

LAS EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS GENERAN UN IMPACTO SOCIAL POR ENCIMA DE LA MEDIA DE SU SECTOR

- **Resultados del estudio del Foro de Marcas Renombradas Españolas en colaboración con la Fundación SERES**
- **El Mapa SERES de Huella Social®, una herramienta para poder evaluar el impacto social de las empresas en la sociedad**

Madrid, 16 de diciembre de 2024.- El Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) y Fundación SERES han realizado un estudio para analizar la contribución social de las empresas españolas. En este informe se pretende evaluar, mediante la utilización de la metodología Mapa Seres de Huella Social®, **el impacto social de las compañías del ecosistema del FMRE de cinco sectores (energía, hoteles, alimentación y bebidas, industria y hábitat, y moda y retail)** para cuatro grupos de interés: **empleados, clientes, comunidad y proveedores.**

Las empresas que forman parte del FMRE son compañías internacionalizadas con más del 50% de su volumen de negocio en el exterior y una media de presencia en 60 países. Hasta ahora, no se había determinado cuál es su grado de influencia en el entorno, es decir, el **impacto social que este tipo de empresas** tienen con su actividad económica cotidiana, más allá de acciones filantrópicas o altruistas. Con este estudio, **se trata de determinar su capacidad de contribuir al bienestar de la sociedad como un factor de éxito a largo plazo** en un contexto donde las empresas están llamadas a ser agentes de cambio positivo.

Este informe, que cuenta con el apoyo de la Oficina Española de Patentes y Marcas y del Ministerio de Trabajo y Economía Social, se ha realizado mediante una encuesta a empresas del FMRE y SERES, a la que han contestado 52 empresas de los sectores mencionados, con datos de España del ejercicio 2023, que representan una plantilla conjunta de 265.619 personas y 124.682 millones de € en facturación.

El documento ha sido presentado hoy por **Lucía del Valle**, directora de Comunicación del FMRE y **Alicia Feliciano**, directora de Desarrollo de Negocio de Fundación SERES.

Representantes de empresas participantes en el estudio y de distintos sectores han explicado la importancia de la medición en materia de sostenibilidad: **Elena Martín Cuesta**, directora de Sostenibilidad y Excelencia de ILUNION Hoteles, **Ignacio Sierra**, director general corporativo de TENDAM y **Marisa Almazán**, Global Head of Sustainability & Corporate Communication de Zamora Company.

Asimismo, **Fernando Ruiz**, presidente de Fundación SERES ha explicado que “lo social, como una de las dimensiones directivas más exigentes y también dentro de una empresa, cuenta con una barrera importante: hacer tangible su retorno. Precisamente para medir y respaldar la relevancia de lo social, hemos creado el Mapa SERES de Huella Social®, una metodología de medición del impacto social de los proyectos económicos que ofrecerá mayores estándares en términos de conexión económica y social”.

Por su parte, **Pablo López Gil**, director general del FMRE, ha comentado que con este estudio se trata de poner en valor y de demostrar con datos de manera agregada el impacto que las empresas internacionalizadas generan en su entorno social. Ya sabíamos por

diversos estudios que las empresas más internacionalizadas son más resilientes eficaces e innovadoras. Ahora vemos con este estudio su gran contribución al bienestar de la sociedad”.

Empleados

Del análisis se desprende que las empresas del FMRE objeto del estudio realizan una **importante contribución a la generación de nuevos puestos de trabajo con un 5,8% de crecimiento de plantilla**, superior en más de 2 puntos al crecimiento medio del empleo en España. Más del 90% de las empresas han generado empleo neto, con 15.647 puestos de trabajo.

Además, realizan **una importante contribución al empleo femenino, dado que el 55% de la plantilla es femenina**, lo que representa una apuesta por la igualdad de oportunidades. No obstante, las empresas evaluadas se encuentran aún lejos del punto de equilibrio en cuanto a la presencia de mujeres en la alta dirección, puesto que solo 3 de cada 10 empresas tienen equipos de dirección con más del 40% de representación femenina. En cuanto a la **rotación, estas empresas cuentan con un ratio del 8%, menor a la media nacional (17%)**, lo que indica **una alta capacidad de retención de talento**.

La **retribución media también es superior a la media nacional en un 24%** con un salario medio de 33.358 €, sobre todo en las industrias de hostelería y moda y *retail*, cuyas remuneraciones superan a sus referencias sectoriales. Las empresas del FMRE analizadas también están por **encima de la media nacional en cuanto a flexibilidad y teletrabajo (casi el doble de la media)**.

Clientes

El análisis para este grupo de interés parte de los conceptos Disponibilidad, Accesibilidad, Aceptabilidad y Calidad, que permiten establecer indicadores sectoriales para estas variables.

En satisfacción de clientes, **más de la mitad (58%) de las empresas del FMRE analizadas tienen valoraciones por encima del 8,3**, lo que representa un notable en todos los sectores, siendo el de alimentación y bebidas (8,7) y el de Hoteles los mejor valorados (8,5). En cuanto a sus resultados en *Net Promoter Score* (NPS), o posibilidades de recomendación de negocio o producto, un 67% son excelentes con un promedio de valoración de 50 puntos.

La media de quejas resueltas positivamente es más del 82%, siendo el de energía el que mejores puntuaciones recibe en este aspecto.

En cuanto a grado de satisfacción de clientes, se han utilizado referencias sectoriales diferentes, debido a la diversidad de productos y servicios y tipología de negocio (B2B o B2C). Así, en energía el indicador es la calidad de suministro, que para las empresas de la muestra se realiza con un sobresaliente con un **tiempo medio de interrupciones por debajo de la media nacional**.

En el sector de **industria y hábitat**, los conceptos evaluados son el de la durabilidad de producto, el periodo de garantía y la apuesta por la economía circular. En este ámbito, el

79% de las empresas cuentan con algún tipo de certificación internacional sobre durabilidad y el 44% ofrece periodos de garantía superiores a tres años (que es lo que marca la normativa), pero los programas de economía circular no están todavía medidos ni incorporados.

En el **sector de alimentación y bebidas, todas las empresas analizadas declaran disponer de programas de concienciación y sensibilización a clientes sobre consumo responsable**. De las empresas de la muestra, el 45% disponen de más de 10 programas con foco en alimentación saludable, promoción del deporte, y consumo responsable.

Por su parte, **el 69% de las empresas de moda y retail dispone de algún programa de concienciación y sensibilización sobre consumo responsable** y potenciación de la economía circular. El tipo de iniciativas se dirigen a alargar el ciclo de vida del producto, recuperación o reciclaje.

Proveedores

Para este grupo de interés, se ha recogido el compromiso social de acuerdo con la Directiva sobre Diligencia Debida en Sostenibilidad (CSDDD), es decir, las prácticas de debida diligencia en la cadena de suministro, según los criterios de cumplimiento de Derechos Humanos.

En este ámbito, **el 52% de las empresas de la muestra certifica a más del 80% de sus proveedores en DDHH**. Por sectores: el de energía cuenta con una media del 95% de proveedores certificados, seguido de alimentación y bebidas 81%. Moda y *retail* 69,5% e industria y hábitat 65%. El sector hotelero, presenta una intensidad menor en este aspecto, con una media de certificación del 41%. Estos últimos sectores presentan una mayor variabilidad por la diversidad de tamaño de las empresas de la muestra. Entre las certificaciones exigidas a proveedores figuran sistemas de gestión de calidad, medioambiental y seguridad y salud ISO.

Comunidad

Para determinar el impacto en este grupo de interés, se analizaron los indicadores que determinan la generación de riqueza, inversión y desarrollo social de las comunidades en las que operan (en este caso España). Se determina también a través de la compra a proveedores locales, la contribución fiscal en sus áreas de referencia y los donativos e inversión social.

En este ámbito, **las empresas de la muestra declaran que como media el 68,8% de sus compras se realizan a proveedores locales**, siendo el de hoteles el que mayor generación de riqueza representa para la comunidad local con el 91% de sus compras a suministradores cercanos. Mientras que moda y *retail* solo traccionan al 46%.

La **contribución fiscal de las empresas del FMRE** se ha medido a través de la ratio de impuestos directos sobre facturación, **que ha resultado del 3,9%**, lo que resulta significativo si se compara con el referente medio en España, que es de entre el 2% y el 2,5%. Podemos concluir que existe un importante esfuerzo de las compañías por aportar un porcentaje importante de su facturación a impuestos directos.

Como conclusiones generales, **cada sector destaca desde alguna perspectiva**. Así moda y *retail* promueve el empleo femenino con un 76% de mujeres en plantilla. Energía homologa al 95% de sus proveedores en Derechos Humanos. Hoteles afianza el tejido empresarial local con un 91% de compra a proveedores locales. Alimentación y bebidas es excelente en el cuidado a sus clientes con un 88% de reclamaciones resueltas. E industria y hábitat crece en empleabilidad por encima de la media con un 9% de contratación neta.

Sobre el Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE)

Fundado en 1999, el [Foro de Marcas Renombradas Españolas \(FMRE\)](#) es una alianza público-privada integrada por más de ciento cincuenta empresas españolas con marcas líderes en sus respectivos sectores junto con el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, el Ministerio de Industria y Turismo, la Secretaría de Estado de Comercio, ICEX España Exportación e Inversiones, la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), la Cámara de Comercio de España, Turespaña y la Secretaría de Estado de Turismo. Su objetivo es fomentar a todos los niveles la importancia estratégica de la marca, la innovación y el diseño e impulsar la internacionalización de la empresa como palanca clave para la mejora de la competitividad de la economía española, contribuyendo así a potenciar la imagen de España y del conjunto de sus empresas a través de la unión de esfuerzos entre las marcas líderes españolas y las administraciones públicas competentes.

Contacto de prensa:

Foro de Marcas Renombradas Españolas

Isabel Lorenzo

isabel.lorenzo@brandsofspain.com

Tel: 670 566 760

Sobre Fundación SERES

Fundación SERES, entidad sin ánimo de lucro nacida en 2009, impulsa desde hace 15 años la transformación de las empresas para integrar la respuesta a los retos sociales en la estrategia de negocio. Su objetivo no es otro que posicionar el valor de lo social en las organizaciones. Como movimiento pionero, con aproximadamente 150 compañías adheridas, que representan el 30% del PIB y el 75% del IBEX 35, aborda el compromiso social de las empresas desde un enfoque estratégico y práctico basado en la innovación.

Contacto de prensa:

Fundación SERES

Sofía Martín

smartin@fundacionseres.org

Tel: +34 91 575 84 48