



El poder de la colaboración

SERES, valor social 2016

III Informe del impacto social de las empresas

Contenidos

Introducción	3
Empresas participantes	4
Fundación SERES, modelo de contribución	6
Principales resultados de la RSE en España 2015	8
Capital persona	10
Capital organizacional	16
Capital relacional	20
Capital económico	22
Capital social	24
Metodología	26

Introducción



Francisco Román

Presidente de Fundación SERES

Crear valor compartido significa responder a una necesidad social con un modelo de negocio, de manera que lo hagamos sostenible. Gana la sociedad y gana la empresa. Es indudable que para que este modelo funcione, cada organización debe aportar lo que mejor sabe hacer, su negocio y de esta forma conseguir ese desarrollo, que todos buscamos. Estaríamos ante empresas que conectan con el progreso social y económico. En Fundación SERES nos esforzamos cada día para defender el valor compartido como elemento estratégico indispensable en las empresas, que genera valor y al mismo tiempo actúa como catalizador de la transformación social de las empresas. Respondemos al desafío de sentar en la misma mesa sociedad y empresa, para crear y compartir valor. Estas acciones no son un mero gasto. Son elementos transformadores esenciales para la generación de innovación y garantías, que apuestan por el largo plazo. Creemos en la importancia de la empresa como agente de cambio social. La necesidad entre sociedad y empresa es mutua. Hoy por hoy, construir una empresa más fuerte pasa obligatoriamente por consolidar una sociedad también más sana. A través de este informe analizamos la aportación de las organizaciones a la sociedad, no sólo bajo un prisma económico, sino de manera agregada, con indicadores de generación de empleo, relación y gestión de proyectos sociales. Año a año cada vez sois más las empresas que nos demostráis cómo sumáis rigor y exigencia a vuestro compromiso social. El trabajo conjunto de Deloitte y SERES es una muestra extraordinaria de los avances en el reto de la transformación social de las empresas a la hora de asumir su posición ante problemas sociales. Este informe pone de manifiesto cómo el compromiso de las empresas es cada vez mayor. Es tarea de todos avanzar en la construcción de empresas cada vez más responsables, de mayor excelencia, que indudablemente marcan la diferencia.



Fernando Ruiz

Presidente de Deloitte

El impacto que las empresas tienen en la sociedad trasciende ampliamente la vertiente económica. Las empresas generan mucho más que productos o servicios y aportan más que beneficios a sus accionistas. El compromiso con la sociedad en su conjunto se materializa en prácticas de Responsabilidad Social cada vez más avanzadas y orientadas a las necesidades reales de una sociedad en continua transformación. El aporte del tejido empresarial español se está demostrando clave en el desarrollo del voluntariado, en la promoción de la integración laboral, la igualdad social y de género, y en la creación de redes de colaboración con entidades sin ánimo de lucro orientadas hacia objetivos de progreso y desarrollo.

Este esfuerzo en responsabilidad social de las compañías suscitó la necesidad de medir el impacto con rigor y facilitó la decisión de impulsar, desde la Fundación SERES con la colaboración de Deloitte, un Informe de Impacto Social de las empresas que este año alcanza su tercera edición.

Para Deloitte es una enorme satisfacción poder trabajar con la Fundación SERES y así consolidar, año tras año, un modelo de medición con indicadores objetivos, precisos y comparables. Sólo de esta forma las compañías podemos comprobar cómo es nuestra contribución a la sociedad, priorizar nuestros esfuerzos y, en definitiva, seguir construyendo una sociedad con oportunidades para todos.

Es para nosotros un orgullo presentar este III Informe de Impacto Social, un documento que recoge el gran esfuerzo que las compañías realizan para medir y mejorar su aportación a un proyecto que es de todos: la construcción de una sociedad más justa y equilibrada.

Empresas participantes



La valoración de parte de los indicadores del modelo de contribución ha sido posible gracias **a la participación de 77 empresas socias de Fundación SERES** que han aportado los resultados logrados a través de su actividad de RSE en 2015. Agradecemos la participación de los siguientes miembros:



GÓMEZ-ACEBO & POMBO



Gonvarri
Steel Industries

Popular

GRUPOCORTEFIEL



GRUPO
EULEN

quirónsalud

GRUPO SIRO
Cultivamos futuro

Grupo
VIPS



IBERIA

IBM

ILUNION

INDITEX



indra

ING



J.P.Morgan

Konecta



Da vida a tus ideas



Loterías y Apuestas
del Estado



ManpowerGroup



MARSH

CORRESPONSABLES
Fundación

MELIÀ
HOTELS
INTERNATIONAL



Calidad
Pascual

Pérez-Llorca

pwc



RED ELÉCTRICA DE ESPAÑA

Redyser
Transporte Urgente

santalucía
SEGUROS



Schindler

SEUR
dpdgroup

SUPRACAFÉ

Telefónica



URÍA MENÉNDEZ



WillisTowersWatson

ecoembes

Santander

GRUPO
INDUKERN

Fundación SERES, modelo de contribución

El modelo diseñado para evaluar la contribución de la RSE fue definido con la colaboración Deloitte. Su metodología, basada en el Global Impact Model, dio como resultado el diseño de un modelo de contribución socio-económica que permite evaluar la concordancia entre los objetivos de la RSE y los resultados asociados a la actividad de las empresas.

El modelo de contribuciones se estructura en torno a **cinco ámbitos capitales u ópticas de contribución**



Capital Humano

El eje central de la valoración está en el impacto de las actuaciones de RSE en la **persona**, como **beneficiario directo** de las iniciativas, en términos de atención de necesidades y desarrollo de capacidades y oportunidades.



Capital Organizacional

Evalúa la **transformación** que se está produciendo en las **organizaciones** desde el punto de vista de sus **prioridades**, sus **valores** y su liderazgo en la asunción de la RSE. Mide el potencial y compromiso que las empresas están asumiendo y el motor de cambio que esto supone en los modelos empresariales.



Capital Relacional

Permite evaluar los aspectos ligados a la construcción, desarrollo y **fomento de relaciones con múltiples agentes** en el marco de las actuaciones de RSE que **aporten valor** a las relaciones económicas, sociales e institucionales actuales, construyendo nuevos ecosistemas y contribuyendo a generar una sociedad más relacionada.



Capital Económico

Mide la **generación de riqueza de la RSE**, su contribución al PIB, el impacto en el empleo y los retornos fiscales asociados, así como el acceso a recursos de **financiación social**.



El Capital Social

Contempla la capacidad de transformación de la sociedad, centrándose en medir la mejora de las condiciones sociales de los colectivos destino y su reconocimiento social.

Principales resultados de la RSE en España 2015

14,9

Millones de beneficiarios directos por las actuaciones de RSE analizadas

82%

De las empresas integran en plantilla, propia o de empresas del grupo, personas con discapacidad

60%

De las empresas cuentan con un plan para extender las políticas de RSE a lo largo de la cadena de valor

Capital
Persona



Capital
Organizacional



7

De cada 10 empresas han contribuido a integrar laboralmente a colectivos desfavorecidos

57.371

Personas integradas laboralmente a 31 de diciembre de 2015

77

Empresas

1.182.000

Personas empleadas

119.547

Empleados participantes en proyectos de RSE

13,2%

De los empleados participan activamente en proyectos de RSE

10,7%

De ellos involucrados en proyectos de voluntariado

16.000

Colaboraciones con entidades sociales en programas de RSE

25%

Cuentan con más de 101 colaboradores en el marco de su actividad de RSE

741 millones

De euros invertidos en RSE en 2015

39.800.000

De euros de gasto en proveedores comerciales

8 de cada 10

Empresas analizan y comunican su contribución a la sociedad mediante memorias de RSE

Capital Relacional



Capital Económico



Capital Social



56 millones

De euros de financiación aportada por terceros

34%

De empresas han logrado atraer financiación de otros agentes

359 millones

De euros invertidos en proyectos desarrollados en España

8.634

Proyectos de RSE realizados en 2015

48%

De las empresas realizan proyectos de sensibilización y comunicación

1 de cada 5

Entidades con las que colaboran son extranjeras

Capital persona

Los 8.600 programas desarrollados en 2015 por las 77 empresas participantes han llegado a 30 millones de beneficiarios.

Los ámbitos de actuación de la RSE

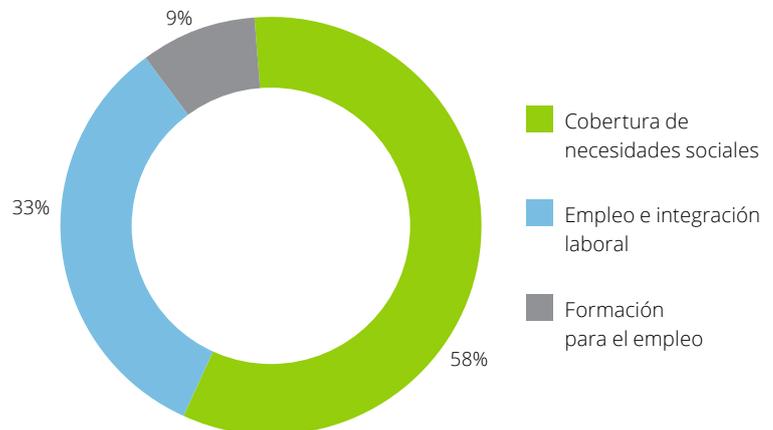
Bien de manera directa bien indirectamente, las personas son las principales destinatarias de los proyectos y actuaciones de responsabilidad social que han acometido las empresas participantes en este informe durante el año 2015.

Estos proyectos favorecen a menudo la cobertura de necesidades sociales en ámbitos básicos como la salud, la educación o la cooperación al desarrollo. De manera adicional, contribuyen a potenciar la empleabilidad de estos colectivos objetivo, tanto a través de la generación de oportunidades de empleo como a través del desarrollo de proyectos en el ámbito de la formación y la capacitación.

En 2015 las empresas participantes en el estudio realizaron conjuntamente más de 8.600 proyectos en diferentes ámbitos de actuación:

- El **58%** de los proyectos han sido realizados en el ámbito del **bienestar y la cobertura de necesidades sociales**. Concretamente, destacan los ámbitos de educación y salud, los cuales concentran de manera agregada, más de un 30% de los proyectos totales.
- El **42%** de los proyectos de RSE se han desarrollado entorno al **ámbito del empleo**. De este modo, un 33% se han orientado a la **generación de oportunidades de Empleo e integración laboral**, mientras que el 9% restante han sido acometidos en el ámbito de la **Formación para el empleo**.

Distribución de los proyectos de RSE en función del ámbito

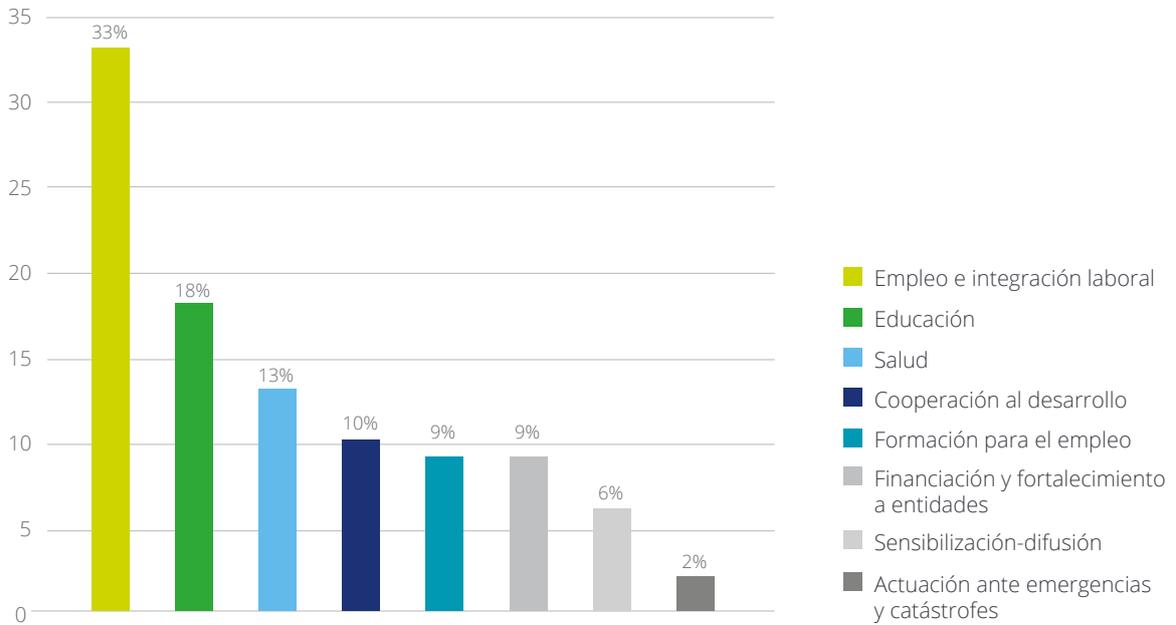


Atendiendo al **volumen**, destaca el importante peso de los proyectos realizados en el ámbito del **bienestar** y la cobertura de **necesidades sociales**, con más de **2.907¹** proyectos en este ámbito.

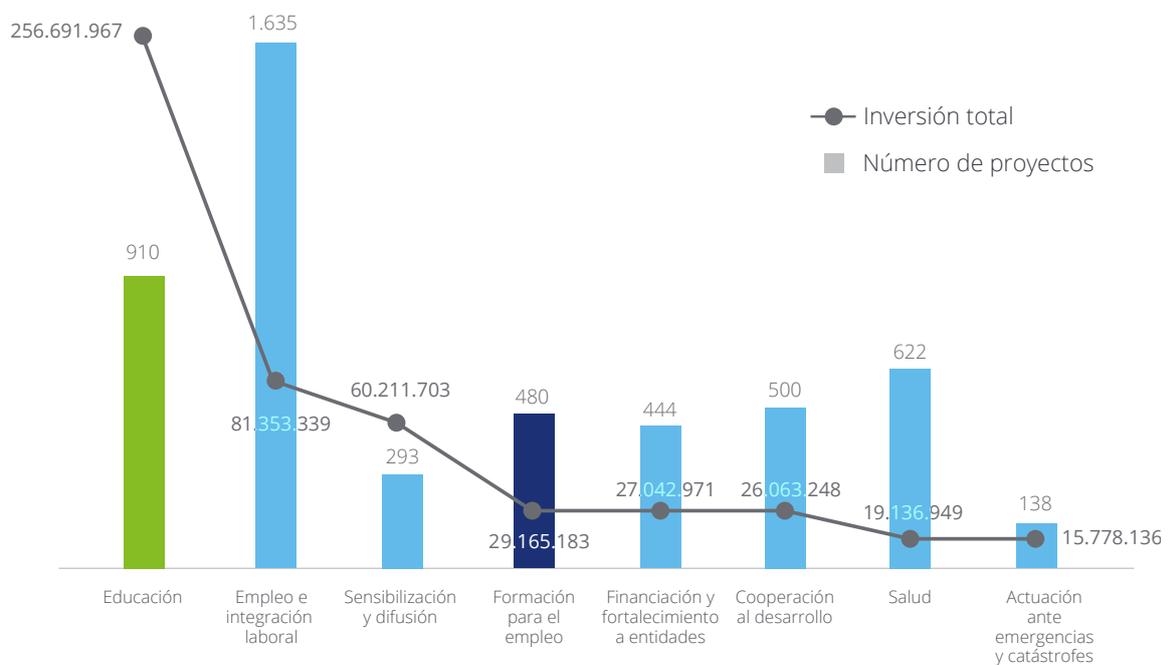
El análisis, según el **esfuerzo presupuestario**, pone de manifiesto la diferencia entre los proyectos en función del ámbito de actuación: destaca la inversión destinada a los proyectos acometidos en el ámbito de la educación, con una inversión **total de más de 256 millones de euros** registrada en 2015, seguida por proyectos de **Empleo e integración laboral**, con una inversión total asociada de más de **81 millones de euros**.

1. Desglose de proyectos en función del ámbito disponible para el 72% de las empresas participantes.

Detalle de la distribución de los proyectos de RSE en función del ámbito



Inversión total (euros) y número de proyectos según ámbito



Los beneficiarios de la RSE

Los colectivos a los que se dirigen los proyectos de RSE son numerosos y muy diversos entre sí. Como resultado se han identificado **29,6 millones de beneficiarios** de las actuaciones de RSE desarrolladas por las 77 empresas que han participado en el estudio, teniendo en cuenta tanto beneficiarios directos como indirectos².

En total las actuaciones de RSE acometidas han llegado a casi 15 millones de **beneficiarios directos**.

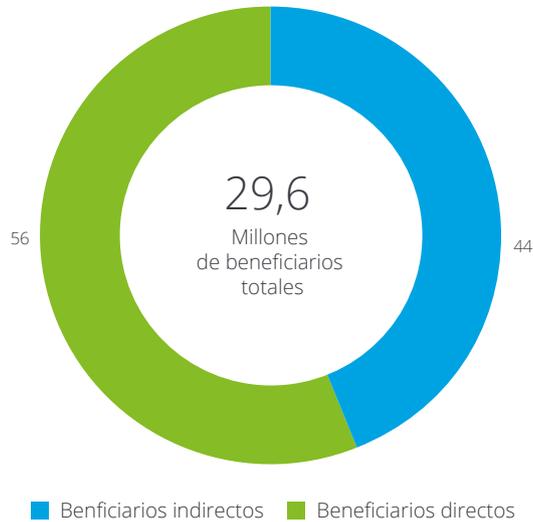
El análisis por colectivo muestra que los programas de RSE se dirigen a los **beneficiarios directos con distinta intensidad y alcance. Impulso de la sociedad e Infancia y juventud** agrupan el mayor volumen de beneficiarios (representan el 36% y 31% del total de beneficiarios, respectivamente). Destaca asimismo el colectivo de **Emprendedores y empresas**, agrupando más de un 10% de los beneficiarios directos totales.

Distribución de beneficiarios directos por colectivo

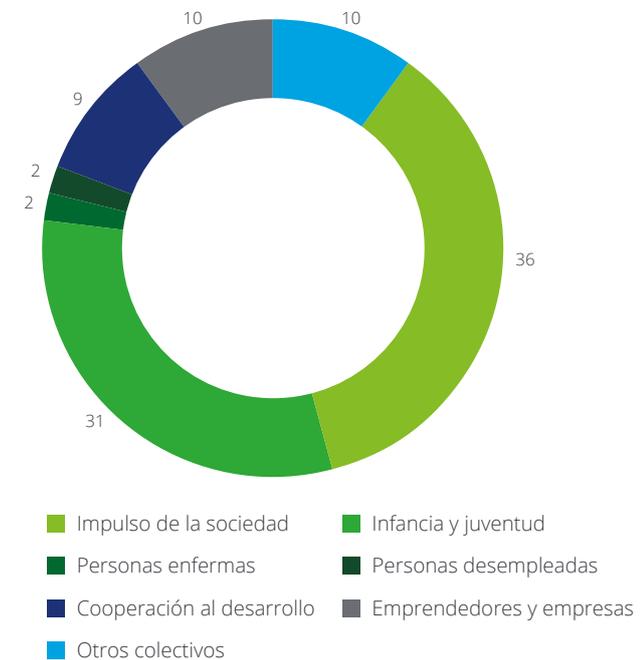
En el subgrupo de **Otros beneficiarios directos** destacan la **Población inmigrante y minorías étnicas** (agrupa al 45% de los beneficiarios de esta categoría), seguido del colectivo de **Personas en riesgo de exclusión social** (20%) y, en tercer lugar, **Mujer** (15%).

Atendiendo a la intensidad, destacan **Discapacidad** (considerado en la categoría Otros) e **Infancia y juventud** como colectivos target para **6 de cada 10** empresas analizadas.

Distribución de beneficiarios por tipología

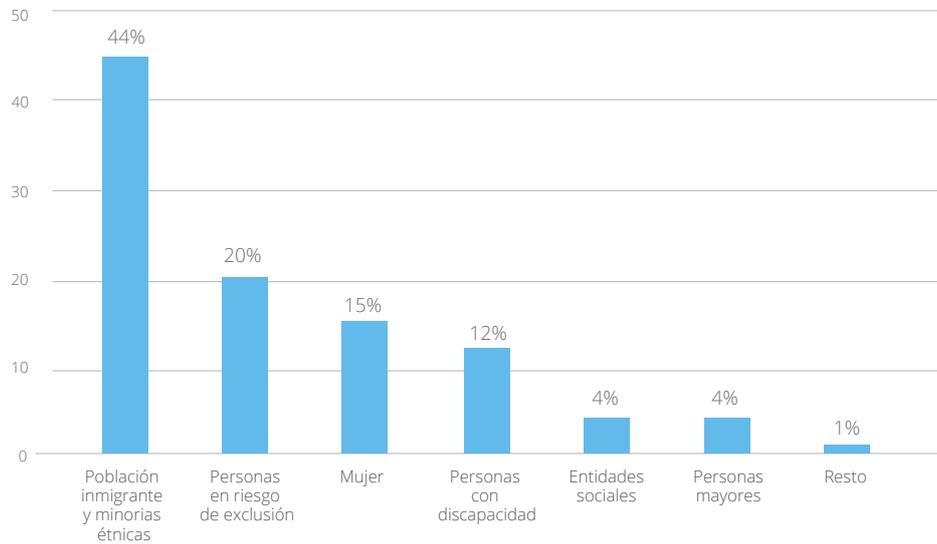


Distribución de beneficiarios directos por tipología colectivo

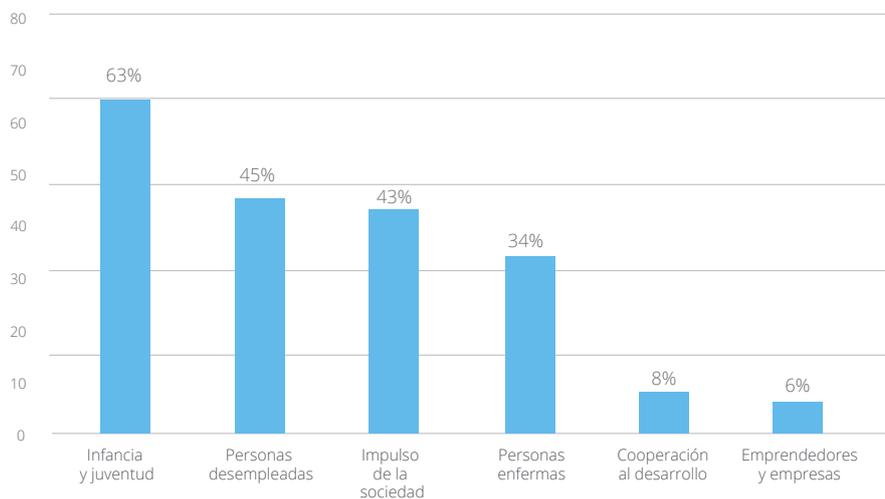


2. Los beneficiarios directos incluyen a los siguientes colectivos: Infancia y juventud, Mayores y dependientes, Personas desempleadas, Mujeres víctimas de violencia de género, Personas enfermas, Otros colectivos (población inmigrante, personas drogodependientes, etc.) y Entidades sociales. Los beneficiarios indirectos hacen referencia a los familiares y personas del entorno de los beneficiarios directos (vecinos, compañeros, etc.) así como los beneficiarios de las entidades sociales directamente favorecidas por proyectos de RSE.

**Análisis de otros beneficiarios directos
(distribución porcentual por colectivo beneficiario)**



Porcentaje de empresas orientadas a los distintos colectivos (intensidad)³



3. La intensidad hace referencia al volumen de empresas que han manifestado dirigirse a cada uno de los colectivos en relación al volumen total de empresas participantes en la encuesta.

Integración para el empleo

Las empresas participantes en el estudio han contribuido a integrar laboralmente a colectivos desfavorecidos, tanto en la propia empresa como en otras compañías:

- Con carácter general, el **65% de las empresas participantes en el estudio, han desarrollado proyectos cuya finalidad es el empleo y la integración laboral.**
- Específicamente, el **82% de las empresas integra en plantilla, bien propia o de empresas del grupo, a personas con discapacidad.**
- Igualmente, el **73% de las empresas, afirma adquirir bienes y / o servicios directamente a Centros Especiales de Empleo**

En términos agregados, **57.371 personas** pertenecientes a colectivos excluidos han sido integradas laboralmente en 2015, **26.005 de ellas en las propias empresas.** Un 14% de éstas, han sido incorporadas a las empresas durante el año 2015. En resumen, las personas integradas representan **el 5% de la plantilla** de las empresas analizadas (**2% en la propia empresa y el 3% restante en otras compañías**).

14,9

Millones de beneficiarios directos por las actuaciones de RSE analizadas

7

De cada 10 empresas han contribuido a integrar laboralmente a colectivos desfavorecidos

57.371

Personas integradas laboralmente a 31 de diciembre de 2015

82%

De las empresas integra en plantilla, bien propia o de empresas del grupo, a personas con discapacidad



Capital organizacional

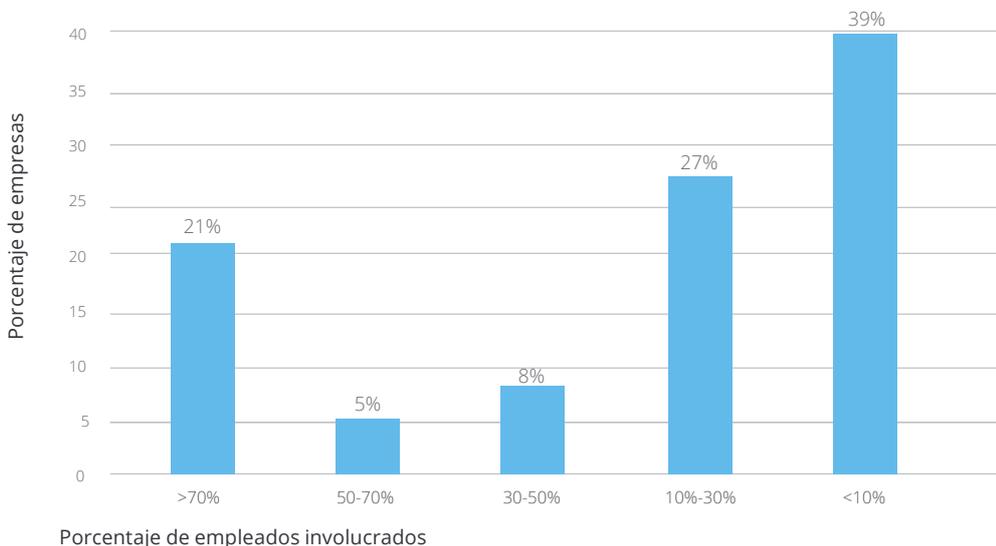
La apuesta por la RSE dentro de las empresas es clara, como demuestra que el 80% de las compañías participantes cuenta con programas de voluntariado.

Generación de conciencia social y compromiso

El impulso de la estrategia de RSE y la implementación de sus políticas tienen un impacto directo en las organizaciones y en las personas que las conforman. Destaca en particular el efecto en el grado de concienciación y compromiso que se logra generar entre los empleados. El análisis realizado muestra los siguientes resultados:

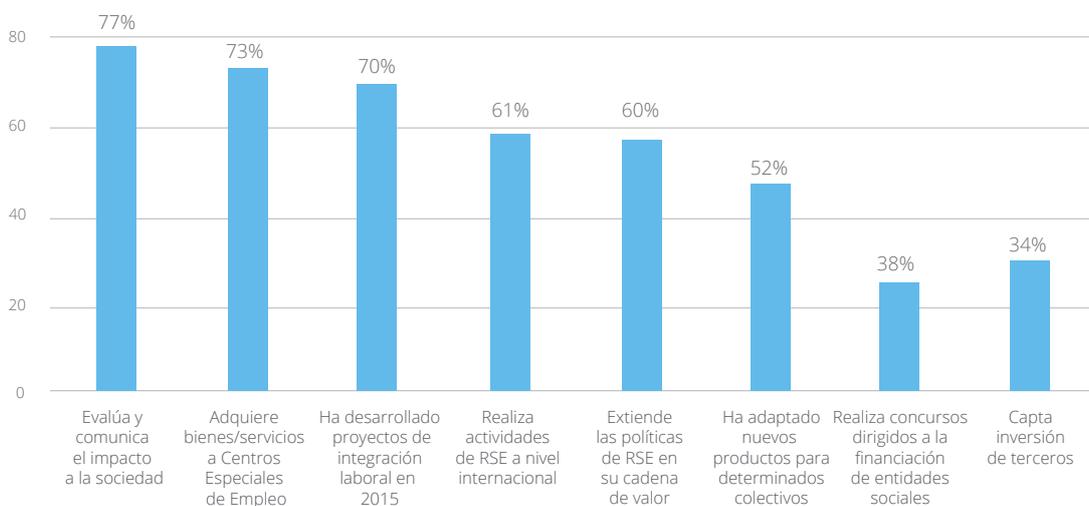
- El poder transformador de la RSE se debe en gran medida al alcance de las políticas y proyectos definidos. Las empresas participantes en el estudio cuentan con una plantilla agregada de **1.181.998** empleados que pueden verse influidos por las actividades y políticas de RSE gracias a los procedimientos de comunicación corporativa, contribuyendo a generar conciencia social.
- Como resultado, se constata una **alta participación de trabajadores** en el desarrollo de proyectos de RSE: **26%** de las empresas cuentan con más del **50%** de empleados involucrados en actividades de RSE.
- En 2015 más de **119.000⁴** empleados de las empresas analizadas **participaron** en programas de RSE.
- Desde las corporaciones se promueve un mayor compromiso mediante la organización de programas de **voluntariado corporativo**:
 - **8 de cada 10** empresas ofrecen internamente programas de voluntariado.
 - En 2015 más de **98.400** empleados participaron en actividades de voluntariado corporativo.

Distribución de empresas en función del porcentaje de empleados involucrados en RSE



4. Muestra disponible: 82% de las 68 empresas.

Porcentaje de empresas que han implementado las prácticas de RSE de ámbito externo

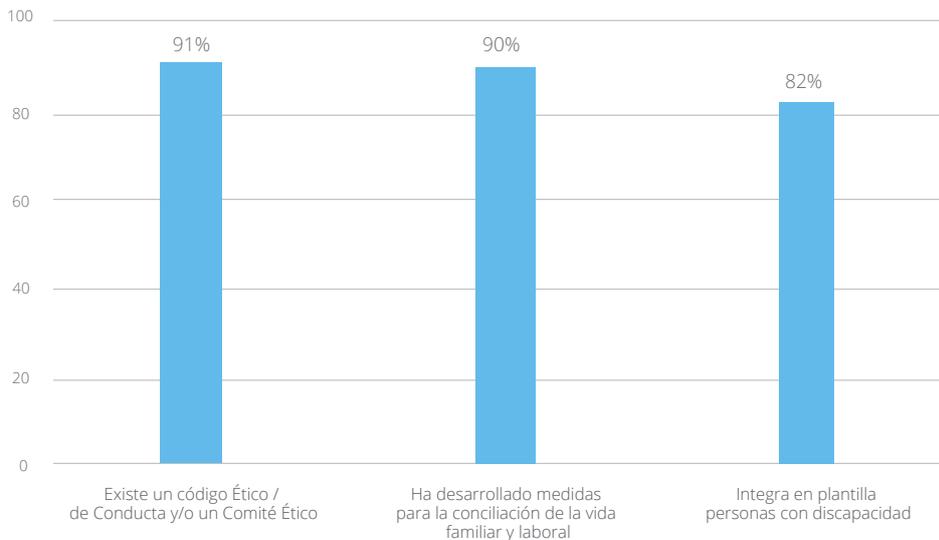


Prácticas de RSE

La definición de una estrategia corporativa de RSE precisa de una reflexión previa sobre el rol de la propia organización frente a la sociedad o la comunidad. Como tal, los programas de RSE se definen desde una doble perspectiva. Por un lado, atendiendo a la **contribución** de las organizaciones **externamente** (sociedad, clientes, proveedores, aliados), mediante la incorporación de las prácticas de RSE en los grupos de interés, en sus sistemas de gestión, en el modelo de relación con ellos e incluso en su capacidad de financiación:

- El **77%** de las empresas analizadas **evalúan y comunican su contribución** a la sociedad mediante sus prácticas de RSE. Este dato apunta una buena situación de partida por parte de las empresas encuestadas en relación a encontrarse preparadas para dar cumplimiento a las exigencias de la **Directiva 2014/95/EU** de información no financiera. Ésta, que comenzará a aplicarse el próximo 1 de enero de 2017, exigirá la obligatoriedad de comunicar información no financiera.
- El **70%** de las empresas analizadas han **desarrollado proyectos de integración laboral** para colectivos desfavorecidos.
- El **61%** de las empresas realiza actividades de RSE a nivel internacional.
- El **60%** de las compañías analizadas dispone de un **plan para extender las políticas de RSE** en su cadena de valor, lo cual resalta el compromiso de las empresas con esta labor.
- El **52%** de las compañías han **creado o adaptado sus productos /servicios** en el marco de la RSE para dar respuesta a las necesidades de colectivos específicos.
- El **38%** de las empresas realiza **convocatorias / concursos de proyectos sociales dirigidos a la financiación de entidades sociales**.
- El **34%** de las empresas **capta inversión de terceros** para desarrollar proyectos de RSE cofinanciados en colaboración.

Porcentaje de empresas que han implementado las prácticas de RSE de ámbito interno



En lo que se refiere a las prácticas de RSE desde una **perspectiva interna** (ética empresarial, beneficios sociales para los trabajadores – conciliación, cobertura médica, etc.), y destacan:

- El **91%** de las empresas participantes cuentan con un **código ético** o de conducta y/o un Comité para velar por su correcto cumplimiento.
- El **90%** de las empresas han implementado medidas para la conciliación de la vida familiar y laboral.

Por último, cabe destacar que más de **4 de cada 10 empresas han implementado** las prácticas de RSE más destacadas a nivel interno y externo (código ético, medidas de conciliación, comunicación de resultados RSE y creación de productos /servicios para colectivos RSE), manteniéndose así la tendencia identificada a lo largo de los últimos años.

Adicionalmente, un 13% de las empresas participantes en el estudio afirma aplicar las 11 prácticas de RSE analizadas en el estudio.

79%

De las empresas promueven el voluntariado corporativo

60%

De las empresas tiene a su disposición un plan para extender sus políticas de RSE a lo largo de la cadena de valor





77

Empresas

1.182.000

Personas empleadas

119.547

Empleados participantes
en proyectos de RSE

13,2%

De los empleados
participan activamente
en proyectos de RSE

13%

De las empresas participantes
en el estudio afirma aplicar
las 11 prácticas de RSE
analizadas en el estudio

10,7%

De los empleados
están involucrados
en proyectos de
voluntariado

Capital relacional

El 34 % de las empresas consigue financiación complementaria para sus proyectos de RSE, hasta alcanzar los 56 millones de euros.

En el marco de las actuaciones de RSE se construyen, desarrollan y fomentan relaciones con múltiples agentes, de diversos ámbitos (tejido asociativo, instituciones nacionales e internacionales, múltiples sectores de actividad, etc.). La construcción y afianzamiento de estas relaciones contribuyen a su vez a generar un entorno socioeconómico más cohesionado.

Generación de una red de colaboración

Los proyectos de RSE acometidos por las empresas participantes han generado **más de 16.700 colaboraciones con entidades sociales** en 2015. Un 78% de ellas corresponden a **alianzas con entidades** radicadas en España de manera que **más de 1 de cada 5 entidades con las que colaboran son extranjeras**.

El análisis por rangos muestra que el **41%** de las empresas analizadas colaboran con **menos de 20 entidades**, si bien destaca que **1 de cada 4 compañías, cuentan con más de 101 colaboradores** en el marco de su actividad de RSE.

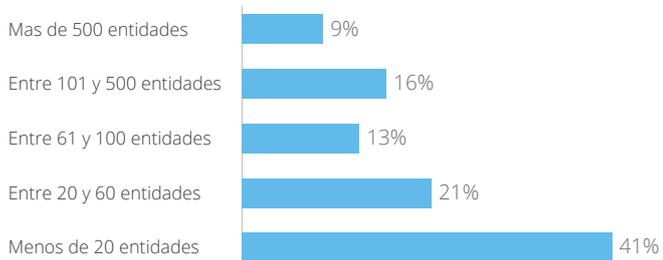
Las empresas han colaborado, **de media, con 240 entidades** en el marco de sus programas de RSE 2015.

Atracción de inversión

La construcción de redes de relación permite también involucrar a los agentes del ecosistema que se va creando y fortaleciendo en la propia financiación de las actividades de RSE a desarrollar. En términos de captación de inversión ajena, los resultados para 2015 indican que:

- El 34% de las empresas participantes **capta inversión de terceros** con el objetivo de desarrollar proyectos de RSE cofinanciados en colaboración.

Distribución de empresas en función del número de entidades colaboradoras en los programas RSE



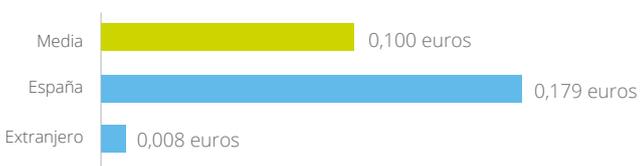
- Por cada 1 euro de gasto en RSE realizado por las propias empresas en 2015, se ha logrado **captar un 10% de inversión adicional** aportada por otros agentes (Administración Pública, entidades colaboradoras, etc.).

En conjunto, las empresas participantes han logrado captar **56,3 millones de euros de inversión ajena**⁵ para acometer proyectos de RSE.

Atendiendo al ámbito geográfico de los proyectos, la capacidad de atracción del gasto es mayor en los proyectos de ámbito nacional, siendo **22 veces superior**.

Tal y como se puede apreciar, por cada 1 euro de inversión propia de las empresas en España, se ha conseguido captar 0,179 euros de inversión proveniente de otros agentes.

Ratio de atracción de gasto por cada 1 euro de inversión propia en RSE



5. Distribución de la inversión disponible para el 77% de la muestra.



56 millones

De euros de financiación aportada por terceros para los proyectos de RSE

16.000

Colaboraciones con entidades sociales en programas de RSE

1 de cada 5

Entidades con las que colaboran son extranjeras

25%

Cuentan con más de 101 colaboradores en el marco de su actividad de RSE

34%

De las empresas analizadas han logrado atraer financiación de otros agentes

Capital económico

Durante 2015 se invirtieron 359 millones de euros en proyectos desarrollados en España.

Compromiso con la RSE

En 2015, las empresas e instituciones participantes han invertido más de 741 millones de euros⁶ en sus actuaciones de RSE.

Atendiendo a la inversión media por proyecto, un 13% de las empresas dedica más de 100.000 euros a cada uno de los proyectos que acometen en el ámbito de la RSE.

Tracción económica del territorio

El gasto vinculado a los proyectos de RSE genera a su vez riqueza en el país o región en el que se desarrollan dichos proyectos. El **64% de la inversión en RSE** se ha concentrado en España, en tanto que el 36% restante se ha destinado a proyectos internacionales.

La perspectiva internacional de la RSE desarrollada por las empresas participantes en el estudio es así mismo relevante: **un 61% de las empresas** afirma realizar actividades de responsabilidad social corporativa a nivel internacional.

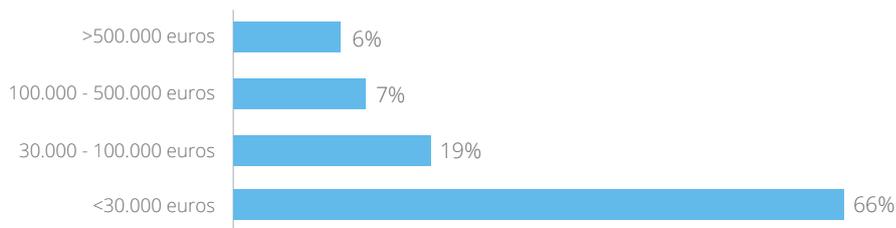
Además del gasto en RSE, la dinamización económica se ve amplificada por el gasto que realizan estas compañías en el marco de su actividad empresarial. En 2015, el **gasto en proveedores nacionales** ha superado los **39.800 millones de euros**⁷.

Mantenimiento y creación de empleo directo

La tracción económica generada por las empresas consultadas va más allá del gasto realizado en programas de RSE y proveedores del territorio nacional. El empleo directo que generan supone un gasto total de **43.120 millones de euros**⁸ en **Sueldos y Salarios**, un gasto que a su vez incrementa la tracción económica gracias al consumo que realizan los hogares.

En 2015, las empresas participantes han empleado a **1.181.998 personas**.

Distribución de empresas en función de la inversión



6. Información disponible para el 83% de las 77 empresas participantes.

7. Información disponible para el 61% de las 77 empresas participantes.

8. Información disponible para el 62% de las 77 empresas participantes.





741

Millones de euros
invertidos en RSE
en 2015

359

Millones de euros invertidos
en proyectos desarrollados
en España

Capital social

De los 8.634 proyectos realizados un 41% tuvieron como objetivo colectivos desfavorecidos, destacando los programas de sensibilización.

La contribución de los proyectos de RSE a la consecución de una sociedad mejor, más justa y equilibrada, con mayor calidad de vida, se concreta en la **intensidad de la actividad RSE**, la aportación a la **sensibilización social**, la **difusión de buenas prácticas** y la **extensión de la cultura de Responsabilidad Social**.

Intensidad de los programas de RSE

El **esfuerzo realizado por las empresas en su actividad de RSE** queda patente por el volumen de proyectos desarrollados: las 77 empresas analizadas han acometido conjuntamente más de **8.600 proyectos** durante 2015.

Difusión y sensibilización en materia de RSE

Entre los programas de RSE destacan aquellos orientados a la **sensibilización de la sociedad** y la difusión de buenas prácticas.

En 2015, un **32% de las empresas** consultadas han realizado programas de RSE específicos cuya finalidad era comunicar y sensibilizar a la población. En total, se han identificado **293 proyectos** de este tipo, a los que se ha destinado una **financiación media de 2,5 millones de euros**.

Este esfuerzo de difusión se amplía gracias a las actuaciones de **comunicación corporativa** acometidas por las empresas: **8 de cada 10 de ellas evalúan y comunican su contribución a la sociedad** mediante memorias de RSE.

De manera adicional, un **60 % de las empresas** tiene a su disposición un **plan para extender sus políticas de RSE a lo largo de su cadena de valor**. Esto demuestra que su compromiso trasciende la mera difusión, buscando involucrar de manera activa a los agentes con los que se relaciona en su cadena de valor.

Reconocimiento de buenas prácticas y difusión. SERES

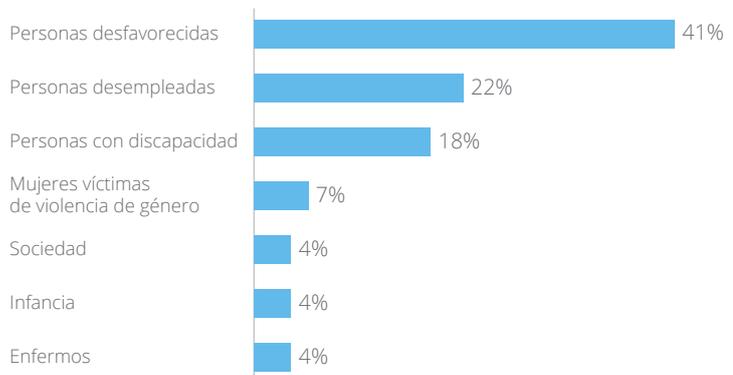
La Fundación SERES también realiza importantes esfuerzos por extender la cultura de RSE y reconocer iniciativas innovadoras en este ámbito.

Anualmente convoca los **Premios SERES a la Innovación y Compromiso Social** de la empresa. Este evento busca **incentivar y reconocer públicamente** aquellas actuaciones estratégicas e innovadoras que aportan valor a la sociedad y a la empresa.

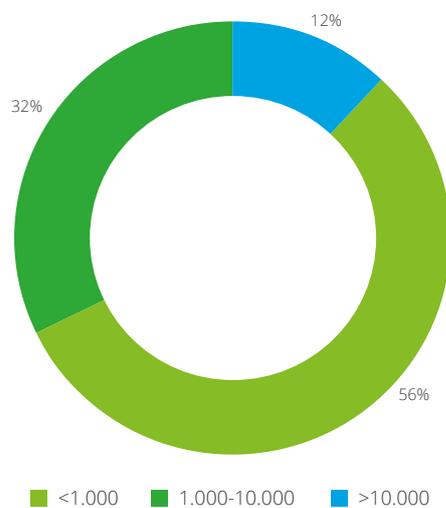
A lo largo de las 7 ediciones, SERES ha premiado un total de **27 actuaciones empresariales**, de las cuales:

- 5 han sido realizadas por **pyme**.
- 21 han centrado su impacto en **España** y 6 en países en desarrollo.

Distribución de las iniciativas empresariales premiadas por la Fundación SERES en función del colectivo beneficiario



Distribución de la muestra por tramos de facturación (millones de euros)



Los colectivos beneficiados por las distintas candidaturas ganadoras se distribuyen de acuerdo al gráfico adjunto, destacando en particular las personas desfavorecidas.

El formato en el que se han desarrollado las actuaciones ganadoras ha sido principalmente la **creación o adaptación de productos** para colectivos target de la RSE (39%).

Adicionalmente, durante el año 2015, Fundación SERES ha organizado **28 jornadas, mesas de debate y talleres** a las que han asistido **1.175 líderes** de organizaciones y empresas, y que han generado **443 impactos** en medios de comunicación.

Por otra parte, cabe destacar la actividad de difusión y comunicación que realiza la Fundación SERES a través de las redes sociales. Concretamente, cuenta con más de **3.770 seguidores en Twitter** (durante 2015) así como con 2.288 usuarios conectados a su página web.

77

Empresas

8.634

proyectos de RSE realizados en 2015

48%

de las empresas consultadas realizan proyectos de RSE en el ámbito de la sensibilización y comunicación

293

proyectos de RSE orientados a la sensibilización y comunicación realizados en 2015

8 de cada 10

empresas analizadas evalúan y comunican su contribución a la sociedad mediante memorias de RSE

Metodología



Definición del modelo de contribución

Proceso de reflexión con Fundación SERES



Trabajo de campo

Proceso de encuestación a una muestra de 77 empresas SERES + Memorias de actividad



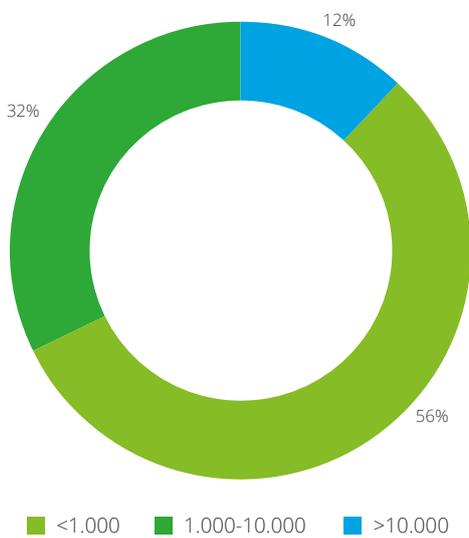
Análisis de resultados

Explotación y valoración del Modelo (50 indicadores valorados)

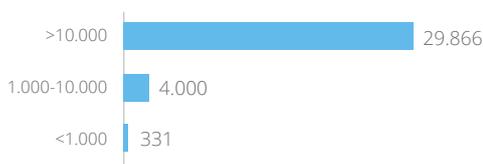
Ópticas de contribución	Ejes de contribución	Modelo definido
Capital persona	Atención y cobertura de necesidades sociales y desarrollo de capacidades en las personas	5 Capitales
Capital Organizacional	Reflexión ética sobre la concepción de la organización respecto a la RSE	
	Generación de conciencia social y el compromiso de las empresas	
	Impulso y desarrollo de determinados valores globales en diferentes procesos de las empresas, alineados con el enfoque de RSE	
Capital Relacional	Incremento de la competitividad empresarial	16 Ejes de contribución
	Generación de alianzas y nuevas relaciones, más allá del entorno puramente económico	
Capital Económico	Capacidad de atracción e involucración de agentes para el desarrollo de proyectos	138 Indicadores definidos
	Evaluación del impacto económico (PIB y mantenimiento de empleo)	
	Valoración económica de la aportación en especie/intangible	
	Desarrollo de nuevos flujos y/o fuentes de financiación	
Capital Social	Aportación de la RSE al propio negocio de las empresas	72 Indicadores prioritarios
	Generación de recursos por reducción de costes y/o ingresos vía fiscales	
	Sensibilización social y medioambiental, difusión de buenas practicas y extensión de la cultura RSE	
Capital Social	Mejora del reconocimiento social de colectivos en riesgo de exclusión / desfavorecidos	50 Indicadores valorados
	Impulso y dinamización del Tercer Sector mediante la colaboración y apoyo al trabajo y los proyectos	
	Desarrollo de proyectos que suponen una nueva forma de dar soluciones a problemas sociales; mayor capacidad transformadora y de contribución socio-económica	

Nota Metodológica

Distribución de la muestra por tramos de facturación (millones de euros)



Facturación media en cada tramo (millones de euros)



77 Empresas analizadas

65%

de los miembros de la Fundación

4.072 millones

De euros de facturación media. Datos correspondientes al ejercicio 2015

15.972

Empleados de media

26%

del PIB 2015 en España, volumen equivalente a su facturación agregada

7,7% Grado de error

95% Nivel de confianza



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.

Deloitte presta servicios de auditoría, consultoría, asesoramiento financiero, gestión del riesgo, tributación y otros servicios relacionados, a clientes públicos y privados en un amplio número de sectores. Con una red de firmas miembro interconectadas a escala global que se extiende por más de 150 países y territorios, Deloitte aporta las mejores capacidades y un servicio de máxima calidad a sus clientes, ofreciéndoles la ayuda que necesitan para abordar los complejos desafíos a los que se enfrentan. Los más de 225.000 profesionales de Deloitte han asumido el compromiso de crear un verdadero impacto.

Esta publicación contiene exclusivamente información de carácter general, y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro o entidades asociadas (conjuntamente, la "Red Deloitte"), pretenden, por medio de esta publicación, prestar un servicio o asesoramiento profesional. Antes de tomar cualquier decisión o adoptar cualquier medida que pueda afectar a su situación financiera o a su negocio, debe consultar con un asesor profesional cualificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte será responsable de las pérdidas sufridas por cualquier persona que actúe basándose en esta publicación.

© 2016 Para más información, póngase en contacto con Deloitte, S.L.

Diseñado y producido por el Dpto. de Comunicación, Marca y Desarrollo de Negocio, Madrid.