

LabS
IMPACTO SOCIAL



LabS Impacto Social: vulnerabilidad e innovación social para la inclusión

27 de abril 2023

CONCLUSIONES Y APRENDIZAJES CLAVE

AGENDA

10:30 - 10:35	Bienvenida y presentación
10:35 - 10:45	Tendencias sociales en vulnerabilidad Asun Cano Escoriaza, Social Impact Project Manager en Fundación SERES
10:45 - 11:00	Regulación en torno a vulnerabilidad Jorge Masía, counsel del área de Competencia y Litigación de Pérez-Llorca
11:00 - 11:30	Mesa de buenas prácticas Trinidad Dávila, responsable de Sostenibilidad en Dia España Ester Modino, responsable de Acción Social y Comunicación Externa en Leroy Merlin España Eva Delgado, directora de RRHH en Pérez-Llorca Moderada por Cristina Aliaga, Directora del Área de Empresas en Fundación SERES
11:30 - 11:35	Conclusiones y próximos pasos
11:35 - 12:00	Café de <i>networking</i>

RESUMEN DE LA SESIÓN

El concepto de vulnerabilidad es dinámico; hace referencia a factores de riesgo que pueden impedir que una persona mantenga o mejore su bienestar.

Se relaciona con fragilidad; con la posibilidad de sufrir daño físico o moral. Los colectivos más potencialmente vulnerables son los menores, las mujeres y las personas mayores.

La vulnerabilidad está vinculada al grado de preparación de una persona, familia, comunidad o país para enfrentar situaciones adversas, teniendo en cuenta los medios con los que cuenta, así como la situación social, política, económica y cultural.

El indicador AROPE para la población residente en España se sitúa actualmente en el 26 %. El 7,7 % de la población en España está en situación de carencia material y social severa. Han empeorado especialmente las situaciones relacionadas con mantenimiento de la temperatura adecuada en el hogar y retrasos en el pago de gastos relacionados con la vivienda principal o compras a plazos en el último año.

Por su parte, Jorge Masía, de Pérez-Llorca, expuso el concepto de consumidor vulnerable de acuerdo al art. 3 de la Ley 4/2022, haciendo referencia a las personas físicas que -de forma individual o colectiva-, por sus características, necesidades o circunstancias personales, económicas, educativas o sociales, se encuentran en especial situación de subordinación, indefensión o desprotección, lo que les impide el ejercicio de sus derechos como personas consumidoras en condiciones de igualdad.

Las prácticas comerciales que incurran en infracciones de competencia están fuertemente castigadas conforme a la Ley de Defensa de la Competencia, dando una protección singular a los consumidores que sufran daños.

El Anteproyecto de Ley de acciones de representación para la protección de los intereses colectivos de los consumidores (Directiva UE 2020/1828), aportará una mayor protección a los consumidores, permitiendo las demandas mediante la creación de entidades habilitadas europeas. Estas entidades podrán reclamar daños y perjuicios sufridos ante la vulneración de los derechos de los consumidores, y ello podrá tener lugar en cualquier estado miembro de la Unión Europea.

En la mesa redonda de buenas prácticas, Ester Modino de [Leroy Merlin](#) nos compartió como tratan de generar empleo estable y de calidad para colectivos vulnerables desde los productos que ofrecen a sus consumidores, acompañado de formación y capacitación.

Por su parte, Trinidad Dávila de [Grupo Día](#), nos trasladó sus principales metas en relación a accesibilidad socioeconómica y geográfica a la alimentación, así como diversidad e inclusión, tanto en género como socioeconómica, para superar la vulnerabilidad. Para ello, promueven la educación en hábitos saludables y

fomentan las redes de apoyo para compartir experiencias entre consumidores.

Desde [Pérez-Llorca](#) nos transmitieron su compromiso con la creación de empleo estable y de calidad, solo a través de contrataciones indefinidas. Entre los retos se encuentra el colectivo senior, a los que prestan apoyo y acompañamiento para facilitarles la accesibilidad a recursos públicos.

LECCIONES APRENDIDAS

El acercamiento a través del voluntariado corporativo, mapear periódicamente a los colectivos vulnerables en la cadena de valor, tener presente la vulnerabilidad desde el diseño, cooperación y alianzas; son algunas de las propuestas para seguir avanzando en la inclusión de colectivos vulnerables, lo que fomenta la creatividad y la innovación social.

Las empresas tienen, entre otras, las siguientes obligaciones frente a las personas y consumidores vulnerables, en sus relaciones comerciales y mercantiles:

- Lenguaje claro
- Confidencialidad
- Evitar conflictos de interés
- Evitar prácticas comerciales desleales

Resulta recomendable que frente a las personas y consumidores vulnerables se construya una cultura de concienciación y sensibilización hacia dentro y hacia fuera (RSC y ESG; políticas internas, gobierno corporativo y programas de cumplimiento).

Las empresas pueden poner en marcha acciones para sus grupos de interés que conviertan su vulnerabilidad en una situación temporal y superable gracias a la capacitación, apoyo y acompañamiento, lo que redundará positivamente en la satisfacción de los *stakeholders* con los productos y servicios que ofrecen.

PRÓXIMOS PASOS

La próxima sesión del LabS de impacto social tendrá lugar en el último cuatrimestre 2023. Hasta entonces, estamos muy abiertos a acompañaros en vuestros retos sociales, así como a la recepción de sugerencias sobre posibles temáticas a abordar, vinculadas a innovación social, tendencias sociales, regulación social, medición, colaboración, grupos de interés y materialidad, para la optimización de impacto social.

En los próximos meses anunciaremos la próxima línea de trabajo del LabS. ¡Os esperamos!

EMPRESAS PARTICIPANTES

