



Las empresas involucran a sus empleados y a todos los agentes de la cadena productiva en estos proyectos

LUCILA GARCÍA,
SUBDIRECTORA GENERAL
DE FUNDACIÓN SERES

De izquierda a derecha, Lucila García, subdirectora general de Fundación Seres; Francisco Román, presidente de la Fundación Seres; Javier Parada, socio responsable de clientes e industrias de Deloitte, y Ana Andueza, socia de sector público de Deloitte.

LA INVERSIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CRECE UN 22%

P. S.
MADRID

Los proyectos de responsabilidad social corporativa (RSC), por los que las empresas destinan parte de sus ingresos a fines sociales, igualitarios y medioambientales, han dejado de ser una moda y se han convertido en tendencia. Así se deduce del *IV Informe del impacto social de las empresas*, elaborado por la Fundación Seres y Deloitte y presentado el pasado viernes. En él se aprecia cómo la evolución, tanto del dinero destinado como de la cantidad de beneficiarios directos y de empresas que se toman esta tarea en serio, no ha hecho más que aumentar desde la primera edición, en 2013. Así, "el número de compañías analizadas en el informe ha crecido en un 58%, pasando de 50 a 79 en 2016", explicó el presidente de la Fundación Seres, Francisco Román.

Todas ellas, entre las que se encuentran nombres como Endesa, Huawei, ING, Mercadona, Telefónica, Coca-Cola, Inditex, Santander o BBVA, han destinado un total de 439 millones de euros en España, lo que representa un incremento del 22% respecto al año anterior, cuando la cifra no superó los 359 millones. La comparación evolu-

tiva en todo este tiempo deja entrever, además, que el número de beneficiarios directos de estos proyectos se ha multiplicado por 2,7 desde la primera edición, pasando de casi siete millones de personas a más de 18 millones.

Para realizar el estudio, se han utilizado las directrices del Global Impact Model, desarrollado por Deloitte, que permite evaluar la concordancia entre los objetivos de la RSC de las empresas y su actividad. Para ello, se tienen en cuenta hasta cinco parámetros: "El capital personal, organizacional, relacional, económico y social, además de 16 ejes de contribución y 138 indicadores definidos", en palabras del socio director de clientes e industrias de Deloitte, Javier Parada.

Por sectores, un 67% de los 8.221 proyectos de RSC impulsados durante 2016 estaba relacionado con el bienestar y la cobertura de necesidades sociales, destacando los ámbitos de sensibilización y difusión (20%), educación (16%) y financiación y fortalecimiento de entidades sociales (13%). El 33% restante se destinó por completo al ámbito del empleo y de la generación de oportunidades e integración laboral. Es decir, añadió Parada, "tres de cada cuatro organizaciones se centran en proyectos orientados de una forma u otra al empleo". En este sentido, un total de 64.248 personas fueron integradas laboralmente en 2016, frente a las 57.371 de la edición anterior y más del doble respecto

79

empresas analizadas, un 58% más que hace cuatro años.

439

millones de euros se han invertido en iniciativas sociales en España.

33%

de todas las iniciativas se destinaron a fines relacionados con el empleo.

85%

de las organizaciones comunican sus proyectos.

La Fundación Seres y Deloitte presentan el cuarto informe sobre el impacto social de las empresas

Tras cuatro ediciones, se observa que la RSC ya no es una moda, sino una tendencia

a la primera edición, cuando la cifra llegó a 30.825 personas.

No es lo único que ha aumentado en todo este tiempo. Como recordó Lucila García, subdirectora general de Fundación Seres, "vemos que cada vez más empresas involucran a sus empleados y a todos los agentes de la cadena productiva en este tipo de iniciativas". En este sentido, durante 2016 han sido 194.000 los profesionales de las compañías analizadas que han participado en estos proyectos, el 13,8% del total de las plantillas. Asimismo, el 6,4% de los empleados han estado involucrados en iniciativas de voluntariado, y el 87% de los grupos han promovido el voluntariado corporativo en sus filas. Por ello, "no todo viene en forma de dinero, también hay muchas ayudas en forma de horas de trabajo".

Algo relevante, quiso recordar Francisco Román, es que para poder tener un impacto real en la dimensión puramente social de la RSC, las empresas no tienen más remedio que colaborar con otras entidades más acostumbradas a estas labores, y que de verdad conocen la sociedad y sus necesidades. Por ello, según recalca el informe, han sido 16.000 las colaboraciones que se han materializado entre empresas y otras organizaciones sociales. Con todos estos datos sobre la mesa, lo que también resulta obvio es que a las empresas les gusta comunicar todas estas iniciativas: un 85% de las organizaciones analizadas evalúan y muestran su contribución para que la sociedad la conozca.