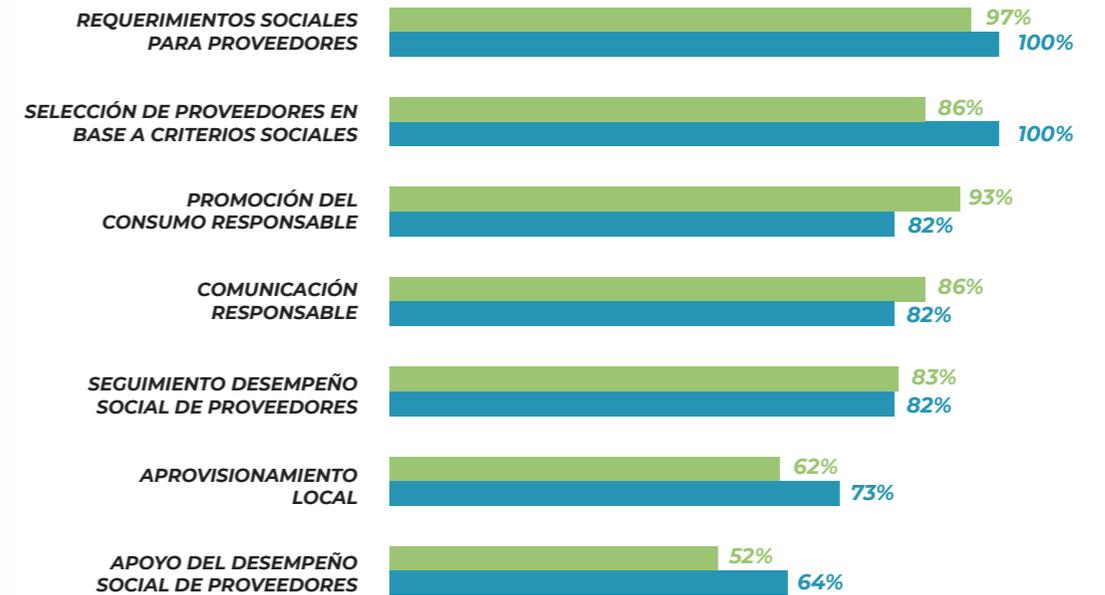


RESULTADOS

DEBEMOS GARANTIZAR EL CONTROL DE RIESGOS E IMPACTOS EN LA CADENA DE VALOR

Buscamos construir una cadena de valor responsable, que dé respuesta a las necesidades actuales de los modelos de negocio. Este eje se enfoca en el compromiso de responsabilidad a lo largo de toda la cadena de valor, así de cómo la empresa debe dar una respuesta eficiente a los nuevos retos que nos deparan las tendencias actuales.

CV



Porcentaje de respuestas positivas en las empresas de la muestra

● Empresas IBEX-35

● Empresas que no pertenecen al IBEX-35



TENDENCIAS

Caminamos hacia cadenas de valor más especializadas y con una creciente orientación hacia el cliente, desde la colaboración entre empresas, la responsabilidad compartida en la gestión de riesgos, la inclusión de nuevas tecnologías y una mayor integración.

CVV

FORTALECIMIENTO Y RESILIENCIA:

Dependemos de nuestras cadenas de valor tanto o más de lo que dependemos de nuestros equipos directos. Debemos establecer programas de fortalecimiento de las cadenas, que garanticen su capacidad operativa, pero con los mismos estándares sociales y ambientales de nuestras compañías.

CADENA DE SUMINISTRO ÁGIL, DINÁMICA Y ADAPTATIVA:

Las características de un entorno cada vez más globalizado y dinámico exige una cadena de suministro que dé respuesta a la agilidad demandada. Por ello, las cadenas de suministro deben contar con una eleva-

da adaptabilidad, cuestión que se ha visto reforzada en el contexto de la COVID-19, con una mayor incertidumbre y condiciones cambiantes.

COMPROMISO SOCIAL:

Una cadena de valor generadora de impacto positivo debe de garantizar unas adecuadas condiciones sociales y laborales en todo su perímetro de influencia.

La respuesta a este reto en un contexto de cadenas de valor globales es de gran extensión y complejidad. Debemos de lograr la trazabilidad, la transparencia y la cooperación sectorial para conseguir que los estándares mínimos corporativos/nacionales, en cuanto a que los derechos laborales se cumplan, y que no se produzcan situaciones no deseadas en cuestiones como la salubridad en las instalaciones, ausencia de medidas de seguridad y salud o de garantías mínimas sociales (despidos por enfermedad, etc), incumplimiento de salarios mínimos, opacidad en la información, etc.

CADENA DE VALOR Y CIRCULARIDAD:

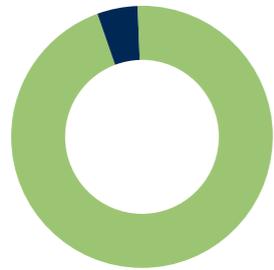
Los esfuerzos se focalizan en lograr un modelo circular y con menor intensidad de emisiones, ya no solamente en la producción, si no a lo largo de toda la cadena de valor incluyendo todas las acciones de los diferentes actores, en la distribución y en el consumo.

En esta línea, desde las instituciones públicas se trabaja para lograr este objetivo. Por ejemplo, se ha aprobado la Estrategia Española de Economía Circular con objetivos de reducción del 30% de los materiales utilizados y el 15% de los residuos generados para 2030 en relación con 2010. Además, esta estrategia está alineada con el Plan de Acción para la economía circular que nace del Pacto Verde Europeo.





CONCLUSIONES



98%

DE LAS EMPRESAS ESTABLECEN REQUERIMIENTOS SOCIALES A SUS PROVEEDORES, PERO SOLO 8 DE CADA 10 REALIZAN SEGUIMIENTO DEL DESEMPEÑO



9 DE CADA 10

EMPRESAS PROMUEVEN UN CONSUMO RESPONSABLE DE SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS



6 DE CADA 10

EMPRESAS CUENTAN CON INICIATIVAS DE APROVISIONAMIENTO LOCAL

CVV



El compromiso de las empresas con una gestión responsable de la cadena de valor se basa en el establecimiento de requerimientos sociales y de cumplimiento en la gestión de las operaciones con proveedores. El reto surge en el establecimiento de un enfoque estratégico e integrado para toda la cadena de valor, en el que los clientes perciban el valor generado hasta que disfrutan de los productos y servicios.

La creciente presión regulatoria y social impulsará una mayor atención a los mecanismos de control y aseguramiento de las cadenas de suministro.

Será necesario avanzar en la medición y *benchmarking* del impacto medioambiental y social de la logística y distribución, que permitan hacer evolucionar a los operadores logísticos y mejorar el desempeño ambiental y social.

CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD

*EL DESARROLLO DE LA
EMPRESA DEBE IR DE LA
MANO CON EL DESARROLLO
SOCIOECONÓMICO DE SU
ENTORNO, APROVECHANDO
LAS OPORTUNIDADES,
MINIMIZANDO RIESGOS Y
GENERANDO BENEFICIOS
MUTUOS*



CS





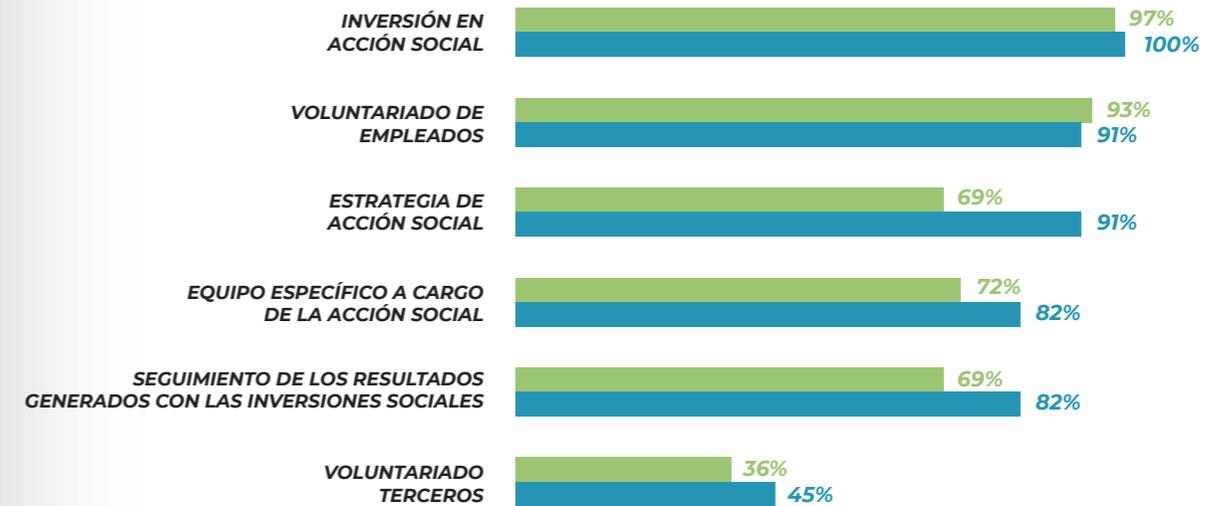
RESULTADOS

EL NEXO DE LA ORGANIZACIÓN CON EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD DEBE DESCANSAR SOBRE SU PROPÓSITO

La relación con el entorno más cercano ofrece ventajas competitivas. En este eje se analiza como la empresa contribuye al desarrollo de la sociedad a través de la inversión, la redistribución de riqueza, creación de empleo y programas cooperativos.

El nexo de la organización con el desarrollo de la sociedad, debe descansar sobre su propósito y una visión de integración estratégica en un proceso de desarrollo sostenible involucrando a todas las partes interesadas.

CS



Porcentaje de respuestas positivas en las empresas de la muestra

● Empresas IBEX-35

● Empresas que no pertenecen al IBEX-35



TENDENCIAS

El compromiso de inversión con las comunidades locales en las que tenemos influencia debe seguir un enfoque estratégico.

CS

COMUNIDADES MÁS FORTALECIDAS:

Cada vez las compañías se sienten más representadas por la comunidad a la que pertenecen, y por lo tanto, trabajan conjuntamente para alcanzar un desarrollo socioeconómico beneficioso para ambas.

El sector empresarial se posiciona como la principal palanca para el crecimiento económico, el desarrollo social y la inclusión de todas las partes.

IMPACTO:

La gestión del impacto es una de las grandes transformaciones en la gestión empresarial. Las empresas deben de contar con herramientas que les permitan conocer el impacto de su actividad en el entorno en términos de riqueza, empleo, desarrollo, innovación, mejoras ambientales, acción social, etc.

Conocer las palancas de creación de valor de cada empresa permite tomar decisiones más informadas en lo referente a las inversiones empresariales y sociales, así como fortalecer la comunicación corporativa, la imagen de marca y la licencia social para operar, al tiempo que, desde su comunicación, se pone a disposición de los grupos de interés una información que cada vez se demanda más desde inversores y otros agentes económicos y sociales.

ALIANZAS:

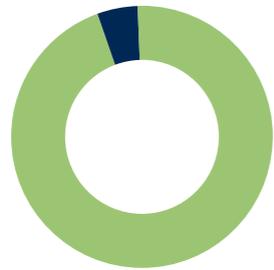
El desarrollo de alianzas entre las empresas y el tejido social es un elemento clave para impulsar la creación de valor compartido.

En este sentido, las compañías deben de avanzar en el diseño de proyectos alineados con su modelo de negocio. De esta forma, no sólo se construyen iniciativas duraderas y con un mayor impacto, sino que también se está aportando valor a la consecución de los objetivos y el propósito empresarial.





CONCLUSIONES



98%

DE TODAS LAS EMPRESAS
REALIZAN INVERSIONES
ECONÓMICAS EN ACCIÓN
SOCIAL



7 DE CADA 10

EMPRESAS MIDEN LOS
RESULTADOS DE SUS
INVERSIONES



4 DE CADA 10

EMPRESAS ABREN SUS
INICIATIVAS DE
VOLUNTARIADO A LA
PARTICIPACIÓN DE
TERCERAS PARTES DE SU
CADENA DE VALOR

CS



El reto en la contribución a la sociedad de las empresas, se centra en canalizar el impacto y la inversión social hacia la estrategia de negocio y la maximización del impacto. El desarrollo de estrategias de inversión social alineadas con los modelos empresariales, permite obtener mejores resultados y, sobretodo, más extendidos en el tiempo, lo que se deriva en una mayor capacidad de mejorar la vida de las personas.

Asimismo, el desarrollo de modelos de medición del impacto de la actividad empresarial y de los resultados de las inversiones sociales, impulsaría un mayor impacto en las operaciones, a través de la identificación de proyectos y elementos diferenciales en la creación de valor para el entorno.

DIVERSIDAD Y EMPLEO

LA GESTIÓN DE LAS PERSONAS Y EL IMPULSO DE UN EMPLEO DE CALIDAD, BAJO CRITERIOS DE DIVERSIDAD E IGUALDAD, ES UN MECANISMO DE GENERACIÓN DE VALOR FUNDAMENTAL PARA TODAS LAS ORGANIZACIONES



DE



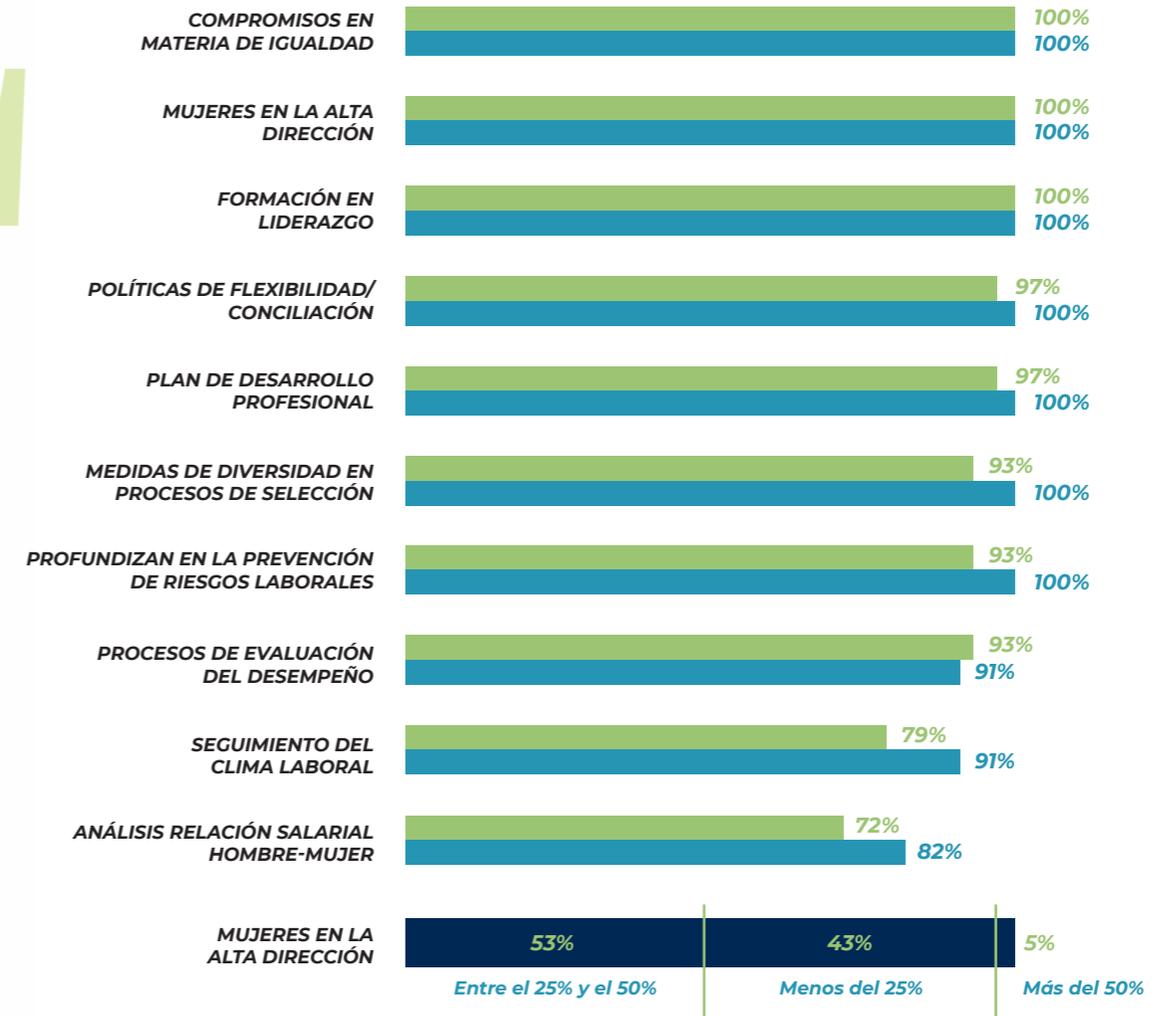


RESULTADOS

GENERAR ENTORNOS DE TRABAJO BASADOS EN LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, DESARROLLO DEL TALENTO, EL DIÁLOGO Y LA FLEXIBILIDAD ES CLAVE PARA EL DESARROLLO DE COMPAÑÍAS COMPETITIVAS

Algunos de estos elementos se han visto fortalecidos este último año, como la necesidad de regular la conciliación de la vida familiar y laboral en contextos de teletrabajo. Otros, sin embargo venían observándose ya en los últimos años, como la necesidad de contar con organizaciones más diversas.

DE



Porcentaje de respuestas positivas en las empresas de la muestra

● Empresas IBEX-35

● Empresas que no pertenecen al IBEX-35



TENDENCIAS

La gestión del talento en la organización y el desarrollo profesional bajo principios de igualdad de oportunidades, así como la flexibilidad en el entorno laboral, se deben establecer como ejes básicos y estratégicos.

DE

IGUALDAD EN EL EMPLEO:

La igualdad de oportunidades debe situarse como un elemento estructural en las organizaciones. Además, también se deben establecer medidas para medir su progreso y la eficacia de la implantación de las mismas.

En este contexto, están surgiendo normativas que refuerzan las ya existentes para garantizar una igualdad efectiva en el entorno laboral, como por ejemplo el Real Decreto-Ley 6/2019 para la igualdad entre mujeres y hombres en el empleo y los más recientes sobre planes de igualdad e igualdad retributiva.

BIENESTAR Y SALUD LABORAL:

El contexto actual sitúa el bienestar de las personas como una de las prioridades clave. Esta estrategia debe estar integrada con la gestión de las personas y desarrollarse desde un enfoque proactivo, respondiendo a las necesidades del momento y estableciendo los mecanismos de prevención necesarios.

FORMACIÓN EN NUEVAS HABILIDADES:

Implementar nuevos modelos de empresa que respondan al entorno digital en el que nos movemos o que garanticen el desarrollo de las estrategias de sostenibilidad de las compañías requiere de profesionales formados y capaces de ello. De esta forma, por ejemplo en el ámbito de la sostenibilidad, los planes de las compañías incorporan esquemas de formación adaptados a cada puesto, con los contenidos clave en función de perfil para apoyar el desarrollo de las nuevas estrategias corporativas.

DERECHOS SOCIALES

La Comisión Europea ha aprobado un Plan de Acción del Pilar Europeo de Derechos Sociales, que esboza medidas concretas para seguir aplicando los principios del pilar europeo de derechos sociales, con la participación activa de los interlocutores sociales y la sociedad civil.

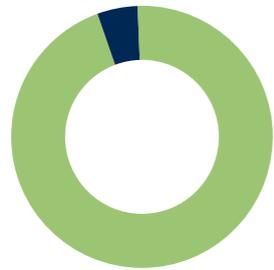
Se esbozan de esta forma actualizaciones normativas en el ámbito social, sorteando al mismo tiempo las transformaciones derivadas de los nuevos avances sociales, tecnológicos y económicos, y de las consecuencias socioeconómicas de la pandemia.

El Plan de Acción establece 3 objetivos fundamentales para la UE que, en línea con los ODS deben alcanzarse de aquí a 2030: Que al menos el 78 % de las personas de entre 20 y 64 años tenga trabajo, que al menos al menos el 60 % de los adultos debe participar en actividades de formación cada año y que el número de personas en riesgo de pobreza o exclusión social se reduzca en al menos 15 millones.





CONCLUSIONES



98%

DE LAS EMPRESAS CUENTAN CON UN PLAN DE DESARROLLO PROFESIONAL, Y 9 DE CADA 10 EVALÚAN EL DESEMPEÑO DE SUS EMPLEADOS



6 DE CADA 10

EMPRESAS CUENTAN CON MÁS DE UN 25% DE MUJERES EN LA ALTA DIRECCIÓN. TODAS CUENTAN CON COMPROMISOS EN MATERIA DE IGUALDAD



1 DE CADA 20

EMPRESAS CUENTAN CON MÁS DE UN 50% DE MUJERES EN LA ALTA DIRECCIÓN, EXISTIENDO REPRESENTATIVIDAD FEMENINA EN EL RESTO



8 DE CADA 10

EMPRESAS HACEN UN SEGUIMIENTO DEL CLIMA LABORAL



3 DE CADA 4

EMPRESAS ANALIZA LAS DIFERENCIAS SALARIALES ENTRE HOMBRES Y MUJERES

DE



Las empresas analizadas cuentan con distintos compromisos en materia de igualdad y diversidad en el empleo, así como en el establecimiento de medidas que permiten a las personas disfrutar de una mayor calidad en el empleo.

Aumentar la representatividad de las mujeres en los órganos de gobierno y dirección, así como en los sectores económicos en los que está infrarrepresentada, son los principales retos para los próximos años en materia de igualdad de género.

Asimismo, el impulso de una diversidad real en las plantillas, la integración laboral de colectivos con dificultades o en riesgo de exclusión, el impulso de la conciliación laboral o la gestión del teletrabajo, son algunas de las cuestiones que cada vez ocupan un mayor espacio en las agendas de las compañías, especialmente en el contexto actual marcado por la COVID-19.

RECURSOS SERES:
Para avanzar en diversidad en tu empresa, accede a:
<https://www.fundacionseres.org/Paginas/Campus/FichaLab.aspx?IDL=4>

DERECHOS HUMANOS

DEH

EL RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS IMPLICA LA ASUNCIÓN DE RESPONSABILIDADES EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD Y A LO LARGO DE TODA LA CADENA DE VALOR





RESULTADOS

ES NECESARIO IR MÁS ALLÁ DEL CUMPLIMIENTO DE LA LEY NACIONAL DE APLICACIÓN

En materia de derechos humanos, debemos pasar de la definición de compromisos a la garantía de cumplimiento. En este eje analizamos la medida en la que las compañías despliegan sus compromisos en materia de derechos humanos y los integran en la gestión de riesgos de sus cadenas de suministro y del día a día de sus equipos.

Para ello, es necesario ir más allá del cumplimiento de la ley nacional de aplicación, siguiendo las pautas marcadas por los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas. Se trata, por tanto, de ejercer la Debida Diligencia en la materia.

DDH



Porcentaje de respuestas positivas en las empresas de la muestra

● Empresas IBEX-35

● Empresas que no pertenecen al IBEX-35



TENDENCIAS

El paso de la voluntariedad a la obligatoriedad característico en los últimos años en el ámbito ASG es todavía más visible en materia de derechos humanos.

CRECIENTE PRESIÓN REGULATORIA:

La nueva directiva de la Unión Europea para la debida diligencia empresarial en materia de derechos humanos y medio ambiente, prevista para 2021, hará responsables a las empresas de los impactos derivados de su actividad directa y de su cadena de valor, debiendo desarrollar de forma obligatoria procesos de debida diligencia.

Normativas ya en vigor en nuestro entorno, como la *Loi de Devoir de Vigilance* francesa, o la *Modern Slavery Act* del Reino Unido, recogen responsabilidades penales y sanciones económicas ante incumplimientos.

DDHH

Como suele suceder en estos casos, la presión regulatoria es el fruto de las crecientes exigencias en el tema por parte de inversores, consumidores y otros stakeholders, siendo notorio el aumento del papel de los DDHH entre índices y estándares de reporte ASG de relevancia internacional: *DJSI*, *SASB*, *FTSE4GOOD*, o *GRI*.

RIESGO REPUTACIONAL:

En la ausencia de compromisos y sistemas de gestión enfocados a proteger los DDHH de todas las personas involucradas en la actividad empresarial, existe un espacio potencial de riesgo corporativo que se extiende a distintos niveles, incluyendo el legal, el operacional, el reputacional y el financiero.



ENFOQUE DE CADENA DE VALOR:

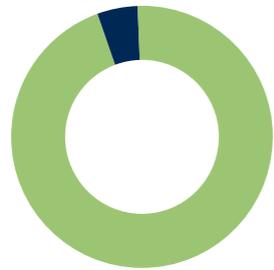
Gestionar los riesgos en materia de derechos humanos desde una perspectiva global requiere incluirlos en la relación con empleados, clientes, proveedores de bienes y servicios, cadenas de suministro, partners y otros grupos de interés.

Para ello, es necesario contar con un sistema de gestión que recoja, al menos, los siguientes aspectos:

- Seguridad y salud
- Condiciones dignas de trabajo
- Medio ambiente y comunidades locales
- Asociación y negociación colectiva
- Protección de datos y ciberseguridad
- Transparencia y anti-corrupción
- Diversidad, igualdad de oportunidades y no discriminación
- Eliminación de las prácticas de esclavitud moderna (trabajo forzoso, explotación infantil, servidumbre por deudas y trata de personas)

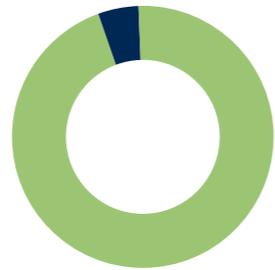


CONCLUSIONES



98%

DE LAS EMPRESAS ANALIZADAS CUENTAN CON COMPROMISOS PÚBLICOS EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS



98%

DE LAS EMPRESAS ANALIZADAS TRASLADA REQUERIMIENTOS VINCULADOS A LOS DERECHOS HUMANOS A SUS CADENAS DE SUMINISTRO



8 DE CADA 10

EMPRESAS FORMAN A SUS EMPLEADOS EN DERECHOS HUMANOS

DH

Las compañías analizadas muestran un alto grado de compromiso y desarrollo de iniciativas de control en materia de derechos humanos, especialmente en lo referente a las cadenas de suministro.

Este posicionamiento positivo deberá de reforzarse en los próximos años con medidas de control y aseguramiento, que permitan identificar riesgos y oportunidades, así como desviaciones de los requerimientos y estándares definidos. El desarrollo de acciones formativas en materia de derechos humanos muestra una evolución en la integración de los derechos humanos en la gestión de equipos.

El reto actual se encuentra en fortalecer y garantizar este posicionamiento. Para ello, es imprescindible aumentar el alcance de compromisos y mecanismos de control, como canales de denuncias, para que las relaciones de las compañías con todos sus grupos de interés integren la perspectiva de los derechos humanos.

RECURSOS SERES:

Para avanzar en la gestión de los derechos humanos en tu empresa, accede a:
<https://www.fundacionseres.org/Paginas/Campus/FichaLab.aspx?IDL=5>

ODS

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE ESTABLECEN LA HOJA DE RUTA PARA IMPULSAR UN DESARROLLO PRÓSPERO E INCLUSIVO PARA LA SOCIEDAD Y LA PROTECCIÓN DEL PLANETA





ODS

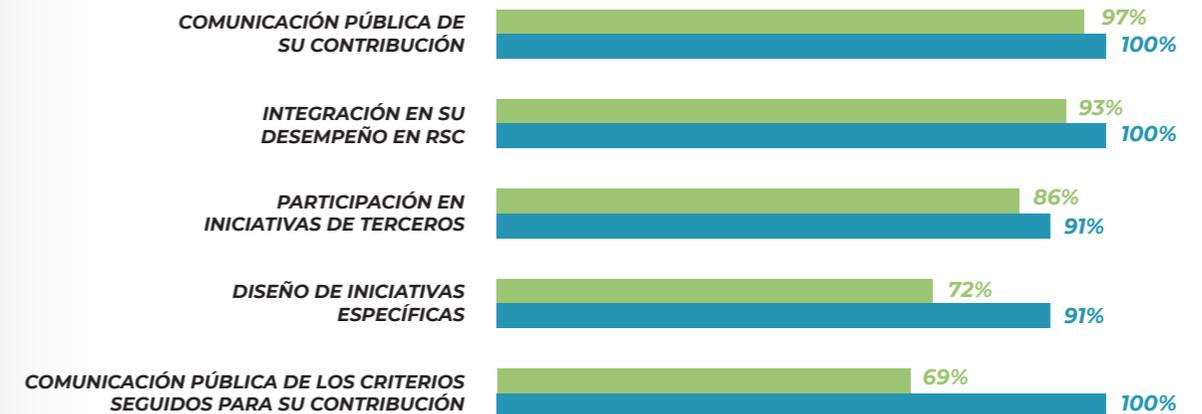


RESULTADOS

LA AGENDA 2030 Y LOS ODS NECESITAN DE LA COOPERACIÓN DE TODOS LOS ACTORES DE LA SOCIEDAD, INSTITUCIONES PÚBLICAS, INSTITUCIONES PRIVADAS Y PERSONAS

Los ODS son establecidos por la Agenda 2030 mediante un conjunto de 17 objetivos interconectados y desarrollados a través de 169 metas, que persiguen erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos.

La Agenda 2030 y los ODS necesitan de la cooperación de todos los actores de la sociedad, instituciones públicas, instituciones privadas y personas. A pesar de no ser vinculantes, ejercen como guía para la toma de decisiones estratégicas de los distintos agentes, así como para el impulso de nuevos marcos normativos por parte de los gobiernos.



Porcentaje de respuestas positivas en las empresas de la muestra

● Empresas IBEX-35

● Empresas que no pertenecen al IBEX-35



TENDENCIAS

Los ODS nos aportan un marco de gran valor para alinear nuestras prioridades y estrategias empresariales con los retos que preocupan a la sociedad actual. Analizarlos, priorizarlos en función de los modelos de negocio nos permite impulsar un mayor impacto en el entorno.

ODS

ALIANZAS PARA UN DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE:

Las alianzas estratégicas son un factor fundamental para lograr resultados más eficaces y con mayor alcance para un desarrollo económico inclusivo y sostenible. La cooperación y colaboración para una economía sostenible trabaja por un desarrollo en términos de igualdad social y respetuoso con el medio ambiente y el bienestar del ser humano.

Estas alianzas deben establecerse también en clave de comunicación, de forma que la sociedad esté informada y sensibilizada con los objetivos que subyacen de las colaboraciones y su contribución.

¿CÓMO APORTAMOS VALOR A LOS ODS?

En los últimos años muchas compañías han comunicado su contribución a los ODS. Cada vez más, la tendencia es que estos reportes se construyan en términos de impacto, huyendo de generalidades cualitativas y alineamientos y midiendo la aportación real de cada compañía e iniciativa a su consecución a través de indicadores.

También toma especial relevancia la priorización de objetivos. No todas las compañías tienen igual capacidad transformadora en los 17 objetivos, de tal forma que la aportación óptima de valor se encontrará en aquellos a los que se puede aportar desde el desarrollo del propio modelo de negocio y su contribución estratégica.



SALUD Y BIENESTAR

Garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades es esencial para el desarrollo sostenible. Con esta visión uno de los 17 ODS pone el foco en la salud de las personas.

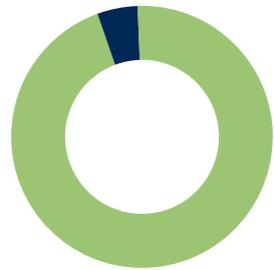
En el contexto actual de crisis sanitaria, con sus consecuencias económicas, sociales, políticas y en el día a día de miles de millones de personas, este objetivo ha tomado más relevancia si cabe, no solo por la respuesta a la pandemia, si no también por no perder de vista los problemas y dificultades que ya afrontábamos previamente.

La respuesta a emergencias y crisis suponen un riesgo global y durante esta pandemia ha quedado patente que la preparación es vital. La respuesta coordinada y con los recursos necesarios, no solo de todos los países, si no también del sector empresarial, es clave para dar una respuesta ágil y efectiva a los nuevos retos que están por venir.



ODS

CONCLUSIONES



98%

DE LAS EMPRESAS REALIZAN UNA COMUNICACIÓN PÚBLICA DE SU CONTRIBUCIÓN A LOS ODS



19 DE CADA 20

EMPRESAS TIENEN EN CUENTA A LOS ODS EN SU DESEMPEÑO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL



LAS EMPRESAS ANALIZADAS, SE DECANTAN MÁS POR PARTICIPAR EN INICIATIVAS DE TERCEROS QUE EN DISEÑAR INICIATIVAS PROPIAS CON EL OBJETIVO DE CONTRIBUIR A LA CONSECUCCIÓN DE LOS ODS

En general, la contribución a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible es un aspecto valorado en todas las compañías. La importancia radica en incluirlo en el proceso de toma de decisiones estratégicas como un pilar más de cultura y propósito, así como comunicar los resultados obtenidos.

Enfocar el alineamiento con los ODS desde el impacto en cada una de sus metas permite, por una parte, analizar oportunidades de mejora, y por otra, sensibilizar e informar a la sociedad del esfuerzo realizado y los resultados obtenidos.

Impulsar este enfoque en la gestión de las empresas tendrá impactos muy relevantes: la lucha contra la desigualdad social, apoyar el empleo juvenil y de calidad y favorecer la calidad de vida de las personas.

Sistematizar su medición a través de KPIs alineados con negocio y seguimiento periódico desde la dirección de su evolución, impulsará la contribución de cada empresa a los ODS.

 **RECURSOS SERES:**

Para avanzar en ODS en tu empresa, accede a: <https://www.fundacionseres.org/Publicaciones/proyectos-de-colaboracion/>

INNOVACIÓN

*INNOVACIÓN COMO
PALANCA PARA LA
CREACIÓN DE VALOR
JUNTO A LA SOCIEDAD*



I+D





RESULTADOS

LA INTEGRACIÓN DE VARIABLES SOCIALES Y AMBIENTALES EN LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN AYUDARÁ A SUS PROMOTORES A SER MÁS COMPETITIVOS

El sector empresarial ha crecido históricamente desde la innovación. Este elemento diferenciador y clave en términos de competitividad continuará marcando las agendas de las organizaciones y su sostenibilidad en el tiempo.

La integración de variables sociales y ambientales en los procesos de innovación, no solo supondrá el acercamiento a nuevas respuestas a los retos que afrontamos, si no también ayudará a sus promotores a ser más competitivos, posicionándose en el mercado en una sociedad digital y sostenible.

I + D



Porcentaje de respuestas positivas en las empresas de la muestra

● Empresas IBEX-35

● Empresas que no pertenecen al IBEX-35



TENDENCIAS

En la actualidad la innovación es un mecanismo esencial para el desarrollo socioeconómico.

I + D

INNOVACIONES DISRUPTIVAS:

En la actualidad, los mercados y la sociedad en general son cada vez más dinámicos y cambiantes. Este escenario favorece la aparición de nuevas oportunidades, pero también exige una gestión más efectiva de los riesgos inherentes.

En este sentido, surgen innovaciones disruptivas que cambian los paradigmas establecidos a una velocidad mucho más elevada que hace 5, 10 o 15 años. Los avances tecnológicos juegan un papel fundamental para la adaptación y competitividad de las compañías a los nuevos escenarios.

INNOVACIÓN SOCIAL:

El diseño de productos y servicios que respondan a necesidades del entorno se configura como un elemento clave en la respuesta a los retos que afrontamos como sociedad.

Desde las cuestiones ambientales marcadas por la crisis climática hasta la integración de colectivos con diversas capacidades, el desarrollo rural y la digitalización accesible, el desarrollo de nuevos productos o servicios con criterios sociales supone una palanca de desarrollo, pero también una oportunidad para el desarrollo de negocio por parte del sector empresarial.

DISEÑO BAJO CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD:

La innovación nos permite desarrollar nuevos productos y servicios que den una respuesta más efectiva a las necesidades actuales y respondan mejor a los requerimientos demandados.



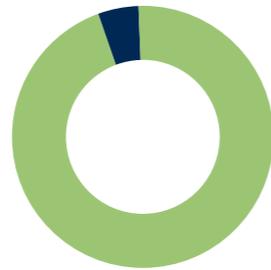
Por este motivo, en un mundo que dirige sus esfuerzos hacia un desarrollo sostenible, es primordial incluir criterios sociales y medioambientales a la hora de diseñar los productos y servicios que las empresas ofertarán a un público cada vez más sensibilizado y exigente.

CONTEXTO EUROPEO:

Para aumentar las inversiones en proyectos sostenibles, la Comisión conecta los marcos e instrumentos de financiación sostenible con el Plan de Inversiones para una Europa Sostenible, *InvestEU* y otros fondos pertinentes de la UE. El programa *InvestEU* tiene por objeto apoyar cuatro esferas de política mediante financiación, apoyo técnico y asistencia, y reuniendo a inversores y promotores de proyectos: infraestructura sostenible; investigación, innovación y digitalización; pequeñas y medianas empresas; e inversión y aptitudes sociales.



CONCLUSIONES



98%

DE LAS EMPRESAS
CUENTAN CON INICIATIVAS
PARA IMPULSAR LA
INNOVACIÓN



7 DE CADA 10

EMPRESAS PROMUEVEN
LA INNOVACIÓN SOCIAL A
TRAVÉS DE SUS
PRODUCTOS Y SERVICIOS

I + D



Las empresas analizadas otorgan gran importancia a la innovación en sus procesos de producción y oferta de productos y servicios.

En este sentido, es clave la integración de terceros en los procesos de innovación. Esta reflexión compartida, permitirá identificar mejores oportunidades y dar respuestas adecuadas y proporcionales.

En un entorno tan complejo como en el que nos movemos, es clave que la innovación sea multidisciplinar, integrando respuestas empresariales, desarrollos técnicos, identificación de necesidades sociales y medición de impacto en un mismo proceso.

TECNOLOGÍA

*APROVECHAR EL
DESARROLLO
TECNOLÓGICO PARA UNA
TRANSFORMACIÓN
DIGITAL SOSTENIBLE*



TEB





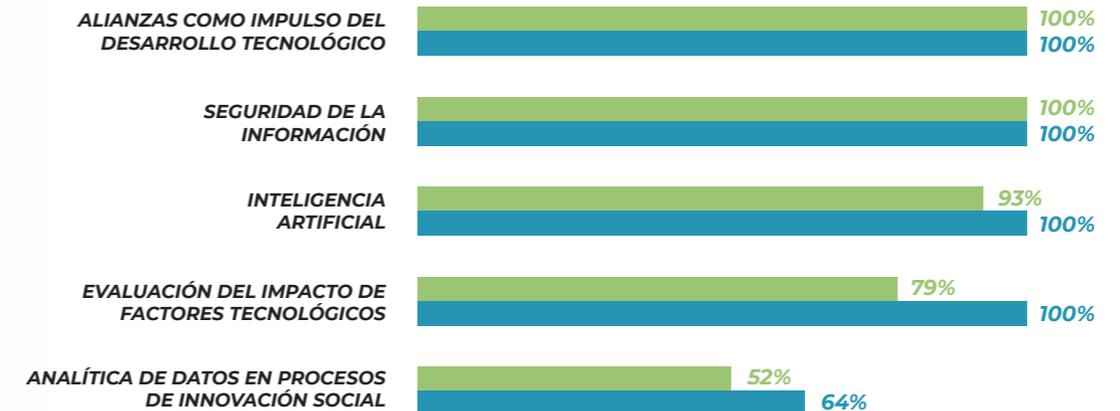
RESULTADOS

GARANTIZAR UN DESARROLLO TECNOLÓGICO INCLUSIVO, QUE NO DEJE A NADIE ATRÁS

Nos encontramos en un entorno en constante cambio, donde la tecnología avanza a un ritmo que modifica cada día nuestra forma de trabajar y hasta de relacionarnos.

Garantizar un desarrollo tecnológico inclusivo, que no deje a nadie atrás, y aprovechar las sinergias que nos ofrece para impulsar organizaciones más sostenibles son palancas clave para responder a los retos que afrontamos como sociedad.

TRE



Porcentaje de respuestas positivas en las empresas de la muestra

● Empresas IBEX-35

● Empresas que no pertenecen al IBEX-35



TENDENCIAS

Un desarrollo tecnológico capaz de posicionar a las personas en el centro, nos permitirá impulsar un impacto positivo en las organizaciones y el día a día de la sociedad.



CARTA DE DERECHOS DIGITALES:

Desde el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital se ha elaborado la Carta de Derechos Digitales de España, que tiene como objetivo reconocer los retos que plantea la adaptación de los derechos actuales al entorno virtual, y proponer un marco de referencia para contribuir a su protección en ese contexto.

De esta forma, el borrador publicado para consulta pública, recoge cuestiones tan relevantes como la protección de datos, el derecho al pseudoanonimato y a la seguridad digital, el derecho a la igualdad en el entorno digital, o la protección de menores, entre muchos otros.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL:

El desarrollo tecnológico y la transformación digital son aspectos transversales y esenciales para el crecimiento y competitividad de las organizaciones actuales.

Eficiencia de procesos, consumo masivo, automatización, gestión del cambio de los profesionales, analítica de datos... estos y otros muchos elementos son fundamentales para la supervivencia de las empresas.

INCLUSIÓN DIGITAL:

Solo con un acceso igualitario a la tecnología conseguiremos un desarrollo que contribuya al bienestar de la sociedad.

El entorno digital supone una oportunidad para acercar a todos los beneficios de la sociedad de la información, mejorando las condiciones de vida de las personas.

De cómo seamos capaces de responder a esta necesidad, depende parte de los objetivos que nos hemos fijado en aspectos como la equidad, la inclusión o la igualdad de oportunidades.

MEDICIÓN DE IMPACTO Y CUADROS DE MANDO:

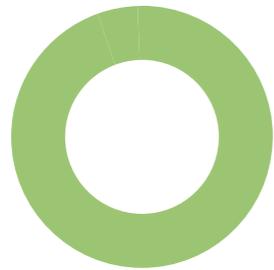
La transformación digital también supone un marco de apoyo para responder a los retos que afrontan las compañías.

La necesidad de contar con información en tiempo real, el reporte a los consejos de administración de indicadores sobre el despliegue de las estrategias de sostenibilidad, o disponer de herramientas ágiles que permitan conocer el impacto de mi actividad, o automatizar el proceso de recogida de información ASG transversalmente a las organizaciones y su comunicación de forma eficiente.



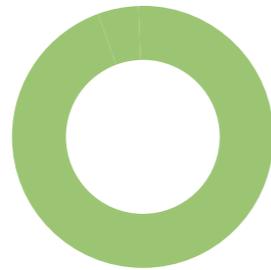


CONCLUSIONES



100%

DE LAS EMPRESAS ANALIZADAS ENTIENDEN LA COOPERACIÓN A TRAVÉS DE ALIANZAS COMO MECANISMO PARA CONTRIBUIR AL DESARROLLO TECNOLÓGICO



100%

DE LAS EMPRESAS ANALIZADAS CONSIDERAN LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN UN FACTOR RELEVANTE Y TRABAJAN PROACTIVAMENTE PARA GARANTIZARLA



5 DE CADA 10

EMPRESAS INCORPORAN LA ANALÍTICA DE DATOS PARA LA TOMA DE DECISIONES EN RELACIÓN CON LA INNOVACIÓN SOCIAL

TE

El desarrollo tecnológico y particularmente, la digitalización, se establece como una palanca para ayudar a las empresas a ser más sostenibles. Este proceso repercutirá positivamente y de forma directa en la competitividad de las empresas, en su capacidad para adaptarse a los cambios, en la mejora de los procesos internos y en definitiva, en su posicionamiento en el mercado y frente a competidores, pero también para mejorar sus servicios, su relación con el cliente y su impacto en la sociedad.



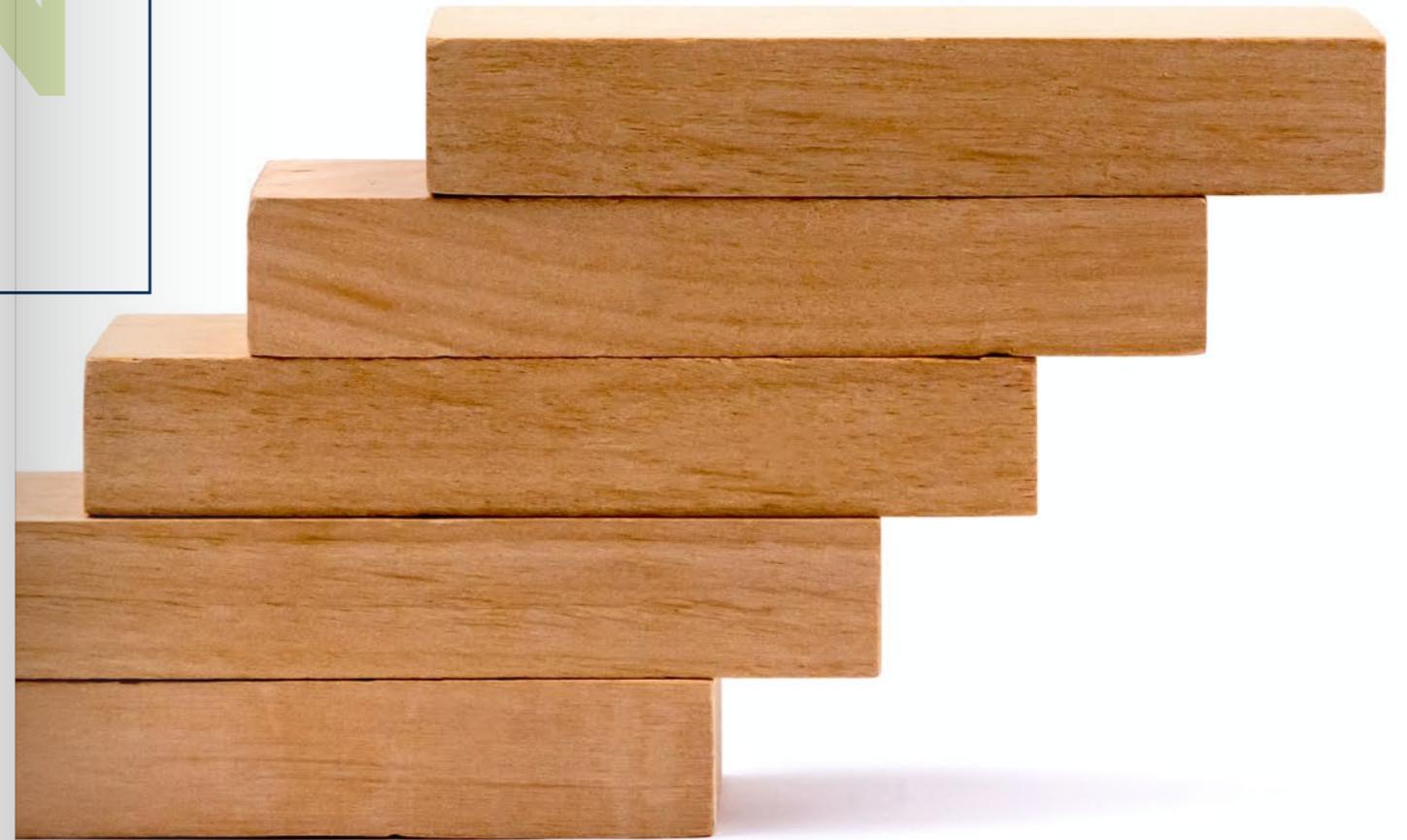
RECURSOS SERES:
Para avanzar en tecnología en tu empresa, accede a:
<https://www.fundacionseres.org/Paginas/Campus/FichaLab.aspx?IDL=8>



INVERSORES

INN

**SE CONSOLIDAN LAS
INVERSIONES BAJO
CRITERIOS DE
SOSTENIBILIDAD Y POR
LO TANTO, LAS EMPRESAS
DEBEN DAR UNA
RESPUESTA EFICIENTE Y
TRABAJAR EN SU
POSICIONAMIENTO**





RESULTADOS

UN POSICIONAMIENTO ROBUSTO FRENTE A INVERSORES MEJORA LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA

En el presente eje, se persigue dar visibilidad a la relevancia que tiene para las empresas el posicionamiento frente a inversores que apuestan por evaluar sus inversiones bajo criterios ASG, así como la importancia de los índices de sostenibilidad como herramienta generalmente establecida para evaluar la sostenibilidad en las compañías.

Las empresas deben apostar por una cultura centrada en la sostenibilidad, que permita desarrollar aspectos relacionados con el medio ambiente, las relaciones laborales o el buen gobierno, desde una vertiente estratégica y ligada al modelo de negocio.

INN



Porcentaje de respuestas positivas en las empresas de la muestra. Al no ser de aplicación para todas, estos resultados no incluyen respuesta de las 40 compañías.

● Empresas IBEX-35

● Empresas que no pertenecen al IBEX-35



TENDENCIAS

Cada vez más inversores persiguen retornos de capital positivos combinados con beneficios para el entorno.

INVERSORES ASG:

En los últimos años se observa un incremento en las inversiones que integran criterios ASG. En este sentido, términos como inversiones de impacto, o inversiones verdes están cada vez más presentes en las carteras de los principales gestores y fondos de inversión.

De esta forma, las variables ASG cada vez toman un peso mayor en los departamentos de relación con inversores, y se posicionan en el día a día de los mismos. En este sentido, el posicionamiento en índices de sostenibilidad continúan siendo elementos referentes para la toma de decisiones por parte de las partes interesadas.

INN

EL DATO ASG:

Fruto del crecimiento de la inversión con criterios de sostenibilidad, la información ambiental y social cada vez tiene una presencia mayor en las presentaciones de los resultados.

Encontrar los indicadores de impacto adecuados, y contar con los sistemas adecuados de trazabilidad y calidad de la información ASG, son elementos clave en la relación con inversores.

INVERSIÓN DE IMPACTO:

La inversión en compañías y proyectos con retorno social y ambiental además de financiero cobra cada vez más peso en ciertas carteras de inversión.

Estas inversiones buscan un retorno de capital positivo, pero combinado con beneficios para el entorno, que suelen estar alineados con los propios modelos de negocio y los productos y servicios en los que se invierte.



MARCO EUROPEO:

Nos encontramos en un contexto de gran impulso desde la Unión Europea para apoyar la inclusión de criterios ASG en los mercados financieros. En este sentido, en los próximos meses se esperan la normas de nivel 1 de la regulación SFDR, la estrategia renovada de la UE para finanzas sostenibles y la publicación de la renovada Directiva de divulgación de información no financiera (NFRD), iniciativas que persiguen el desarrollo de un sistema robusto para las finanzas sostenibles.

Además, en 2020 la Comisión Europea anunció la formación de un grupo de trabajo para la construcción de una taxonomía social como parte del desarrollo de regulación sobre finanzas sostenibles, que se espera que esté disponible para 2023.

STEWARDSHIP:

Creciente influencia en las votaciones de Juntas de Accionistas de votos movilizados con objetivos de sostenibilidad. Estas prácticas tienen, en último termino influencia en las estrategias y objetivos de las compañías.



CONCLUSIONES

INN



9 DE CADA 10
EMPRESAS CONSIDERAN RELEVANTE DAR RESPUESTA A ANALISTAS DE SOSTENIBILIDAD



6 DE CADA 10
EMPRESAS ANALIZAN LA IMPORTANCIA DE ESTAR PRESENTES EN ÍNDICES DE SOSTENIBILIDAD



3 DE CADA 4
EMPRESAS ESTÁN INCLUIDAS EN ÍNDICES DE SOSTENIBILIDAD

Gran parte de las empresas, considera relevante dar respuesta a analistas de sostenibilidad con el fin de ser incluidas en índices de referencia e impulsar su posicionamiento frente a inversores ASG. En este sentido, y ante los cambios que se están impulsando desde la UE, adquieren gran relevancia el impulso del posicionamiento en sostenibilidad de la compañía y la inclusión de criterios ASG en la toma de decisiones estratégicas con el fin de ser valorados externamente bajo estos criterios. Es clave en este sentido que los departamentos de sostenibilidad y RSC integren la visión de los inversores y sus requerimientos en su gestión.

En este sentido, destaca la necesidad de contar con herramientas que aseguren la trazabilidad de la información, y la actualización continua de los KPIs ASG que faciliten la toma de decisión a nivel de Consejo y dirección y aseguren el cumplimiento de las estrategias de sostenibilidad, que respalden los compromisos con los inversores en materia ASG.

RECURSOS SERES:
 Para avanzar en inversores en tu empresa, accede a:
<https://www.fundacionseres.org/Paginas/Campus/FichaLab.aspx?IDL=1>

5 AVANCES VERSIÓN 2021

El Modelo PROYECTARSE está diseñado en base a dos grandes objetivos, que nos obligan a realizar una actualización permanente respecto a los avances de las empresas y la sociedad:

- ✓ **Facilitar a las compañías una evaluación de su estado de situación frente a las tendencias en sostenibilidad**, así como la comparabilidad con otras compañías.
- ✓ **Impulsar la integración de los nuevos retos y obligaciones en materia de sostenibilidad** en la estrategia de las empresas.

Esta actualización se refleja en la herramienta de evaluación de tres maneras:

- 1. ACTUALIZACIÓN 2020 Cuestionario BASE PROYECTARSE**
Este es el cuestionario de evaluación y análisis, sobre el que se han evaluado las empresas participantes en esta primera edición 2019. Su aplicación y la escucha a las empresas, nos permite identificar aspectos de mejora, que implementamos en siguientes ediciones, pero garantizando la trazabilidad que nos permita hacer evaluaciones interanuales entre las compañías. Este nivel está también diseñado para aquellas compañías que quieren tener una primera evaluación.



Se integran las siguientes mejoras:

- Se dará una visión más amplia al eje Inversores, integrando el criterio de los accionistas.
- El Eje de ODS se reenfocará hacia la evaluación de como los Objetivos de Desarrollo Sostenible son tenidos en consideración a nivel estratégico, analizando como las empresas diseñan y ejecutan sus estrategias para mejorar su impacto en los ODS.
- Se integrará un nuevo eje de finanzas e inversión social.

2. NUEVO Cuestionario VISIÓN 2021

Cada año, el equipo de Fundación SERES y VALORA, identifica retos emergentes de los distintos ejes de análisis, que responden a nuevas tendencias sociales, de mercado, o regulatorias.

Se actualizará respecto a nuevas cuestiones como la debida diligencia en las cadenas de valor, nuevos requerimientos en materia de información no financiera o igualdad, o las oportunidades que se abren ante la inclusión de criterios sociales y ambientales en el nuevo plan de inversiones europeo.

3. Cuestionario PREMIUM

Gestionado por SICASOFT SOLUTIONS, todos los años integra nuevas empresas a su base de datos de análisis sectorial, que le permite hacer *benchmark* más amplios y sobre más factores de análisis.





QUIÉNES SOMOS



La Fundación SERES acompaña la transformación de las empresas e impulsa su liderazgo ante los retos sociales. Como movimiento pionero, con el 30% del PIB y el 70% del Ibex 35, aborda el compromiso social de las empresas desde un enfoque estratégico y práctico basado en la innovación. Hoy ya son más de 140 empresas e instituciones las que forman parte de este proyecto.

El objetivo de la Fundación es garantizar la visión estratégica de los proyectos y posicionar las actuaciones sociales como iniciativas clave para las organizaciones, capaces de ofrecer valor para la empresa y para la sociedad. Trabajamos en la dimensión más exigente, la dimensión social, con el foco puesto en los colectivos desfavorecidos. La Fundación ha apostado por la innovación social como elemento indispensable para afrontar los retos, que se plantean a los actuales gestores empresariales, a través de: la creación de valor, la métrica y la sostenibilidad en el tiempo. Para que todo este mensaje se oiga en la sociedad y sea relevante, con los Premios SERES a la Innovación y el Compromiso Social de la Empresa, la Fundación reconoce iniciativas sociales innovadoras, alineadas con la estrategia de la compañía.



VALORA es una firma pionera de servicios profesionales especializada en la gestión estratégica de la sostenibilidad y del marco ASG (ambiental, social y de gobierno corporativo) con 18 años de experiencia en el apoyo a líderes globales en diversos sectores como retail, industria, alimentación, turismo o finanzas. Nuestro propósito es apoyar la transformación competitiva de las organizaciones y de la alta dirección, ante los riesgos de la sostenibilidad global.

Impulsamos la transformación y creación de valor para las personas de la organización, para las cadenas de suministro, para los clientes y para los accionistas e inversores. Entendemos y proponemos soluciones para los riesgos y oportunidades generados por el cambio climático, la gestión de la diversidad, el respeto de los derechos humanos, la inclusión social, la economía circular, ..., incluyendo la integración de la sostenibilidad en la transformación digital. Asesoramos a los líderes del sector privado y público en la integración de las nuevas exigencias de consumidores, ciudadanos e inversores, apoyando las necesidades del equipo directivo y de la cadena de valor.

En la actualidad, desarrollamos operaciones a nivel global a través de nuestras sedes corporativas para EMEA en España y para LATAM en México. Disponemos de filiales en Gran Bretaña, Francia, Holanda y Turquía, y equipos operacionales en Portugal y Marruecos.



SICASOFT SOLUTIONS nace de la visión de un equipo con más de 15 años de experiencia en sostenibilidad y tecnología. Más de 200 proyectos con empresas multinacionales, pymes y administraciones, nos han permitido identificar las barreras y desafíos que supone integrar la sostenibilidad en la toma de decisiones.

Creemos que la única forma de avanzar hacia un desarrollo sostenible y una economía baja en carbono es poner a disposición de las empresas y las administraciones, herramientas que mejoren su toma de decisiones estratégicas y de gestión en materia de sostenibilidad. Por ejemplo, si se cumplen las previsiones de futuro y el carbono es la nueva variable en los negocios y desarrollo sostenible, debemos tener información para su gestión.

El reto está en poner a disposición de las empresas y organismos públicos, herramientas TIC que les den, en materia de sostenibilidad, la misma calidad de información de la que disponen en finanzas, RRHH o ventas. Si tienen más y mejor información, tomarán mejores decisiones y con menos riesgo, para construir una economía más sostenible económica, social y medioambientalmente. La misión de SICASOFT SOLUTIONS es ocupar ese nicho especializado y liderar el mercado emergente de soluciones TIC para la gestión de una economía sostenible.

PROYECTARSE

La mirada del impacto



Fundación SERES
+34 915 758 448
www.fundacionseres.org



Valora Consultores
+34 911 280 280
www.valoraconsultores.com



Líderes internacionales en Transformación Digital Sostenible

Sicasoft Solutions
+34 618 555 064
www.sicasoft.com

