

III Informe de resultados

PROYECTARSE 2023

Evaluando el impacto y la Transformación Social de las empresas



Líderes Internacionales en Transformación Digital Sostenible



VALORA



Este informe¹
recoge la valoración de impacto social de

50 compañías

conforme al modelo de Creación de Valor Social PROYECTARSE



¹Elaborado a partir de información pública de las empresas a 15 de octubre de 2023. Las empresas que figuran son las que han participado activamente en las dos ediciones anteriores.



**ANA
SAINZ**

Directora General de Fundación SERES

Fundación SERES cumple 15 años acompañando a las casi 150 empresas, que representan más del 70% del IBEX 35, y aglutinan más del 30% del PIB, promoviendo el impacto social de las empresas desde un enfoque estratégico y transformador. Lo social, como una de las dimensiones ejecutivas más exigentes se enfrenta a barreras como la falta de estandarización o la dificultad a asociarlo al campo económico. Todos estos factores seguramente han permitido mayores avances a asuntos medioambientales en detrimento de las implicaciones más sociales, con un calado muy profundo en la sociedad, en la empresa y, en definitiva, en el progreso económico y social. La transformación y la recuperación que todos esperamos debe tener en cuenta los tres factores ESG, pero sobre todo ser capaces de medirlo.

Desde los inicios el foco en la medición social ha sido uno de principales ejes de actuación de la fundación y por ello se han desarrollados diferentes metodologías con distintos objetivos en base a las

necesidades de las compañías. En este sentido, PROYECTARSE tiene en cuenta focos clave en la compañía como son: el Talento, Inversión con criterio ESG, DD. HH., Innovación, Tecnología u ODS dentro de la Estrategia Empresarial, así como una visión de las tendencias del momento en materia social. Temas socialmente estratégicos dentro y fuera de las compañías bajo la atenta mirada de los grupos de interés cada vez más exigentes y comprometidos. Solo las compañías con un propósito claro, conectadas con el negocio, con impacto positivo en las personas y capaces de medirlo serán sostenibles en el tiempo.

En esta tercera edición hemos trabajado con la información pública de las empresas, sobre la base de sus aportaciones en las dos ediciones anteriores, buscando una metodología que ofrezca valor con un pulso en las principales dimensiones sociales recurrentes integrando un número superior de preguntas para asegurar la actualidad y lo más relevante que deben abordar de manera transver-

sal las diferentes áreas de las empresas, así como en temas novedosos en torno a lo social. En el contexto actual con desafíos sociales que cada vez cobran más importancia en la gestión de la empresa y exigencias regulatorias crecientes en SERES ofrecemos herramientas que faciliten a las empresas el desarrollo de su dimensión social. Y, este año, presentamos la tercera edición de PROYECTARSE, fruto de la alianza con VALORA y SICASOFT SOLUTIONS, que ofrece la hoja de ruta con una visión estratégica del desempeño social empresarial.

Sabemos que la empresa actúa movida por la responsabilidad, la normativa o la oportunidad, en la medida en la que ponga su foco en su propósito, la gestión de riesgos o un concepto mucho más poderoso: la transformación de la compañía hacia una nueva manera de hacer empresa. En gran medida los factores ESG han sido grandes impulsores de este cambio.



**SENÉN
FERREIRO**

Socio Director VALORA

PROYECTARSE, UNA RUTA DE TRANSFORMACION EMPRESARIAL MARCADA POR LOS LÍDERES

¿Podemos transformar las compañías y la sociedad sólo con regulación? Cómo directivos, ¿podemos sentirnos confortables porque cumplamos una determinada regulación ESG o tengamos una buena memoria corporativa?

Nosotros pensamos que no, y basamos esta afirmación en nuestra experiencia de más de 23 años en 900 compañías. Hemos visto como muchas han abordado el cumplimiento regulatorio, pero han sido pocas las que de verdad tienen una estrategia de transformación interna con visión social, que realmente las convierta en agentes de cambio y transformación sostenible.

Con un mundo volcado en los retos de sostenibilidad global, con una creciente regulación ESG y una creciente exigencia del sector financiero, muchas empresas se preguntan cual es el modelo a seguir y cual es el mejor camino.

Sin duda, las empresas SERES son un ejemplo a seguir en muchos ámbitos y son importantes agentes de cambio empresarial y social. Pero para otras compañías, e incluso entre los propios socios, no es fácil identificar que variables son aquellas que adoptan los líderes y marcan la diferencia. Lo más importante de este análisis no es tanto el resultado frente al Modelo PROYECTARSE, sino entender y evaluar como las empresas analizadas responden a los criterios, y sobre todo como han ido avanzando estos años.

Sabemos que en sostenibilidad y en la creación de valor social es muy difícil tener absolutos, por eso el benchmark que aportamos creemos que es muy valioso para entender hacia donde debemos avanzar y como. De su lectura podremos identificar cómo las empresas plasman su visión en la estrategia, cómo podemos impulsar mecanismos de diferenciación o cuáles son las prioridades de su agenda.

De este análisis quiero destacar el foco que están poniendo las compañías en su

relación con toda su cadena de valor. Así, cuestiones relevantes como la protección de los Derechos Humanos, pasan a ser una prioridad de gestión aguas arriba y aguas abajo, no solamente en el seno empresarial y en sus actividades más directas. Les invito a leer estas y otras conclusiones.

Un año más, agradezco con mucho más énfasis y cariño, el apoyo de todo el equipo de Fundación SERES y la confianza renovada de todos sus socios, y especialmente a las empresas participantes. Su compromiso con la iniciativa PROYECTARSE es el reflejo de que estamos en el buen camino.





**JOSE LUÍS
MADRID**

CEO Sicasoft Solutions

Anticiparse no es fácil para una empresa que desarrolla soluciones tecnológicas. Y menos en el campo en el que nos hemos especializado, sostenibilidad, impacto social y requerimientos ESG.

Pero en este caso la apuesta ha dado frutos en el momento adecuado. Cuando hace 4 años iniciamos el desarrollo de una plataforma que evaluase y comparase aspectos de sostenibilidad, en un modelo propio como el de PROYECTARSE, nos enfrentamos a muchas dificultades ante la falta de madurez de los diferentes modelos existentes en aquel momento. Adicionalmente, al igual que todas las compañías, nos enfrentamos a una aceleración regulatoria, más de 600 modelos de cuestionarios y ratings a nivel global, diversidad en los retos de las compañías y en su reporte.

Desarrollar una herramienta que respondiese a todo ello, con flexibilidad y capacidad de adaptación a las nuevas exigen-

cias que nos iba a deparar el futuro y con una tecnología de operación robusta y fiable, era un reto.

Hoy podemos afirmar que nuestra plataforma de análisis está consolidada y, ha evolucionado ante los nuevos retos y exigencias dando respuesta a nuevos requisitos como la CSRD. Asimismo, es flexible si cambian los criterios, pero nos permite mantener la trazabilidad de las variables y los datos gestionados. En definitiva, permite un análisis comparado fiable para que los analistas extraigan conclusiones y facilite la toma de decisión estratégica en materia de sostenibilidad.

En este último ejercicio también hemos integrado tecnologías de automatización y AI para los procesos de captura de información y análisis, reduciendo la dedicación de los equipos de las empresas y de los analistas de Valora y SERES. La integración de AI nos permite también ampliar la capacidad de análisis a más

compañías y a una mayor granularidad de datos, incluyendo sectores productivos completos. Por tanto, estamos preparados y adaptados para las nuevas exigencias regulatorias de CSRD, ESRS y CSDD.

Una vez más, queremos expresar el agradecimiento a Fundación SERES y a VALORA por la confianza depositada en SICASOFT. Es un placer contribuir al desarrollo del modelo PROYECTARSE. Continuaremos trabajando para dar respuesta a los retos y necesidades de la creación de valor social, proporcionando herramientas efectivas de análisis a las empresas.



Contenidos:

1. Qué es el modelo de creación social: PROYECTARSE	10
2. Objetivos y estructura del informe	16
3. Resultados globales. Marco corporativo y estratégico	20
4. Resultados por ejes de impacto:	28
4.1 Ética y transparencia	
4.2 Gestión de la cadena de valor	
4.3 Accionistas e inversores	
4.4 Inversión con criterio ESG	
4.5 Diversidad y empleo	
4.6 Derechos Humanos	
4.7 Innovación	
4.8 Tecnología	
4.9 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	
4.10 Contribución a la sociedad	
5. Consolidación y adaptación a nuevos contextos	90





01. Qué es el modelo de creación social: PROYECTARSE

El propósito del modelo de Creación de Valor Social PROYECTARSE es evaluar a las empresas por su contribución a la sostenibilidad, generando un impacto positivo en la sociedad. Para ello, lo hace examinando a las organizaciones en términos de su modelo organizativo, estrategia y modelo de negocio, utilizando criterios generadores de valor para la empresa.

Con este propósito, se estructura en 10 ejes de impacto, más una serie de aspectos más transversales que delimitan un

marco corporativo y estratégico. En total, se incluyen 84 criterios que definen la evaluación y la comprensión del impacto sostenible vinculado a la creación de valor social. A través de los citados criterios, se han incluido nuevas cuestiones conforme a las tendencias en materia de sostenibilidad, principalmente en la parte social, con el objetivo de aportar una visión actualizada en relación con las compañías que participan en los resultados del informe.

PROYECTARSE posibilita el reconocimiento de puntos fuertes y oportunidades de mejora en las dimensiones de creación de valor social, sobre las que se puede seguir trabajando para aumentar el impacto positivo en la sociedad y la contribución al desarrollo sostenible.

➤ Marco corporativo y estratégico

➤ Ejes de impacto:

- 01. Ética y transparencia
- 02. Gestión de la cadena de valor
- 03. Accionistas e inversores
- 04. Inversión con criterio ESG
- 05. Diversidad y empleo
- 06. Derechos Humanos
- 07. Innovación
- 08. Tecnología
- 09. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
- 10. Contribución a la sociedad

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 integrado en su cultura un enfoque de creación de valor hacia la sociedad.

Otro gran aporte 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 en relación con los ejes de impacto establecidos y la construcción de una hoja de ruta para avanzar hacia la creación de valor en la sociedad.

En definitiva, el modelo no busca configurar un nuevo ranking de sostenibilidad, 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%

10 ejes de impacto

-  Ética y transparencia
-  Gestión de la cadena de valor
-  Accionistas e inversores
-  Inversión con criterio ESG
-  Diversidad y empleo
-  Derechos Humanos
-  Innovación
-  Tecnología
-  Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
-  Contribución a la sociedad

30%

Estrategia y aspectos corporativos transversales



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).

$$\frac{\text{Puntuación agregada de los ejes de evaluación} \times 0,7 + \text{Puntuación aspectos transversales} \times 0,3}{\times 100} = \text{Puntuación MÁXIMA POSIBLE}$$

02. Objetivos y estructura del informe.

El presente informe recoge las conclusiones y el análisis realizado sobre la información de las 50 compañías que han participado en las dos ediciones anteriores en base al modelo PROYECTAR-SE de Creación de Valor Social. Además, las evaluaciones realizadas y los posteriores resultados se alinean con 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, Accionistas e inversores, Inversión con criterio ESG, Diversidad y empleo, Derechos Humanos, Innovación, Tecnología, Objetivos de Desarrollo Sostenible y Contribución a la sociedad.

El modelo de Creación de Valor Social, compuesto por 84 criterios de análisis, pondera los resultados y muestra el rango de desempeño de las compañías analizadas, así como las diferencias en los distintos ejes de im-

pacto. Los criterios de análisis se distribuyen, por una parte, en 24 que definen el marco corporativo y estratégico y, por otra parte, en 60 que corresponden con las cuestiones específicas de cada uno de los 10 ejes de impacto.

Además, se cuenta con una muestra de control que tiene el objetivo de visibilizar el seguimiento del análisis realizado en todas las ediciones. De esta forma, permite representar el desarrollo del modelo de Creación de Valor Social desde su primera edición. La justifica-

ción que determina la muestra de control bajo los criterios de análisis indicados responde a la evolución del modelo de Creación de Valor Social en los últimos tres años.

En este sentido, la muestra de control cuenta con 36 criterios de análisis (10 correspondientes al marco corporativo y estratégico y 26 que corresponden con las cuestiones específicas de cada eje). Para alcanzar la meta definida para la muestra de control, se ha realizado una comparación con los resultados de los infor-

mes anteriores, realizados para los periodos 2020 y 2021. Para ello, se han tenido en cuenta las organizaciones que han participado en la evaluación los dos últimos años, conformando una muestra estable.

El alcance de la muestra de control está conformado por 23 de las 50 organizaciones analizadas (la muestra de control incluye a 6 empresas pertenecientes al IBEX 35).

Este año, el informe se ha mejorado en los siguientes aspectos:

Se ha impulsado el enfoque modelo de Creación de Valor Social evolucionando del concepto de RSC al concepto de sostenibilidad.

Se alinea las inversiones bajo criterios ESG con el nuevo marco de taxonomía de la Unión Europea.

Se fortalece la contribución a la sociedad mediante la puesta en valor de la transformación en la comunidad y el impacto social.

Se refuerza el posicionamiento estratégico incluyendo la sostenibilidad como tema central, definiendo objetivos y cumplimiento de estos.

Se pone en valor el papel del Consejo de Administración y de la Alta Dirección a la hora de promover sus responsabilidades estratégicas y en relación con sostenibilidad.

Se incorpora el concepto de doble materialidad, que incluye materialidad financiera, alineándose con los nuevos marcos regulatorios a nivel europeo y de reporting.

Se añaden nuevas cuestiones como la debida diligencia, marco corporativo, políticas y compliance.

Se consolida las empresas que han participado en los anteriores informes. En esta línea se ha añadido un apartado que responde a las nuevas tendencias y consolida el posicionamiento.



El informe consigue destacar las principales fuerzas que impulsan un impacto beneficioso en las empresas en su entorno, junto con los elementos que requieren una atención especial, y cómo ambos se relacionan con las tendencias globales, reguladoras, sociales y empresariales que se vislumbran en el horizonte.

Compañías analizadas 2023.

Las 50 compañías analizadas para el informe suponen una muestra significativa de las grandes empresas que conforman la economía española, tanto por su tamaño como por su representación sectorial.

50 compañías analizadas **13** empresas del IBEX 35

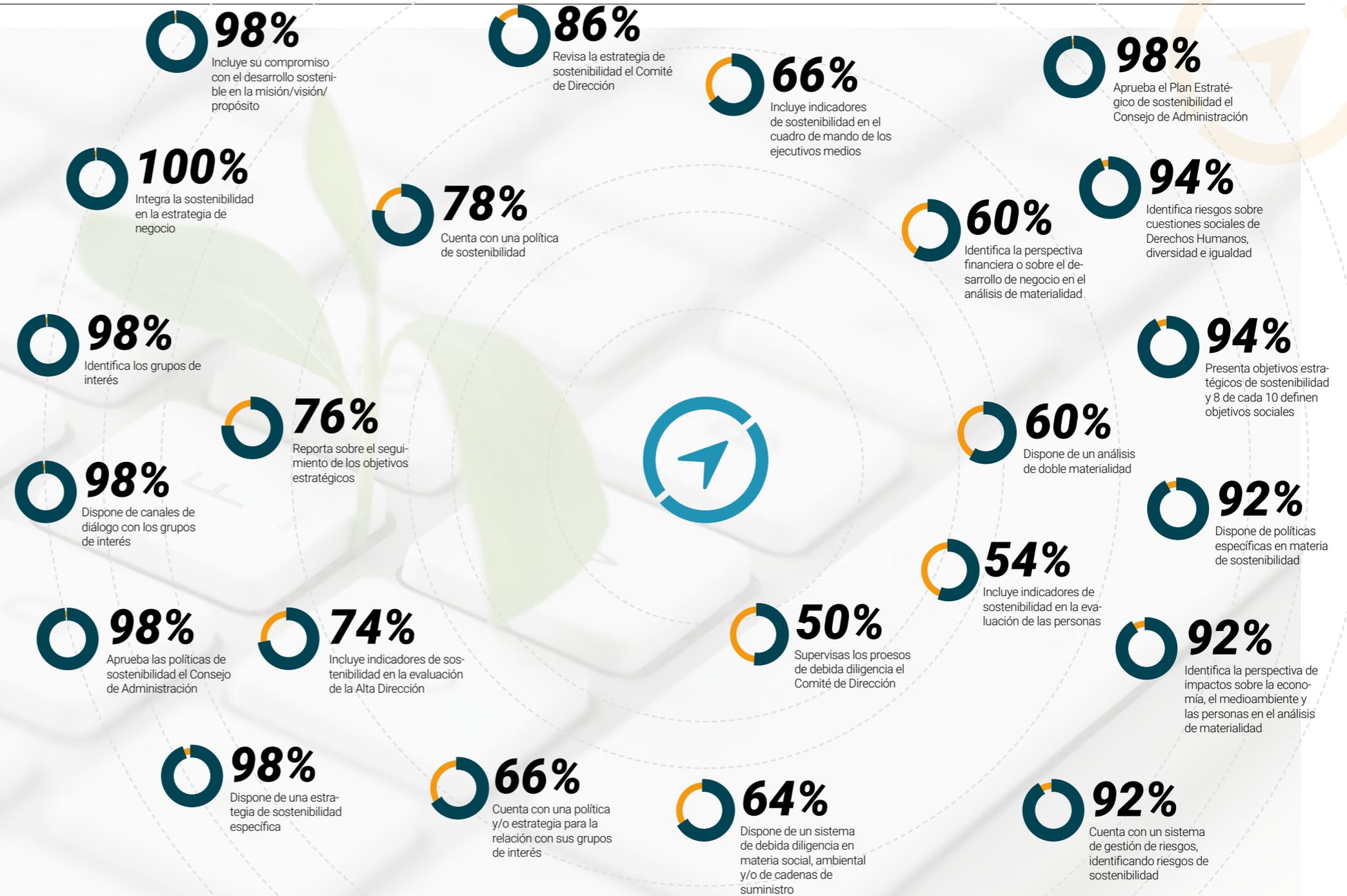
17 sectores económicos representados:

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

En el III Informe de resultados “Evaluando el impacto y la Transformación Social de las empresas”, se incluyen los resultados de las organizaciones participantes de forma indirecta. Es decir, mediante el análisis de la información pública disponible y no mediante la participación directa.

03. Resultados globales. Marco corporativo y estratégico.

Los criterios que conforman el marco corporativo y estratégico revelan un alto grado de madurez en aspectos críticos para la formulación y ejecución de estrategias de impacto positivo. No obstante, es evidente que áreas como el reporte sobre objetivos y seguimiento estratégico, la integración del gobierno de la sostenibilidad y la adaptación a los nuevos marcos conceptuales, a pesar de los progresos registrados en el último año continúan presentando notables oportunidades de mejora.





Muestra de control

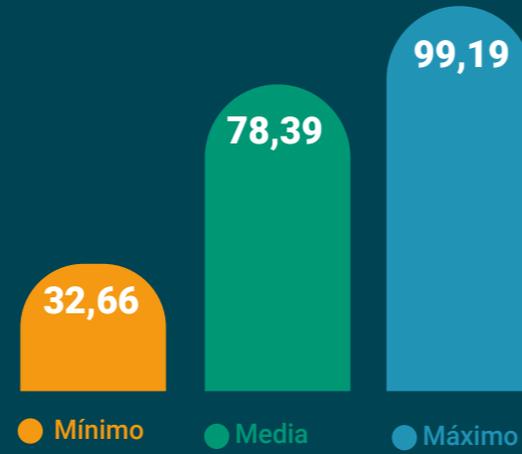
Criterio	2023-2022	2022-2021
Sostenibilidad en misión/visión	+ 4%	=
Estrategia corporativa con criterios ESG	+4%	-4%
Estrategia de sostenibilidad	+4%	=
Política de sostenibilidad	+9%	=
Análisis de riesgos con criterios sociales y Derechos Humanos	=	+4%
Identifica a los grupos de interés	+13%	=
Política/Estrategia para los grupos de interés	=	=
Canales de diálogo	+4%	+9%
Indicadores de sostenibilidad en Alta Dirección	+4%	+4%

Las compañías analizadas obtuvieron una puntuación media de 78,39 puntos en el modelo de Creación de Valor Social PROYECTARSE

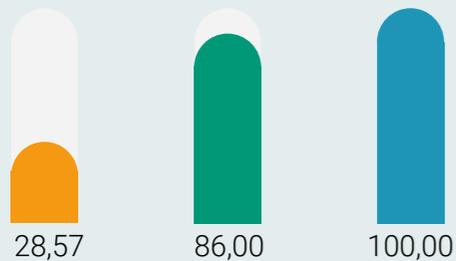
Las compañías se sitúan entre puntuaciones que van desde una valoración de 32,66 a 99,19.

Esto nos permite constatar tanto el posicionamiento destacado en algunos casos, como las oportunidades de mejora que siguen existiendo en otras situaciones.

GLOBAL



ÉTICA Y TRANSPARENCIA



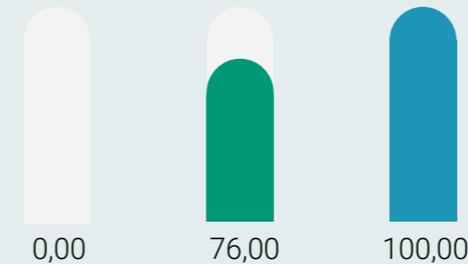
La ética y transparencia están presentes en todas las compañías analizadas, con una puntuación media de 86,00 puntos sobre 100.

GESTIÓN DE LA CADENA DE VALOR



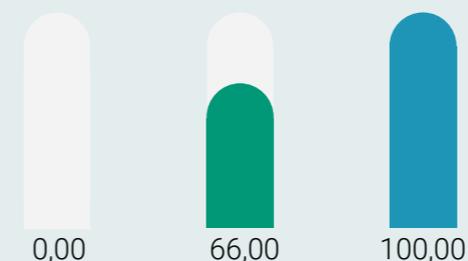
La gestión de la cadena de valor tiene una puntuación media que supera los 70 puntos sobre 100.

ACCIONISTAS E INVERSORES



La valoración media de accionistas e inversores es de 76 puntos sobre 100.

INVERSIÓN CON CRITERIOS ESG



La valoración media más baja se muestra en este criterio con 66 puntos sobre 100, en este caso con distintas apreciaciones y valoraciones en función del tipo de empresa y el sector de actividad.

 DIVERSIDAD Y EMPLEO



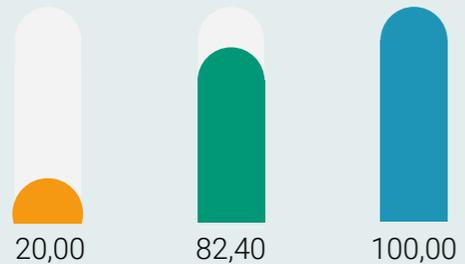
La diversidad y empleo muestran unos resultados muy positivos, con la puntuación mínima más alta de todos los ejes analizados con 38,46 puntos sobre 100.

 TECNOLOGÍA



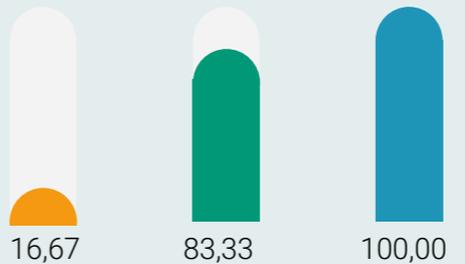
El desarrollo tecnológico es un eje en continua evolución con una puntuación media de 65 puntos sobre 100.

 DERECHOS HUMANOS



Por lo general, las empresas analizadas muestran un elevado compromiso en materia de Derechos Humanos, con una puntuación media superior al 80%.

 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



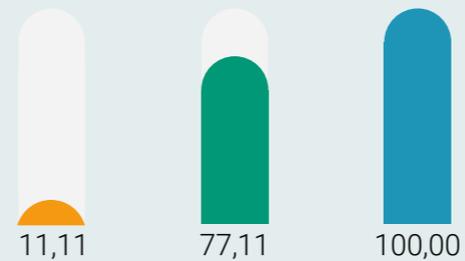
Prácticamente todas las compañías analizadas publican su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, alcanzando una valoración media de 83,33 puntos sobre 100.

 INNOVACIÓN



A pesar de ser el eje con más desigualdad en el resumen de puntuaciones entre las organizaciones, su media alcanza el 70%.

 CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD



Todas las organizaciones analizadas cuentan en mayor o menor medida con mecanismos de acción social y de voluntariado con una puntuación media de más de 77 puntos sobre 100.

04.

Resultados por ejes de impacto.

Los resultados y conclusiones se organizan en base a los 10 ejes de impacto predefinidos, abarcando 60 criterios de análisis específicos², de los 84 disponibles en el modelo. Se muestran los resultados globales y, además, se detallan los resultados separadamente para las empresas del IBEX 35 y para las empresas que no conforman el índice a fecha indicada de análisis de información pública. Las conclusiones se presentan agrupadas para las 50 compañías incluidas en la muestra, siguiendo los resultados globales.

En cuanto a la muestra de control, los resultados se presentan de manera conjunta para ambos años, sin hacer distinciones entre las empresas que forman parte del IBEX 35 y las que no.

- | | |
|---|--|
| 4.1  Ética y transparencia | 4.6  Derechos Humanos |
| 4.2  Gestión de la cadena de valor | 4.7  Innovación |
| 4.3  Accionistas e inversores | 4.8  Tecnología |
| 4.4  Inversión con criterio ESG | 4.9  Objetivos de Desarrollo Sostenible |
| 4.5  Diversidad y empleo | 4.10  Contribución a la sociedad |

²Los criterios de análisis específicos que son novedosos respecto a las ediciones anteriores se remarcen en cada uno de las 10 ejes de impacto.

4.1

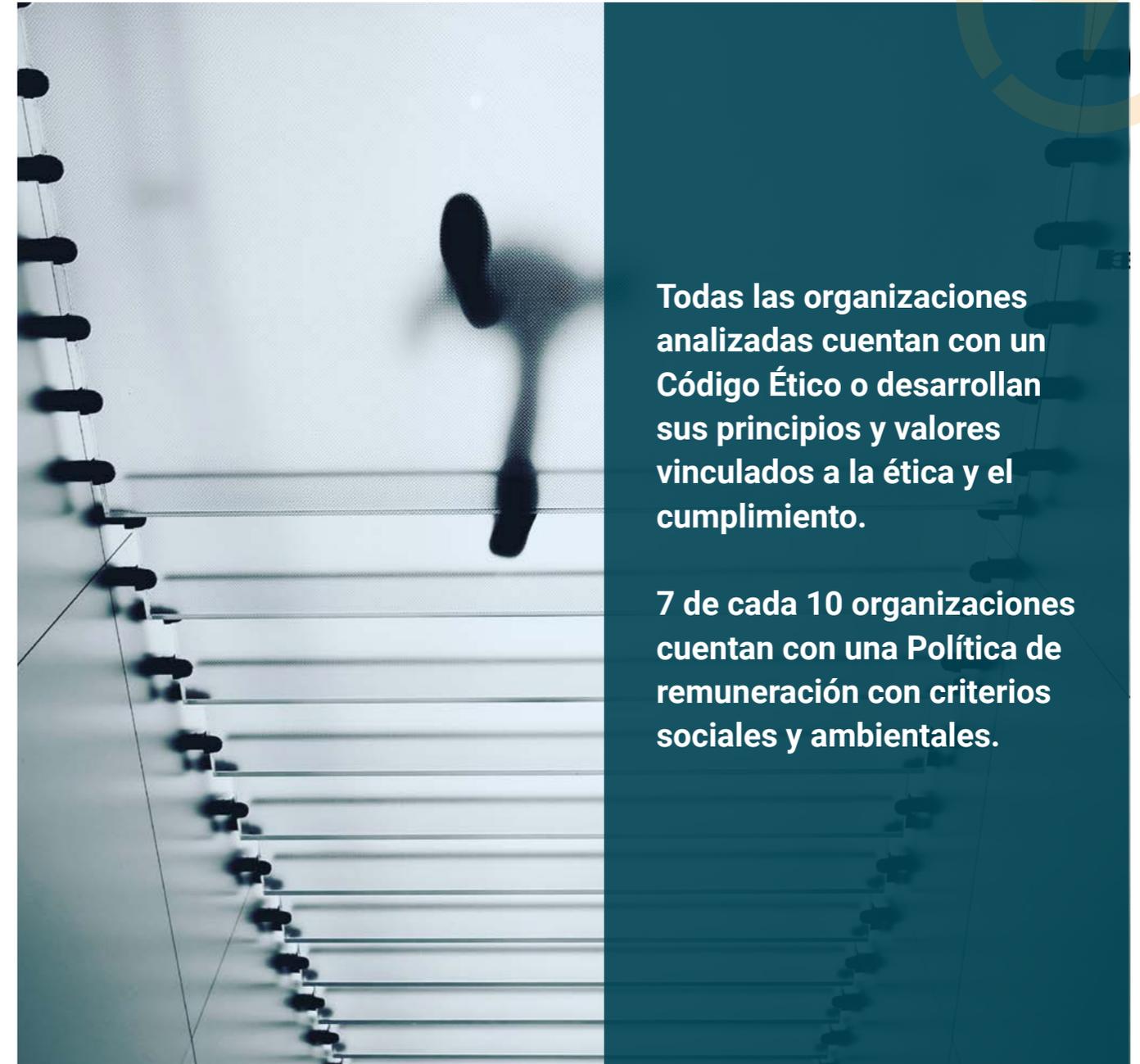
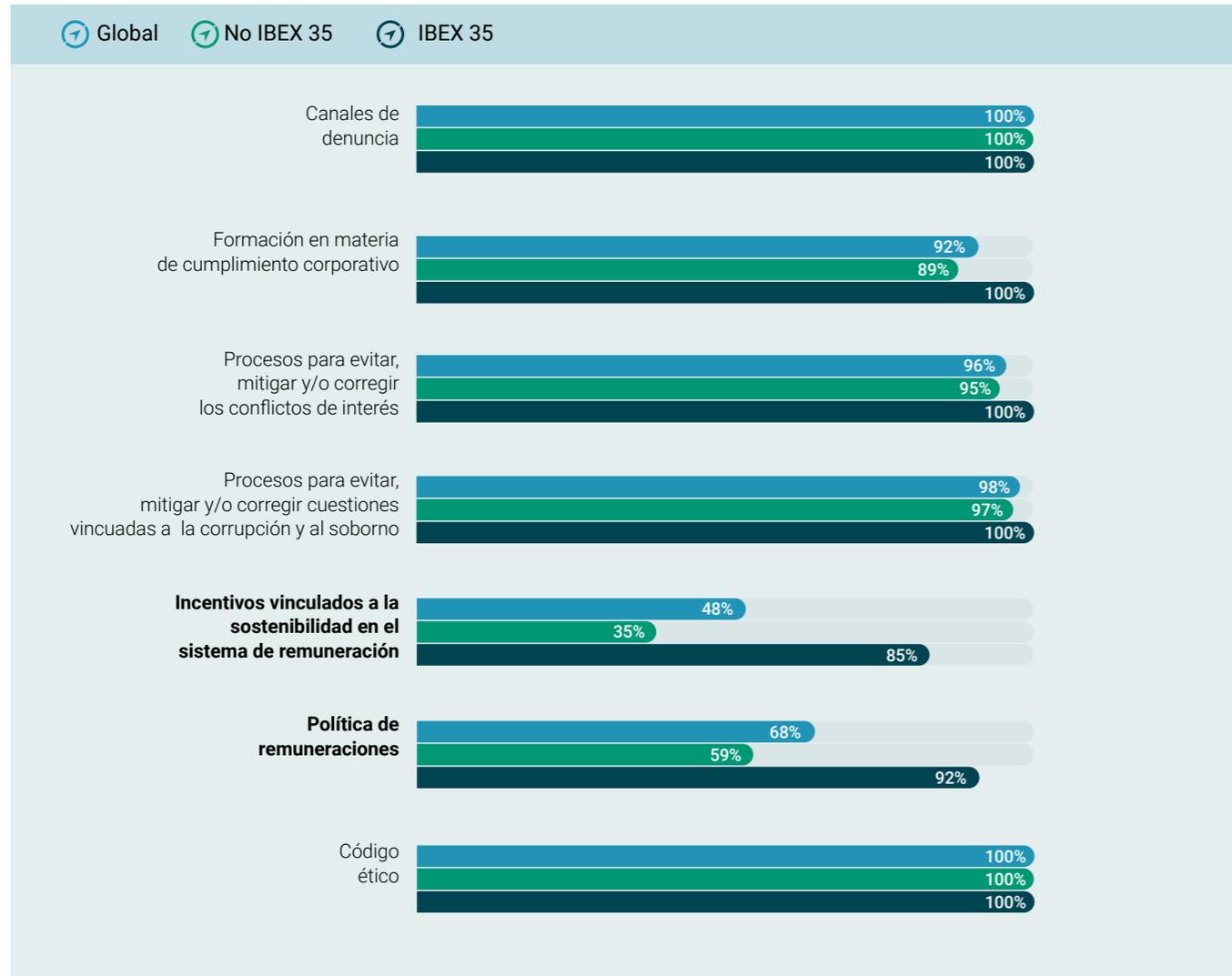
Ética y transparencia

La Ética y transparencia deben ser un componente transversal de la organización y formar parte integral de sus políticas corporativas, así como ser adoptadas por todos los individuos y actividades que componen la empresa.

En el presente eje, se evaluarán aspectos como la ética, la prevención de la corrupción y la gestión de conflictos de interés, junto con los mecanismos y políticas implementados para abordarlos.

De esta manera, lo que se pretende es la minimización de riesgos corporativos a través de una gestión ética sólida, apoyada por la implementación de códigos de ética y otra serie de mecanismos y políticas implantadas.





Todas las organizaciones analizadas cuentan con un Código Ético o desarrollan sus principios y valores vinculados a la ética y el cumplimiento.

7 de cada 10 organizaciones cuentan con una Política de remuneración con criterios sociales y ambientales.



Conclusiones.



98%

De las organizaciones analizadas cuentan con procesos para evitar, mitigar y/o corregir cuestiones vinculadas a la corrupción y/o al soborno.



96%

De las organizaciones analizadas cuentan con procesos para evitar, mitigar y/o corregir los conflictos de interés.



92%

De las organizaciones analizadas ofrecen formación en materia de cumplimiento corporativo.



100%

Poseen canales de denuncia.

La implementación de buenas prácticas en materia de gobernanza es esencial para asegurar el crecimiento sostenible de las organizaciones.

Los resultados en esta área reflejan el compromiso con el buen gobierno, siendo especialmente destacable en las empresas que forman parte del IBEX 35, puesto que en ninguno de los criterios analizados se obtuvo una puntuación inferior al 85%, destacando frente al resto de empresas en cuestiones vinculadas a los procesos de remuneración y la inclusión de criterios de sostenibilidad.

Muestra de control

Criterio	2023-2022	2022-2021
Código Ético	=	=
Medidas anticorrupción	=	=
Medidas de gestión para conflictos de interés	+4%	=
Formación a empleados	-9%	=
Canales de denuncia	=	=

4.2

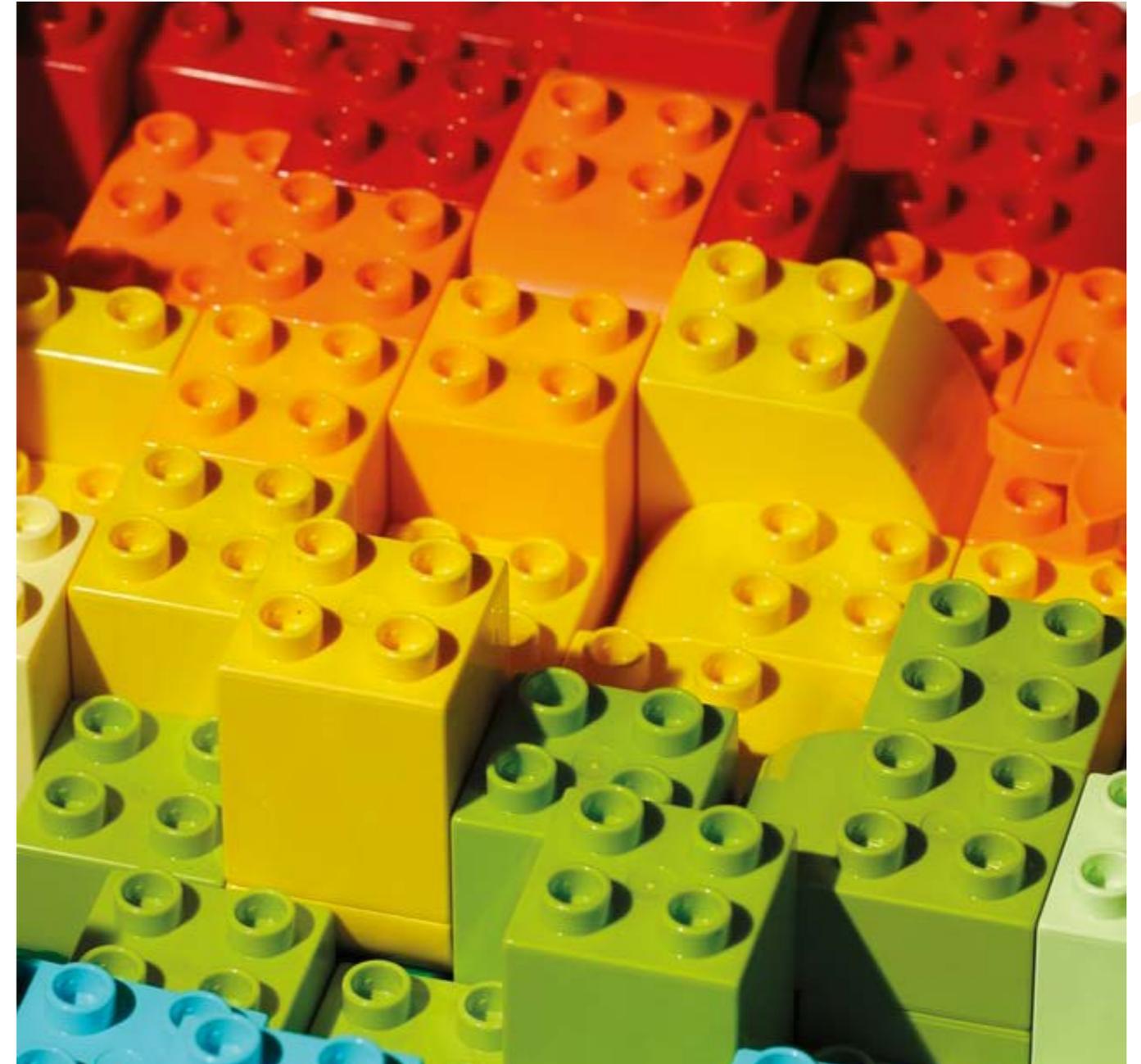
Gestión de la cadena de valor

Las entidades deben difundir su compromiso en asuntos ESG a lo largo de toda su cadena de valor para consolidar su compromiso, aportando así un valor competitivo en beneficio de la sociedad y, al mismo tiempo, asegurando un control efectivo de los riesgos y sus posibles repercusiones.

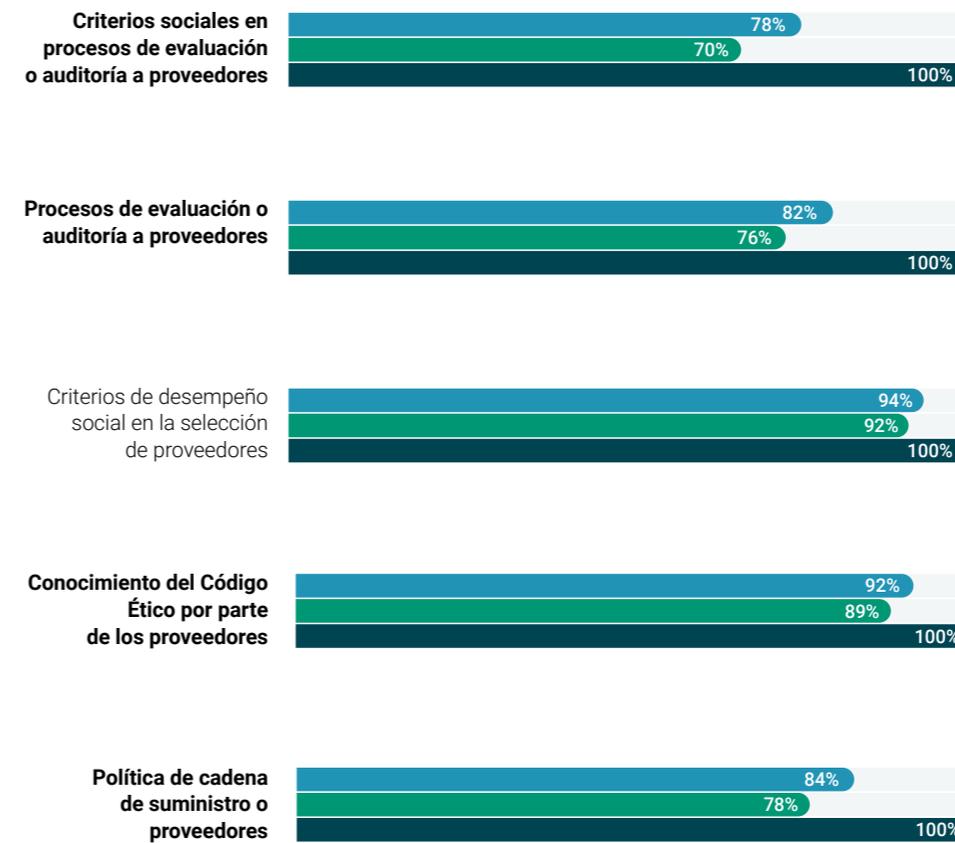
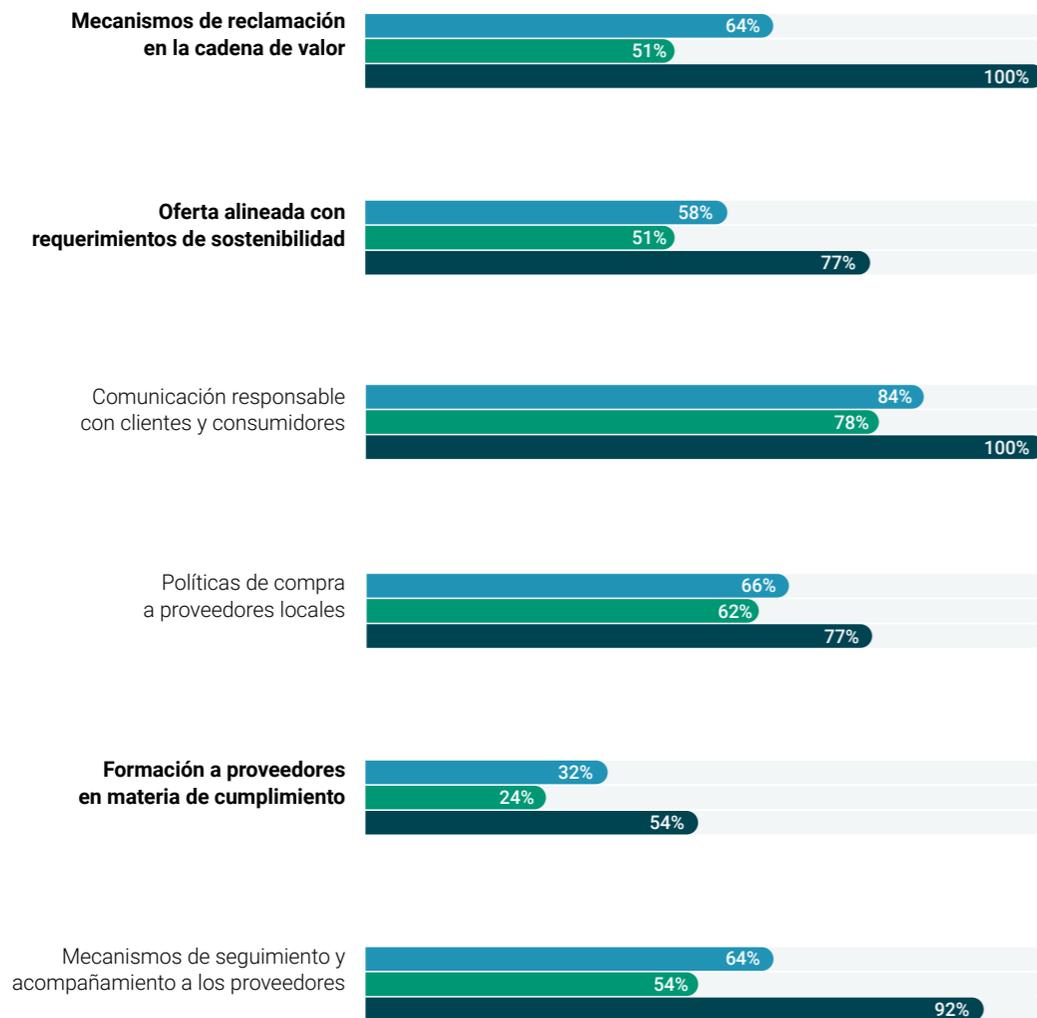
Este eje se centra en el compromiso que tiene la empresa con la cadena de valor. De este modo, se llevará a cabo una evaluación de Políticas de compra y específicamente de la compra local. Se evalúan aspectos como la incorporación de criterios sociales en la selección de

proveedores, realización de auditorías o formación en materia de cumplimiento. Igualmente, se analizan aspectos como la comunicación responsable con los clientes y consumidores.

Concretamente, las cadenas de suministro a nivel global están evolucionando hacia la integración, la cooperación y la asunción de compromisos conjuntos. Un ejemplo de ello es la fortaleza normativa, como la Directiva Europea sobre Derechos Humanos y medioambiente, que concede un papel esencial al impacto y a la gestión de riesgos.



Global No IBEX 35 IBEX 35



9 de cada 10 organizaciones trabajan con proveedores que conocen su Código Ético.

8 de cada 10 empresas cuentan con una política específica de cadena de suministro.

El 32% va más allá y extiende este compromiso a formaciones de cumplimiento.



Conclusiones.



94%

De las organizaciones analizadas incorporan criterios de desempeño social en la selección de sus proveedores.



84%

De las organizaciones analizadas trabajan de manera alineada la comunicación responsable con los clientes y consumidores.



66%

De las organizaciones analizadas cuentan con políticas y/o programas de compra local.



64%

De las organizaciones analizadas cuenta con mecanismos de seguimiento y acompañamiento a los proveedores.



78%

Incorporan criterios de desempeño social.



32%

Ofrecen formación en materia de compliance.

Muestra de control

Criterio	2023-2022	2022-2021
Criterios sociales para la selección de proveedores	+9%	+4%
Política de aprovisionamiento local	-9%	=
Comunicación responsable	=	+5%

4.3

iii Accionistas e inversores

El presente eje se centra en potenciar la imagen de los inversores que optan por evaluar sus inversiones bajo criterios ESG, destacando la relevancia de los índices de sostenibilidad.

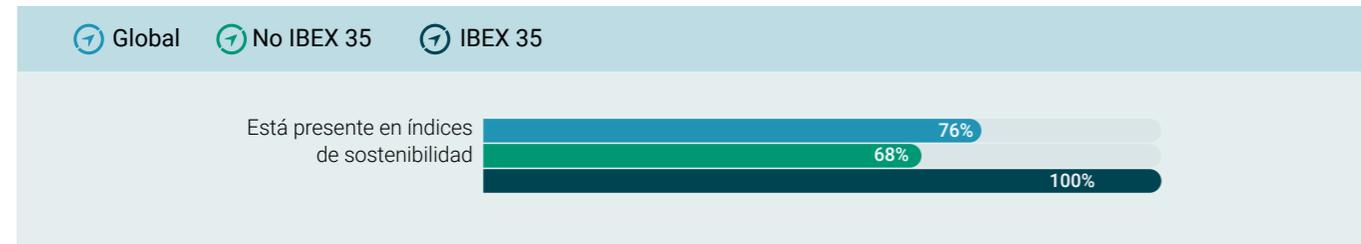
En el contexto de las decisiones de inversión orientadas hacia la sostenibilidad, se implementa un mecanismo de evaluación que se enfoca en el reconocimiento

de las empresas en índices de sostenibilidad. Este proceso de evaluación se centra en aquellas empresas que han obtenido un reconocimiento en estos índices y, por tanto, promoviendo su posicionamiento y facilitando las necesidades de información para la toma de decisiones de inversión.

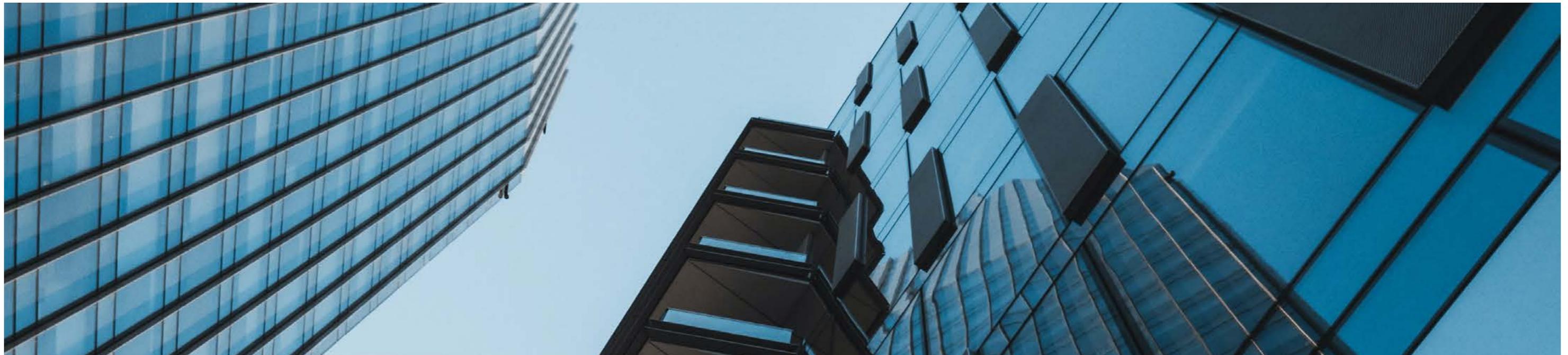




Está presente en índices de sostenibilidad



Principales índices de sostenibilidad donde se incluyen las organizaciones





Conclusiones.



76%

De las organizaciones analizadas están incluidas en índices de sostenibilidad.

Muestra de control

Criterio	2023-2022	2022-2021
Está presente en índices de sostenibilidad	-4%	+4%



4.4

Inversión con criterio ESG

En los últimos años se ha observado un notable crecimiento en las inversiones sostenibles, en donde se han empezado a considerar además de los criterios financieros las preocupaciones ambientales, sociales y de buen gobierno.

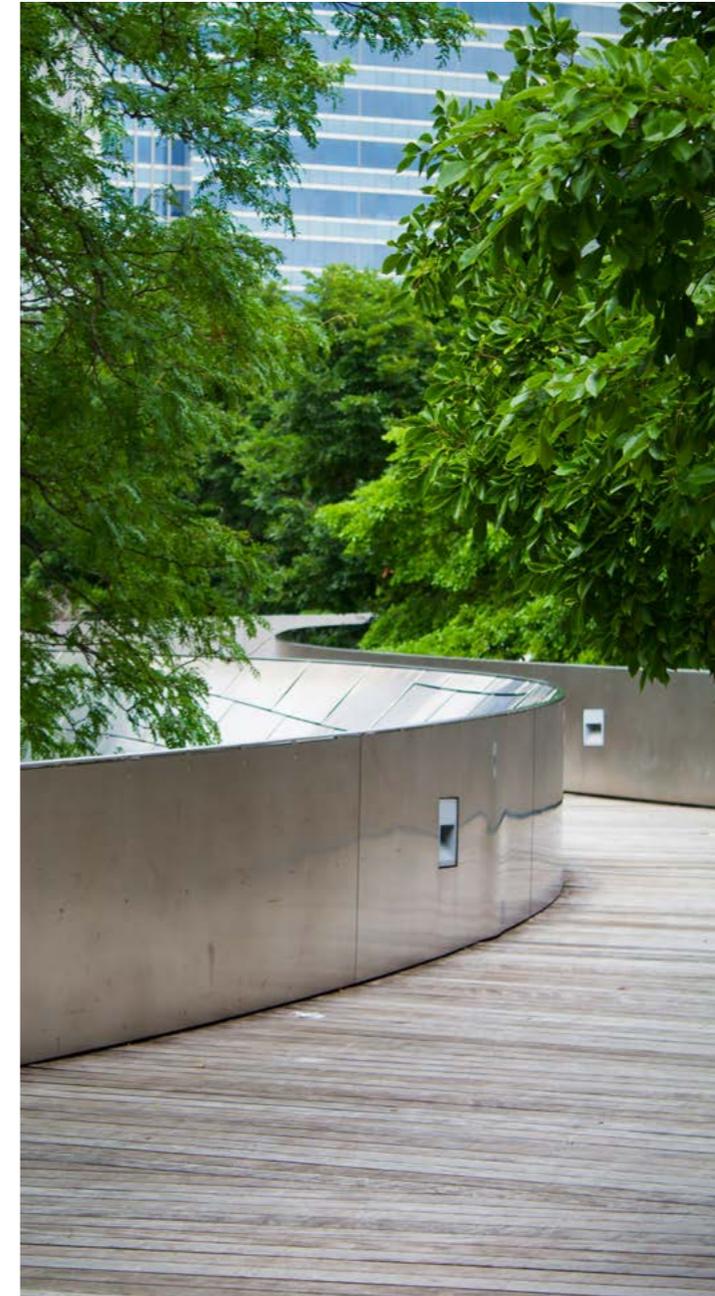
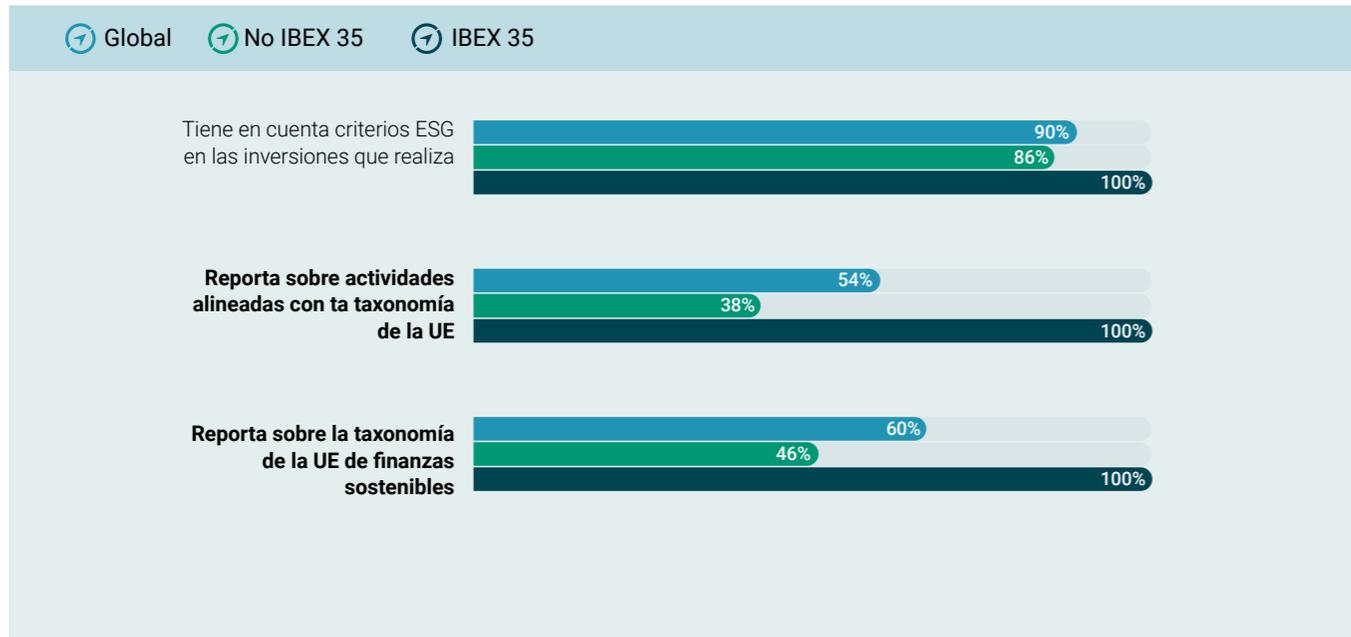
Este eje está dirigido hacia la relevancia de la incorporación de las inversiones en el modelo

de negocio de la organización, aplicando los criterios ESG que mejor la caractericen.

La inversión con criterio ESG cuenta con un crecimiento destacado, donde cada año adquiere una mayor relevancia en las carteras de los inversores. Por tanto, la tendencia camina hacia una mayor confianza y sensibilidad del mercado.



Está presente en índices de sostenibilidad



9 de cada 10 organizaciones tienen en cuenta criterios ESG en las inversiones que realizan.

Todas las organizaciones pertenecientes al IBEX 35 tienen en cuenta criterios ESG en sus inversiones y reportan sobre la taxonomía de la UE de finanzas sostenibles. Reportando prácticamente 5 de cada 10 cuando las compañías no pertenecen al IBEX 35.



Conclusiones.



60%

De las organizaciones analizadas reportan sobre taxonomía de la UE de finanzas sostenibles.



54%

Reportan sobre las actividades alineadas con la taxonomía de la UE.



90%

De las organizaciones analizadas tienen en cuenta criterios ESG en las inversiones que realizan.



4.5

Diversidad y empleo

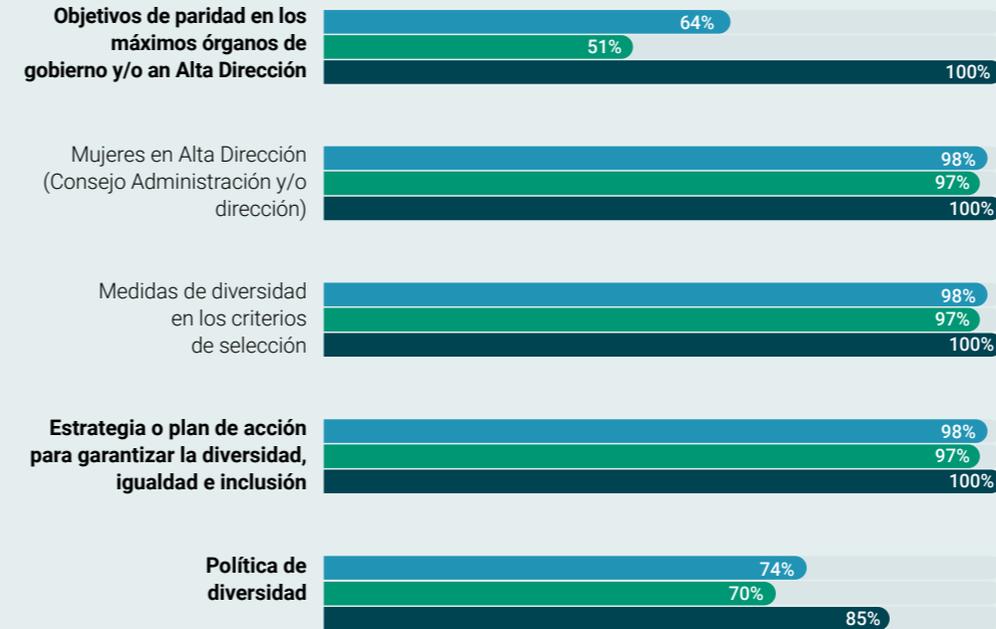
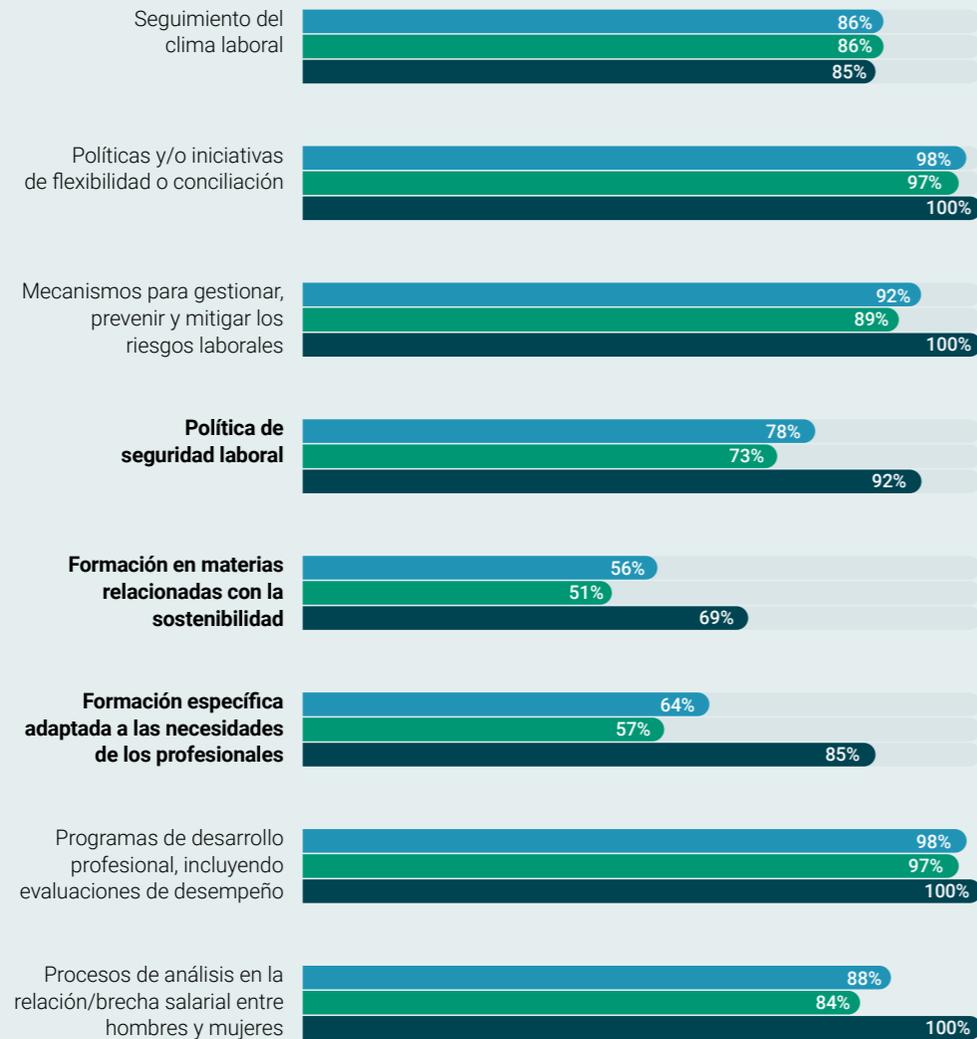
Actualmente, la igualdad de oportunidades, la diversidad y el bienestar de las personas se perfilan como prioridades en el desarrollo de negocio de todas las organizaciones. Por tanto, los criterios relacionados con la diversidad y el empleo se establecen como pilares fundamentales y estratégicos.

En este eje, se evaluarán cuestiones como la implantación de políticas de diversidad y planes estratégicos que garanticen cuestiones como la diversidad, igualdad e inclusión. De igual manera, se tendrá en cuenta que nivel de compromiso poseen las empresas en materia de igualdad. Así, se evalúan cuestiones como los objetivos de paridad en los altos cargos de gobierno o los procesos de análisis de la brecha salarial.





Global No IBEX 35 IBEX 35



9 de cada 10 organizaciones disponen de procesos de análisis de la brecha salarial.

7 de cada 10 cuentan con una política de diversidad.

El 56% de las organizaciones ofrecen formación en sostenibilidad y el 64% formación específica adaptada a las necesidades.

Prácticamente todas las organizaciones incluidas en el análisis cuentan con políticas de conciliación, de la misma manera que cuentan con mujeres en su área de Alta Dirección. En cambio, el 74% desarrolla políticas de diversidad.



Conclusiones.



98%

De las organizaciones analizadas cuentan con una estrategia para garantizar cuestiones de diversidad, igualdad e inclusión, y, también, el 98% cuenta con esas cuestiones en los procesos de selección.



98%

El 98% cuenta con esas cuestiones en los procesos de selección.



98%

de las organizaciones analizadas cuentan con mujeres en la Alta Dirección.



78%

de las organizaciones analizadas cuentan con una política de seguridad laboral.



92%

Cuentan con mecanismos para gestionar, prevenir y mitigar los riesgos laborales.



86%

De las organizaciones analizadas realizan seguimientos del clima laboral.

Muestra de control

Criterio	2023-2022	2022-2021
Medidas de diversidad en los procesos de selección	+4%	+4%
Mujeres en Alta Dirección	=	=
Análisis de la brecha salarial	+4%	+17%
Prevención de riesgos laborales	+4%	+4%
Políticas de flexibilidad/conciliación	=	+4%
Seguimiento del clima laboral	-9%	+9%

4.6

♥ Derechos Humanos

La Directiva de la Unión Europea para la debida diligencia empresarial en materia de Derechos Humanos y medioambiente establece procesos de identificación, prevención y diseño de remedios para abordar los impactos adversos sobre los Derechos Humanos y el entorno.

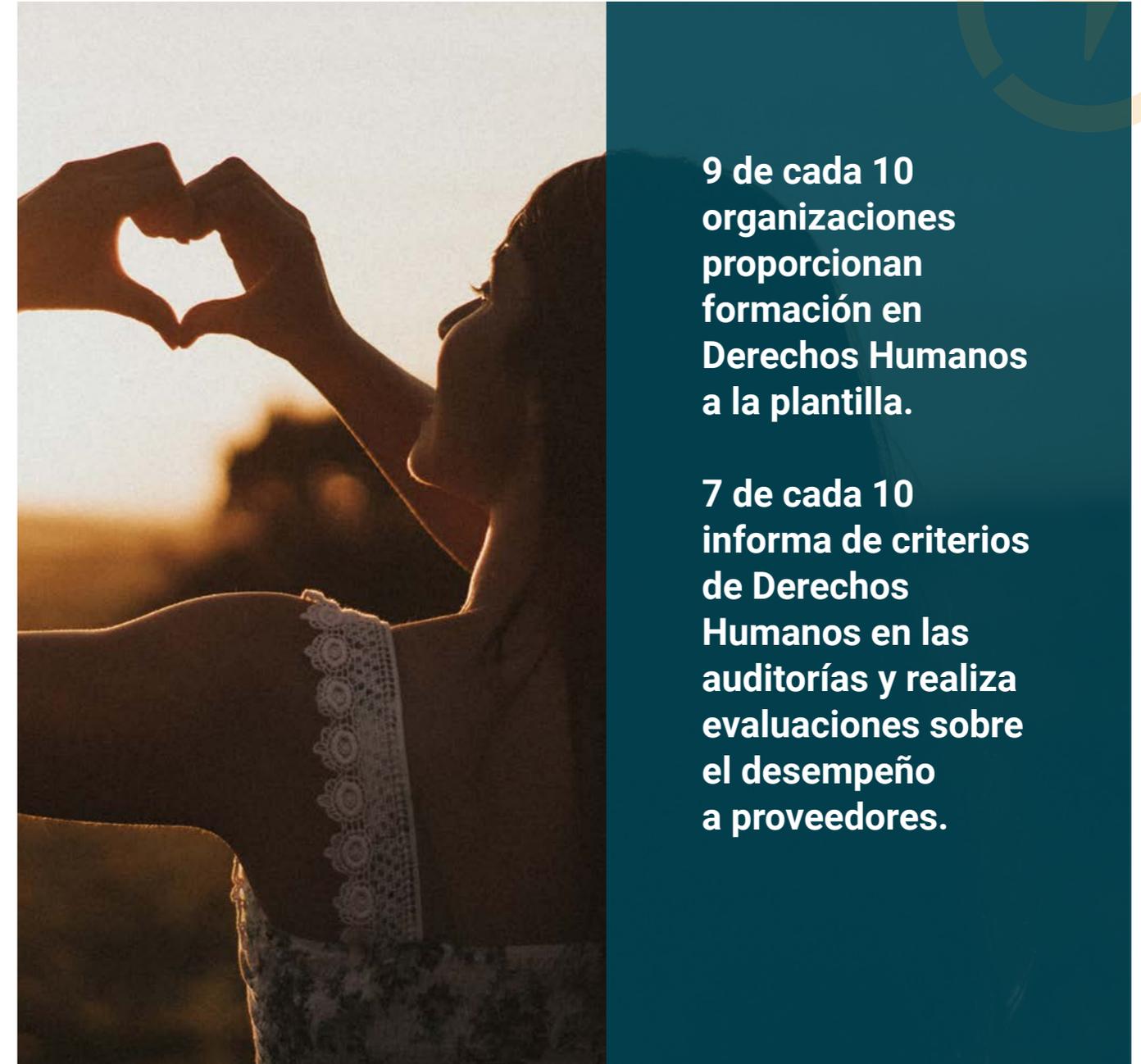
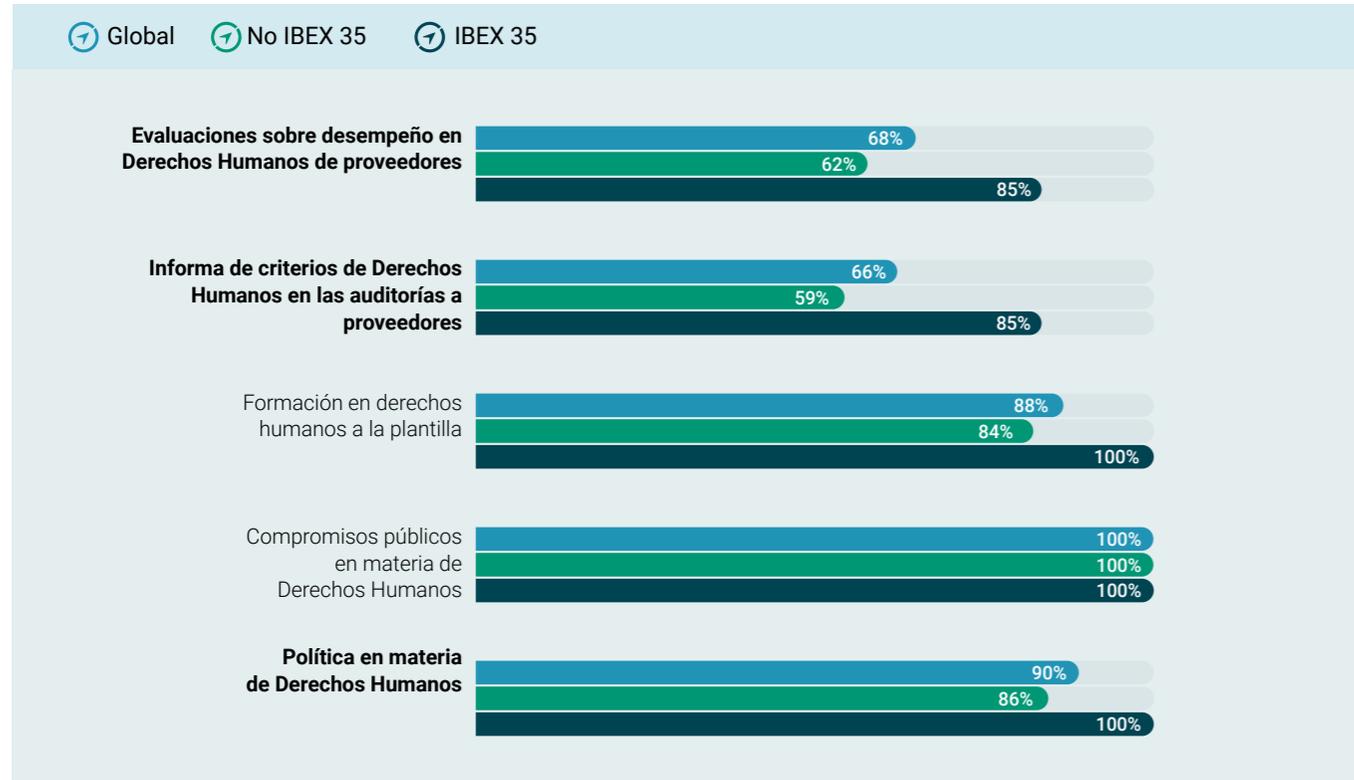
Estos impactos pueden ser ocasionados tanto por la propia empresa como por sus clientes, proveedores de bienes y servicios, cadenas de suministro y otros grupos de interés.

Dentro de este marco, se analiza el compromiso de las organizaciones en materia de Derechos Humanos y como lo incorporan en la gestión de riesgos, tanto internamente como en sus cadenas de suministro.

Este análisis implica considerar si la empresa cuenta con una política en materia de Derechos Humanos, si existen evidencias internas y compromisos públicos relacionados con los Derechos Humanos, si se brinda formación a las personas empleadas en Derechos Humanos, si se informa sobre criterios de Derechos Humanos en las auditorías a proveedores y si se realizan evaluaciones sobre el desempeño en Derechos Humanos de los proveedores.

Esta orientación hacia la integridad y el cumplimiento de las normativas refuerza la importancia de la gestión de los riesgos asociados a los Derechos Humanos en el contexto empresarial.





9 de cada 10 organizaciones proporcionan formación en Derechos Humanos a la plantilla.

7 de cada 10 informa de criterios de Derechos Humanos en las auditorías y realiza evaluaciones sobre el desempeño a proveedores.



Conclusiones.



100%

De las organizaciones analizadas presentan evidencias internas y compromisos públicos en materia de Derechos Humanos.



90%

De las organizaciones analizadas cuentan con una política en materia de Derechos Humanos.

Muestra de control

Criterio	2023-2022	2022-2021
Compromisos públicos	=	+4%
Formación a plantilla	+9%	+4%



4.7

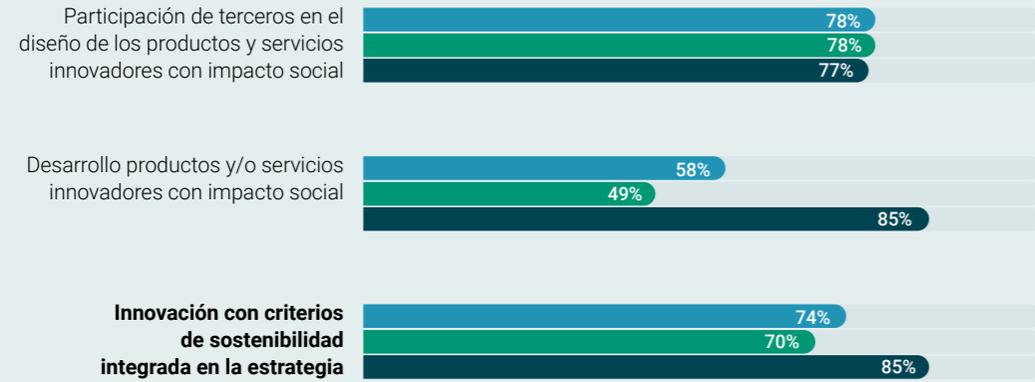
Innovación

En un mundo en constante evolución hacia el desarrollo sostenible, son fundamentales los procesos innovadores que faciliten la integración de criterios sociales y ambientales en el diseño de los productos y servicios de las organizaciones, ofreciendo así respuestas actualizadas a las necesidades de la sociedad.

Esto implica la integración de la innovación con enfoque en la sostenibilidad en la estrategia de la compañía, así como el desarrollo de productos y servicios innovadores con un impacto social positivo. Además, es relevante la suma de sinergias considerando la participación de terceros en la co-creación de estos productos y servicios socialmente innovadores.



Global
 No IBEX 35
 IBEX 35



7 de cada 10 organizaciones integran en la estrategia de la compañía la innovación con criterios de sostenibilidad.

El 58% traslada esta visión al desarrollo de productos y servicios.



Conclusiones.



78%

De las organizaciones analizadas presentan participación de terceros en los diseños de los productos y servicios innovadores con impacto



58%

De las organizaciones desarrolla productos y/o servicios innovadores con impacto social.

Muestra de control

Criterio	2023-2022	2022-2021
Innovación social	-4%	+9%
Participación de terceros en innovación social	+13%	-4%



4.8

Tecnología

En la era actual, el progreso tecnológico y la transformación digital son aspectos cruciales para las organizaciones, no solo para su crecimiento interno sino también para mantener su competitividad frente a otras entidades. Es esencial que estas organizaciones aseguren la inclusión de un desarrollo tecnológico accesible para todos, ya que solo de esta manera podrán abordar con éxito los desafíos que enfrenta nuestra sociedad.

En este contexto, es fundamental analizar como las organizaciones incorporan la analítica de datos (big data) en sus procesos de innovación social y utilizan la tecnología para avanzar en los retos de sostenibilidad y cerrar brechas sociales.

Este enfoque impulsa una evolución tecnológica que no solo es estratégica sino también transversal en el desarrollo empresarial de las organizaciones, y que está en línea con los imperativos de nuestra sociedad moderna.

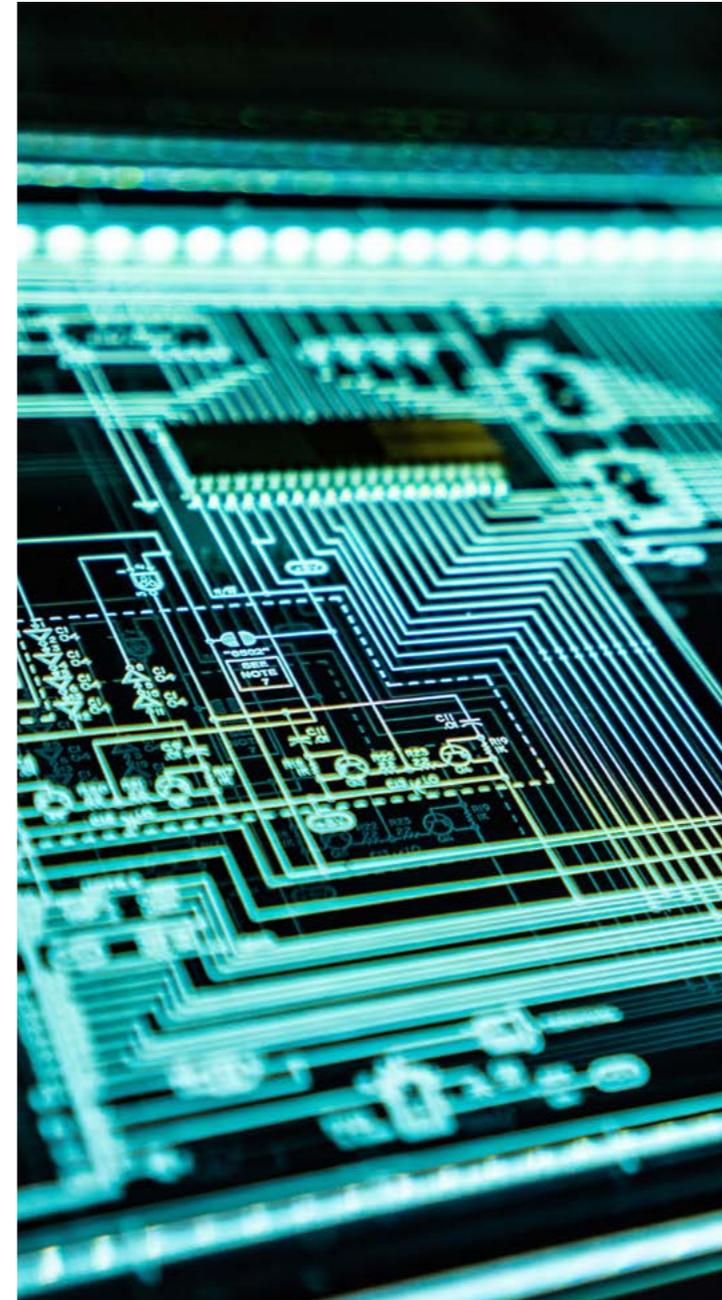
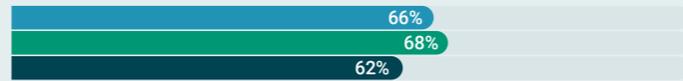


Global
 No IBEX 35
 IBEX 35

Tecnología para avanzar en retos de sostenibilidad y brechas salariales



Analítica de datos en procesos de innovación social



En los últimos años el aumento de la digitalización y de los procesos de análisis de datos son mecanismos con una creciente importancia en el desarrollo de negocio de las compañías.



Conclusiones.



66%

De las organizaciones incorporan la analítica de datos en sus procesos de innovación social.



68%

De las organizaciones analizadas utilizan la tecnología para avanzar en los retos de sostenibilidad y brecha social.

Muestra de control

Criterio	2023-2022	2022-2021
Analítica de datos en procesos de innovación	+13%	=



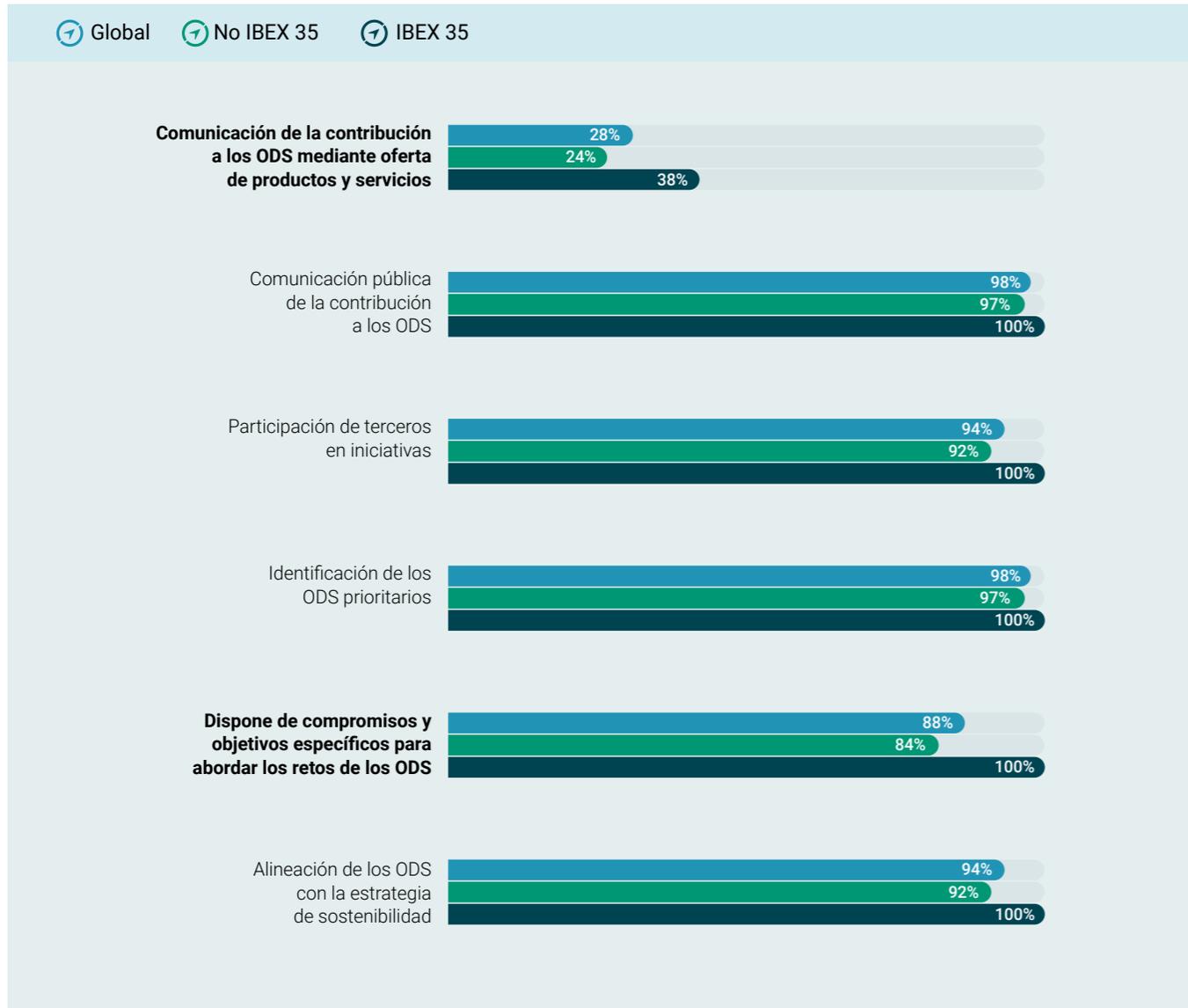
4.9

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

En el año 2015, las Naciones Unidas definió 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que se desglosan en 169 metas a ser alcanzadas para el año 2030. Este marco común aborda los desafíos más significativos que enfrenta la humanidad desde una perspectiva global y holística, lo que hace imprescindible la participación de todos los actores de la sociedad, ya sean instituciones públicas, entidades privadas o individuos.

Estas metas sirven como referencia para la toma de decisiones estratégicas. En este eje, se analiza el compromiso de la empresa para abordar los retos de los ODS, así como la contribución a estos mismos. Los ODS proporcionan una estructura para alinear los desafíos globales con los objetivos de las organizaciones. En consecuencia, se está promoviendo el desarrollo de estrategias que estén en consonancia con los objetivos globales en términos de sostenibilidad.





9 de cada 10 organizaciones disponen de compromisos y objetivos específicos para abordar los retos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Prácticamente todas las compañías comunican su contribución a los ODS, pero solo el 28% lo traslada a través de su oferta ampliando el alcance a la cadena de valor.



Conclusiones.



98%

De las organizaciones analizadas identifican los ODS prioritarios.



94%

De las organizaciones analizadas alinean la estrategia de sostenibilidad vinculando los ODS.



94%

De las organizaciones analizadas participan en iniciativas de terceros vinculadas a los ODS.



98%

De las organizaciones analizadas comunican públicamente su contribución a los ODS, pero solamente el 30% lo comunica mediante su oferta.

Muestra de control

Criterio	2023-2022	2022-2021
Participación de terceros en iniciativas	+4%	=
Comunicación pública de su contribución	=	+4%

Centrar la alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el impacto de cada una de sus metas tiene un doble propósito: por un lado, permite analizar oportunidades de mejora, y por otro, sensibiliza e informa a la sociedad acerca del esfuerzo realizado y los resultados alcanzados. Establecer una sistematización en la medición a través de indicadores clave de desempeño (KPIs) alineados con la actividad empresarial y realizar un seguimiento constante desde la Alta Dirección para evaluar su evolución, impulsará la contribución de cada empresa a los ODS.

4.10

Contribución a la sociedad

El avance de una organización debe estar alineado con el desarrollo socioeconómico de su entorno, capitalizando oportunidades, minimizando riesgos y generando beneficios recíprocos, lo que se traduce en la creación de valor tanto para la empresa como para la sociedad en general.

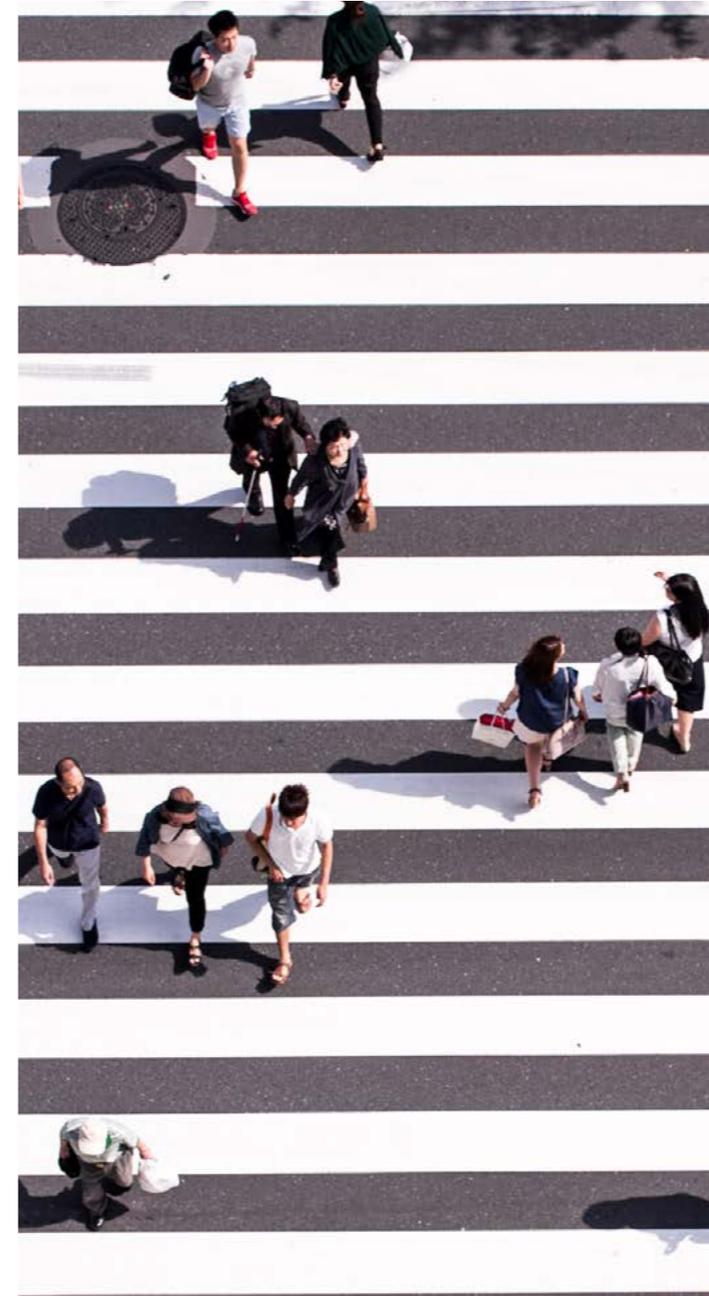
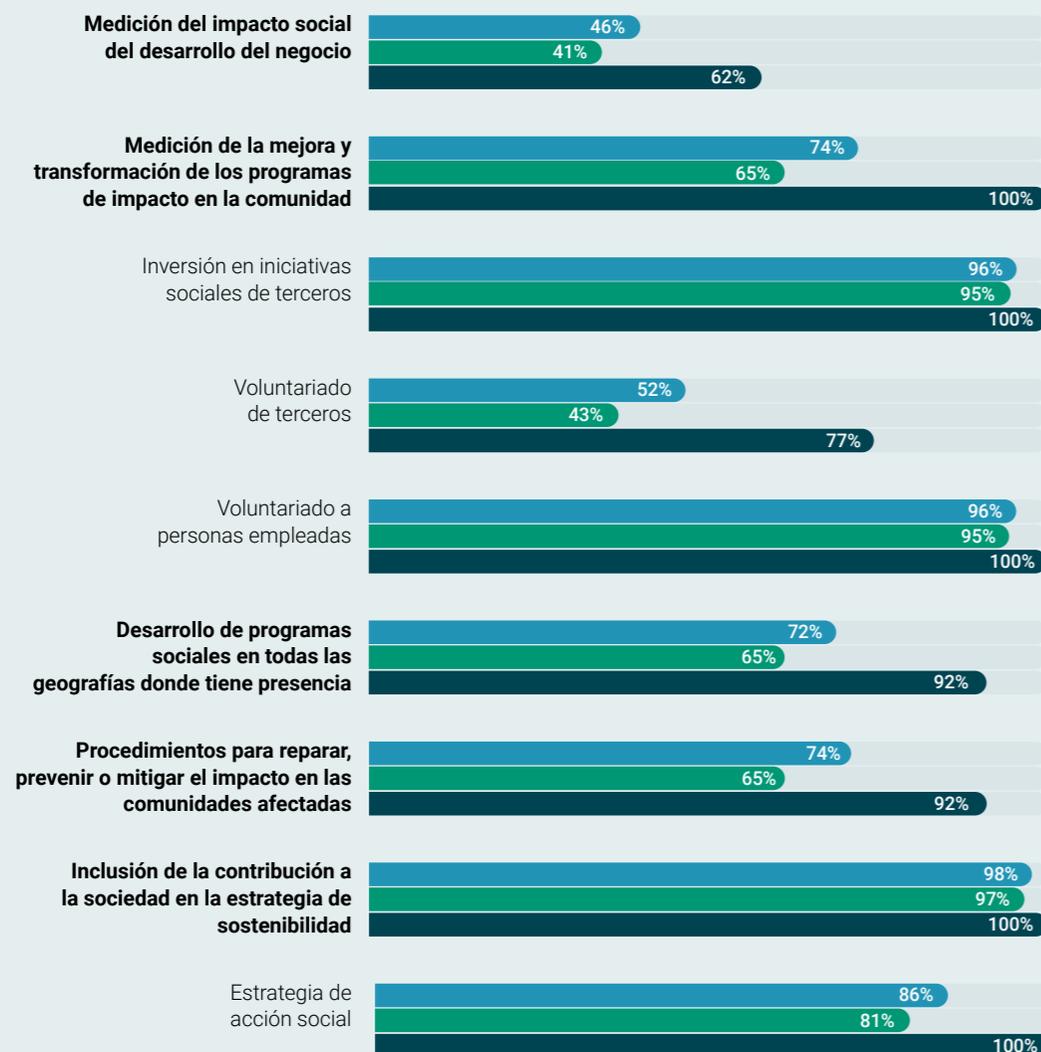
En este contexto, se analiza el compromiso de las organizaciones en cuestiones sociales y como contribuyen al desarrollo a través de inversiones, programas de voluntariado o la creación de empleo, entre otros. Esta contribución a la sociedad implica contar con una estrategia específica o un plan de acción para la acción social, donde la responsabilidad social esté integrada en su estrategia de sostenibilidad. Además, se deben establecer procedimientos para reparar, prevenir o mitigar impactos en las comunidades afectadas.

Las iniciativas o programas sociales deben abarcar todas las geografías donde la organización tiene presencia y ofrecer oportunidades de voluntariado a su plantilla. Además, es importante que terceros de la cadena de valor de la empresa participen en estas iniciativas de voluntariado, lo que refuerza la colaboración y la transformación social como vectores fundamentales.

Por otro lado, medir la mejora y la transformación de los programas de impacto en la comunidad y evaluar el impacto social del desarrollo del negocio son prácticas esenciales para asegurar que la contribución de la organización a la sociedad sea efectiva y sostenible.



Global No IBEX 35 IBEX 35



Prácticamente todas las empresas tienen incluida la contribución a la sociedad en su estrategia de sostenibilidad.

5 de cada 10 empresas miden el impacto social del desarrollo del negocio.



Conclusiones.



86%

De las organizaciones analizadas cuentan con una estrategia específica para la acción social.



96%

De las organizaciones analizadas ofrecen oportunidades de voluntariado a personas empleadas y realizan aportaciones económicas a iniciativas sociales de terceros.



74%

De las organizaciones analizadas miden la mejora y la transformación de los programas de impacto en la comunidad.

Muestra de control

Criterio	2023-2022	2022-2021
Estrategia de acción social	+13%	+4%
Voluntariado de personas empleadas	+9%	=
Voluntariado de terceros	-4%	=
Inversión en acción social	+4%	-4%

05.

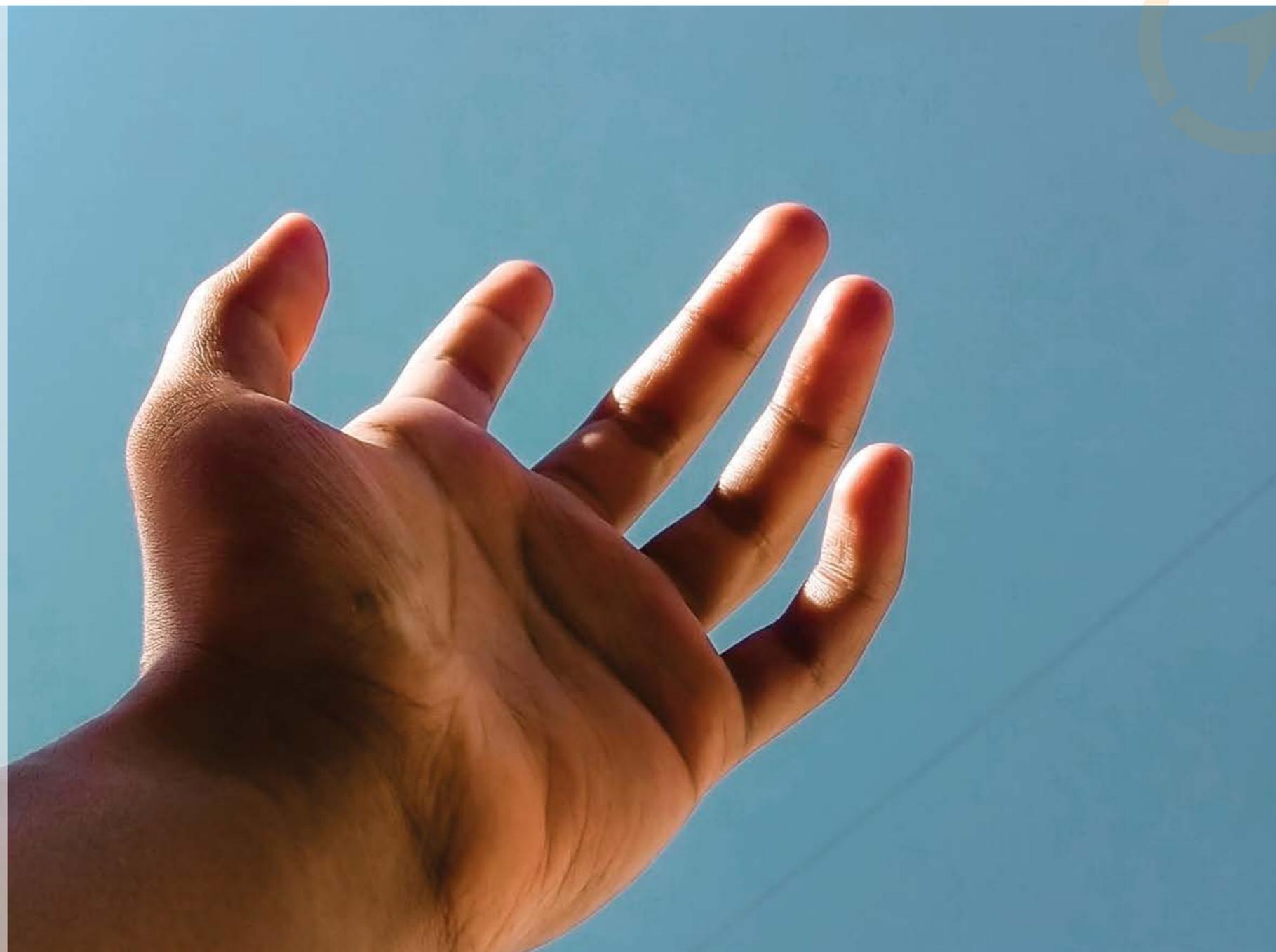
Consolidación y adaptación a nuevos contextos.

La consolidación del modelo de Creación de Valor Social permite revisar y adaptar el análisis teniendo en cuenta los cambios en el entorno, la aparición de nuevos estándares o enfoques y, en general, el surgimiento de nuevos marcos sociales y normativos.

Por una parte, la consolidación de los estudios permite construir y comprender conclusiones más elevadas en un contexto más amplio. Por otro lado, el análisis de la evolución de los resultados permite evaluar tendencias más sólidas y que permitan abordar los avances y las nuevas implicaciones.

Las compañías, además de avanzar en la implantación de mecanismos para hacer tangible su compromiso con la sostenibilidad, también tienen una implicación con sus grupos de interés a través de la comunicación.

En este sentido, el marco normativo continúa avanzando a través de la aprobación de la Directiva 2014/95/UE sobre información corporativa en materia de sostenibilidad. La adaptación a la CSRD será gradual y establecerá nuevos horizontes de análisis que tendrán su repercusión en los próximos años.





Puesta en valor y potencial de desarrollo.

En este apartado se persigue poner en valor los criterios incluidos en este III Informe de resultados y que no han estado presentes en informes anteriores. De esta forma, las conclusiones desarrolladas impulsan el compromiso de las organizaciones como respuesta a las nuevas tendencias y nuevos marcos normativos y de sostenibilidad.

- El 92% de las organizaciones cuentan con un análisis de materialidad, pero solamente 6 de cada 10 aplican un doble enfoque de materialidad financiera y materialidad de impacto para abordar los temas materiales.
- El 94% de las organizaciones cuentan con objetivos estratégicos de sostenibilidad, contando el 80% con objetivos definidos en materia social, de igualdad, de Derechos Humanos e impacto en la comunidad. Así, aun habiendo una creciente tendencia de evolución positiva de criterios sociales, los objetivos ambientales siguen contando con un papel más relevante en las estrategias de sostenibilidad.
- El 82% de las organizaciones realizan auditorías a proveedores, pero no todas las que reportan su realización incluyen criterios sociales o de Derechos Humanos en los citados procesos, prevaleciendo criterios de calidad o ambientales. Además, se debe continuar impulsando el acompañamiento y la colaboración con la cadena de valor, ya que solamente 3 de cada 10 empresas que reportan sobre la realización de auditorías ofrecen a sus proveedores formación en compliance.
- El 85% de las organizaciones analizadas que pertenecen al IBEX 35 reporta contar con programas de formación específicos para su plantilla y el 69% incluye programas de formación en materias relacionadas con la sostenibilidad. Por tanto, la sostenibilidad se sigue percibiendo en todos los casos como un factor esencial para el desarrollo profesional.
- El 74% de las organizaciones analizadas mide la mejora y transformación de los programas de impacto en la comunidad y el 46% mide el impacto social del desarrollo del negocio. De esta forma, a la hora de medir el impacto social de la contribución a las comunidades, no se termina en su totalidad de trasladar realmente al desarrollo del negocio.





Evolución.

A lo largo del período que ha abarcado el modelo de Creación de Valor Social hasta el momento, se ha observado una evolución positiva general en el estado de todas las organizaciones analizadas en relación con las tendencias actuales en sostenibilidad y la inclusión de esta en el modelo de negocio.

Destacan, entre otros criterios analizados:

- Se impulsa la integración de indicadores de sostenibilidad en materia de gobierno, evaluación y toma de decisiones directivas. Así, la incorporación de indicadores de sostenibilidad en la evaluación de la Alta Dirección aumenta en hasta un 19% en los últimos dos años.
- Se fortalece la relevancia de los grupos de interés en el desempeño estratégico de las organizaciones y, por ello, cada vez más organizaciones desarrollan estrategias específicas o marcos concretos para sus relaciones con los stakeholders.
- Se destaca la gestión de las cadenas de suministro desde una perspectiva integrada y responsable. En este sentido, la incorporación de criterios de desempeño social para la selección de los proveedores aumenta en un 15% respecto al año pasado y se consolida en todo el periodo de análisis.
- Se incorpora la analítica de datos (big data) en sus procesos de innovación social.
- Se cuenta con una estrategia específica o plan de acción para la acción social.

Sin embargo, a pesar de que la tendencia es positiva en todos los ejes, se pueden observar casos en los que las puntuaciones han bajado en los últimos dos años en alguno de los criterios analizados. Esta evolución puede responder a dos cuestiones:

- Cambio metodológico de análisis, incluyendo en este informe el análisis de información pública disponible en lugar de la respuesta directa de las organizaciones. Por tanto, es importante matizar que en este caso no se analiza una respuesta negativa absoluta, sino relativa y siempre vinculada a la disponibilidad pública de información.
- Baja estandarización en muchos de los ámbitos del compromiso social de las empresas, lo que hace que el sesgo de las personas que han respondido en otras ediciones tenga un peso muy relevante en algunos criterios, mostrando la necesidad de continuar avanzando en herramientas que permitan una adecuada evaluación de los impactos.



www.valoraconsultores.com

HUB Valora Europa

P.º de La Habana 9 - 28036 Madrid - España
hubeuropa@valoraconsultores.com

HUB Valora América

Paseo de la Reforma 222 - Torre 1, piso 1. Colonia Juárez, 06600 Ciudad de México - México
hubamerica@valoraconsultores.com



Este documento y los contenidos en él recogidos, son confidenciales y constituyen propiedad intelectual de Valora Consultores de Gestión, S.L. Cualquier uso, total o parcial, requiere la autorización expresa de Valora Consultores de Gestión, S.L. Las informaciones facilitadas para el desarrollo del documento, son tratadas como información confidencial por todo el personal de Valora Consultores de Gestión, S.L.

PROYECTARSE

*Evaluando el impacto y
Transformación Social de las empresas*



Líderes internacionales en Transformación Digital Sostenible

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



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



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

