



Las empresas españolas invirtieron 1.533,5 millones de euros en proyectos sociales

- La novena edición del Informe SERES-Deloitte analiza el impacto social de las empresas basándose en cinco ejes de medición: capital persona, organizacional, relacional, económico y de comunicación social
- Los proyectos de carácter social desarrollados por las empresas participantes han impactado a más de 86,3 millones de beneficiarios
- Las organizaciones realizaron casi 29.000 proyectos de RSE en 2021, un 17% más que en el ejercicio anterior
- El número de empleados involucrados en los proyectos sociales de las empresas ha ascendido a 243.888 personas, lo que supone un 17% de la plantilla total

La Fundación SERES y Deloitte han presentado la IX edición del **Informe del Impacto Social de las Empresas**, que analiza los objetivos sociales de las compañías y mide el impacto de su actividad a través de un modelo de análisis estructurado en base a cinco capitales: persona, organizacional, relacional, económico y comunicación social. Para la elaboración del documento, han participado un total de 79 empresas representantes de distintas industrias, entre las que se encuentran 68 empresas de la Fundación SERES y 11 empresas y asociaciones de la CEOE.

Entre las principales novedades del informe, destaca la inversión de 1.533,5 millones de euros en proyectos sociales en 2021, lo que ha permitido la realización de 29.104 acciones (un 17% más que en 2020). Además, los empleados implicados en las acciones sociales suponen el 17% de la plantilla total agregada (243.888 de personas) de las empresas participantes, con un crecimiento de 5 puntos respecto de la edición anterior.

En el acto de presentación del informe, **Fernando Ruiz, presidente de la Fundación SERES**, ha afirmado que el propósito de SERES -cuando nació hace más de una década- “es apoyar la transformación de las organizaciones hacia un modelo de empresa responsable y sostenible”. “Nuestro empeño todo este tiempo ha residido en garantizar la visión estratégica de los proyectos y posicionar las actuaciones sociales como iniciativas fundamentales en las organizaciones, capaces de ofrecer valor para la empresa y para la sociedad”, ha añadido. “Es un momento extraordinario, en el que una gestión responsable no solo es importante, sino extremadamente necesaria”. “Este informe del Impacto social de las empresas, en el que hemos tenido el orgullo de participar junto con Deloitte, recoge importantes indicadores de contribución social”, ha concluido.

“Tenemos un reto social relevante, con más de 2.300 millones de \$ de inversión necesaria para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible y atender a la demanda social de infraestructuras y servicios básicos, educación, formación y aprendizaje. Instituciones y administraciones están trabajando para reordenar sus prioridades y darle respuesta. El mercado y los reguladores reconocen a las empresas como agente clave del cambio, y ya no hay duda de que los inversores esperan, junto con la rentabilidad financiera, una rentabilidad social”, ha asegurado **Concha Iglesias, socia líder de la práctica de Cambio Climático y Sostenibilidad de Deloitte España y responsable del informe**. “Este informe refleja el camino realizado por las empresas y su compromiso para seguir avanzando. Dar respuesta a los retos sociales actuales y futuros requiere que las compañías realicen un entendimiento profundo de las expectativas sociales de los grupos de interés, que les impulse a construir la estrategia ESG con base en el “propósito” de la compañía. Medir su impacto en los distintos colectivos y comunidades, con estándares homogeneizados, empieza a vislumbrarse en los nuevos indicadores de medición del EFRAG, y en los requerimientos asociados al establecimiento de un sistema de diligencia debida”, ha añadido Concha Iglesias.

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

niveles. Por esta razón medir el impacto positivo de las empresas es crucial como también lo es contar con metodologías que puedan medir el avance en la mejora de los factores sociales”, ha matizado.

Incremento del compromiso social de las empresas

Durante el 2021, las empresas participantes han desarrollado unos 4.200 proyectos sociales más que en 2020, aumentando a 368 el número medio de proyectos por compañía. El 55% de estos tiene como objetivo promover la salud y el bienestar y fomentar la educación de calidad como palancas para mejorar los niveles de vida de la sociedad.

El número de empleados involucrados en los proyectos sociales de las empresas ha ascendido a 243.888, que supone un 17% de la plantilla total. Adicionalmente, el 12% de las organizaciones cuenta con más del 70% de empleados involucrados en proyectos. Por otro lado, 86,3 millones de personas se han visto beneficiadas por iniciativas sociales, principalmente la sociedad en general, representando un 55%; además de personas en riesgo de exclusión social (18%), enfermos (10%) y los jóvenes y/o estudiantes (6%), entre otros.

Casi 9 de cada 10 empresas analizadas ofrece internamente programas de voluntariado corporativo, con un 11% de su plantilla involucrada y una dedicación total de 874.445 horas.

Gestión responsable en la hoja de ruta de las organizaciones

Las empresas SERES muestran un claro compromiso con la sostenibilidad que se refleja en sus políticas y procesos, su estructura de gestión y su modelo de gobierno. El 96% alinean la estrategia de sostenibilidad con el negocio, y el 77% cuentan con una comisión de Sostenibilidad. Entre las medidas para dar respuesta a las expectativas de los grupos de interés, destaca que el 74% de las organizaciones dispone de un plan de contribución social, más del 90% involucra a sus proveedores en actuaciones sociales. El 62% ha adaptado sus productos y servicios para clientes en riesgo de exclusión social.

En esta misma línea, casi la totalidad de las empresas integra en su plantilla a personas con discapacidad, involucra a sus empleados en iniciativas de acción social y promueve el respeto mutuo a través de formaciones en diversidad e igualdad.

Sin embargo, aunque las compañías consideran que los temas sociales mejor gestionados son los relativos a la salud y seguridad de sus empleados y la formación, también coinciden en que existe recorrido de mejora en otros ámbitos de promoción del trabajo digno y la no discriminación.

Apuesta económica por proyectos con impacto social

El compromiso de las organizaciones para generar impacto social ha supuesto una inversión total de 1.533,5 millones de euros, con una inversión media por empresa de 22,8 millones. Además, 8 de cada 10 organizaciones han invertido en proyectos cuyo impacto social se materializa en España en 2021.

La promoción de estándares de vida adecuados y la mejora del bienestar social han sido los objetivos en los que más se ha invertido, con 30% de la inversión. Le siguen los proyectos relacionados con la salud y el bienestar con 14% y la promoción de la inclusión, igualdad y participación social para reducir las diferencias entre regiones, con el 13%.

La construcción de una red de colaboraciones con otros agentes es clave para poder llevar a cabo los proyectos y captar más inversión. En 2021, por cada euro de inversión propia, las empresas han captado un 11% de inversión adicional a través de las colaboraciones con otras entidades.

Difusión de las mejores prácticas, clave en una cultura de sostenibilidad

Para contribuir a generar una cultura de responsabilidad social, es clave dar visibilidad a la labor que realizan las compañías en materia de ESG. En este sentido, todas de las empresas SERES participantes en el estudio afirman que han desarrollado acciones vinculadas a la sensibilización y difusión sobre temáticas de ámbito social de la sostenibilidad, destacando la educación (75%), el empleo e integración laboral (74%) y la salud y bienestar (72%).

El 98% de las organizaciones participantes elabora un informe anual de información no financiera y el 89% reconoce que evalúa y comunica el impacto de su contribución a los distintos grupos de interés.

Contacto

Patricia García Franco

Tel. 646 60 92 65

pgarciafranco@deloitte.es

Sofía Martín

Tel. 687 55 66 20

smartin@fundacionseres.org



Deloitte hace referencia, individual o conjuntamente, a Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL") (*private company limited by guarantee*, de acuerdo con la legislación del Reino Unido), y a su red de firmas miembro y sus entidades asociadas. DTTL y cada una de sus firmas miembro son entidades con personalidad jurídica propia e independiente. DTTL (también denominada "Deloitte Global") no presta servicios a clientes. Consulte la página <http://www.deloitte.com/about> si desea obtener una descripción detallada de DTTL y sus firmas miembro.
© 2023 Deloitte, S.L.