

PREMIOS SERES 2023

a la Innovación y Compromiso Social de la Empresa

GANADORES

14ª Edición

seres
fundación sociedad
y empresa responsable

En un mundo en constante transformación, también cambian las realidades sociales y los problemas que se generan. Las cuestiones sociales son altamente diversas, y seguramente sea ésta una de las razones por las que es tan difícil medir el impacto social de las empresas. Varían no sólo en función del espacio (de la industria, de la ubicación geográfica, del contexto cultural o económico) sino también en función del tiempo. Surgen problemas nuevos; otros, en cambio, perduran a lo largo del tiempo, pero adquieren matices nuevos según los momentos.

Los Premios SERES 2023 son un buen reflejo de esta variedad. Por una parte, reconocen la importancia de un derecho fundamental, que de forma continuada aparece entre las cuestiones que más nos preocupan como ciudadanos: la vivienda. Han recibido el reconocimiento del jurado dos iniciativas que dan respuesta a esta cuestión de forma creativa, y que ilustran también cómo un mismo problema se puede abordar de maneras diversas.

Por otra parte, un fenómeno nuevo -como es la digitalización- también plantea problemas y respuestas que hay que afrontar. Los otros dos premios de esta edición presentan las dos caras de cómo la digitalización puede mejorar la vida de las personas: en un caso, la digitalización ayuda a la formación y a la inclusión laboral; en otro caso, la digitalización puede suponer una barrera y hay que tomar medidas para evitar la brecha digital.

En todos los casos, estas iniciativas buscan tener un impacto positivo en colectivos especialmente sensibles, que corren -en algunos casos- el riesgo de la exclusión social: personas mayores, personas sin hogar, familias vulnerables, personas que buscan una mayor empleabilidad. En estos tiempos desafiantes es crucial destacar que las empresas pueden ser catalizadoras de un cambio social positivo, demostrando que el éxito empresarial y la mejora de la sociedad no sólo son compatibles, sino también interdependientes.

¡Que estos premios sirvan para reconocer a quienes lideran el camino hacia una sociedad más próspera y sostenible, y que sean fuente de inspiración para avanzar hacia un futuro más brillante y equitativo para todos!

JOAN FONTRONA

Profesor de Ética Empresarial

Titular de la Cátedra CaixaBank de Sostenibilidad e Impacto Social

IESE Business School

42

MÁLAGA
Fundación Telefónica

Fundación
Telefónica



Ayuntamiento
de Málaga

Junta

Colabora:



Diputación
de Málaga



CAMPUS 42

FUNDACIÓN TELEFÓNICA

CAMPUS 42

FUNDACIÓN TELEFÓNICA



ACTIVIDAD

Trabajamos para hacer nuestro mundo más humano impulsando un desarrollo digital inclusivo.



VALORES

Somos inclusivos, abiertos, retadores y confiables.



MISIÓN

Contribuimos a cambiar la vida de las personas mejorando su empleabilidad, reduciendo la brecha educativa y haciendo frente a la nueva vulnerabilidad social y digital.



VISIÓN

Creemos en una sociedad digital, abierta, conectada, inclusiva y humanista y en la tecnología como un recurso para sumar, mejorar y romper con las desigualdades.

BREVE DESCRIPCIÓN

La revolución digital ha provocado profundos cambios, especialmente en el mercado laboral. A mediados del año 2022, DigitalES cifró en 124.400 las vacantes sin cubrir en el sector tecnológico.

Conscientes de esa situación, desde 1998 Fundación Telefónica promueve **proyectos con alma digital** para lograr una sociedad más justa e inclusiva. En la creencia de que la digitalización es la herramienta clave para avanzar hacia ese futuro juntos, busca impulsar el **desarrollo digital inclusivo** de toda la sociedad y dotar a las personas de las habilidades digitales necesarias para desplegar todo su potencial. A través de soluciones innovadoras, trabaja para dar respuesta a tres grandes retos sociales: la empleabilidad, la educación y la vulnerabilidad social y digital.

42 Madrid es mucho más que un campus de programación. Es una academia de valores, de actitud y de aprendizaje de *hard* y *soft skills*. En los cuatro campus gratuitos de programación que Fundación Telefónica ha puesto en marcha en España, cualquier persona mayor de 18 años puede formarse en los perfiles más demandados en el mercado laboral. El proceso para formarse es el siguiente:

1. Inscribirse en la web y realizar unos test online.
2. Varias veces al año se abren las "piscinas": periodos formativos intensivos de 26 días en los que los candidatos trabajan con el modelo de 42. Los que superen la piscina se convierten en estudiantes de 42.
3. Los estudiantes pueden permanecer en 42, gestionando su aprendizaje. Único requisito: que progrese su formación.

COLECTIVO

Cualquier persona mayor de 18 años que quiera mejorar su empleabilidad.

FECHA DE INICIO

2019

42 es un modelo de aprendizaje innovador en programación: sin clases, sin libros, sin límite de edad, abierto 24/7 y gratuito que Fundación Telefónica ha puesto en marcha en cuatro campus en España (Madrid, Urdúliz, Barcelona, Málaga).

DATOS

22.207

registros en web en 2022, 77.978 acumulados.

17

piscinas realizadas en 2022, 40 acumuladas.

2.798

candidatos en una piscina en 2022, 6.191 acumulados.

1.701

estudiantes activos (tras superar el periodo de piscina) en 2022, 2.676 acumulados.

796

eventos en 2022, 1.701 acumulados.



CARÁCTER ESTRATÉGICO

- Firme compromiso con la inclusión digital.
- Impulsa proyectos que contribuyan a mejorar la empleabilidad, con especial foco en perfiles digitales, buscando la inclusión social y digital.

ASPECTOS INNOVADORES

- Mucho más que un campus de programación, nueva manera de entender el aprendizaje, el estudiante está en el centro del proceso. Sin libros, ni profesores, modelo formativo disruptivo que rompe esquemas y paradigmas.
- Metodología basada en la gamificación, filosofía centrada en "aprender a aprender" y un espacio que fomenta la creatividad, el esfuerzo, la superación y el trabajo en equipo

VALOR EMPRESARIAL

- Fundación Telefónica canaliza la acción social del grupo Telefónica.
- Puesta en práctica de nuestras líneas de acción, se convierte en un transmisor de esos valores. Los 4 campus son constantes escenarios de visitas (empresas, AAPP, centros docentes).
- Presencia en foros de educación, transformación digital y empleabilidad aportando beneficio reputacional.

VALOR SOCIAL

- Estudiante no paga por su formación.
- Fomenta el trabajo en equipo: la tolerancia a la frustración, el autoemprendimiento, el conocimiento compartido son elementos fundamentales.
- Cada estudiante lidera su proceso formativo, eligiendo qué quiere estudiar y a qué ritmo.



PROGRAMA COMPROMISO SENIOR

CAIXABANK

PROGRAMA COMPROMISO SENIOR

CAIXABANK



ACTIVIDAD

Grupo financiero con un modelo de banca universal socialmente responsable con visión a largo plazo.



VALORES

Calidad, confianza y compromiso social.



MISIÓN

Contribuir al bienestar financiero de nuestros clientes y al progreso de toda la sociedad.



VISIÓN

Ser un grupo financiero líder e innovador, con el mejor servicio y referente en sostenibilidad.

BREVE DESCRIPCIÓN

En España hay 9 millones de mayores de 65 años (19% de la población).

La entidad cuenta con más de 4 millones de clientes de más de 65 años y es líder en penetración: cuota del 44% y una cuota del 34,2% de pensiones domiciliadas.

Compromiso con la atención a mayores, como segmento de negocio de valor para el banco.

CARÁCTER ESTRATÉGICO

Primera entidad de España en crear un especialista en atención a personas mayores en oficinas bancarias.

ASPECTOS INNOVADORES

- Refuerza la atención especializada y personal en oficinas: figura del gestor sénior (1.620 profesionales en septiembre 2023) con formación en gerontología, para acompañar al cliente en su día a día.
- Plan para que los cajeros puedan operar con libreta. 100% (11.608) se han adaptado y 900 nuevos.
- Operativa con cajero: opción menú simplificado 'CaixaFácil'. Acceso directo a la operación más habitual del cliente, tipografía mayor y diseño adaptados.
- Refuerza los canales remotos de atención al cliente sénior (por ejemplo, teléfono único para la atención por gestores sénior con más de 438.000 llamadas realizadas por casi 161.000 clientes en 2022).
- Sesiones formativas presenciales para personas mayores sobre operativa y aspectos financieros (3.000 sesiones en 2022).

Refuerzo al compromiso de atención a personas mayores.

FECHA DE INICIO

2019

DATOS

Primera entidad certificada por AENOR como compañía comprometida con las personas mayores.

26.443 MM€

volumen en rentas vitalicias

133.000 clientes

número de clientes My Box Protección Sénior

50 MM€

inversión comprometida en medidas de atención al colectivo sénior

4 días

número de visitas a la oficina por cliente sénior (promedio anual)

3.000 sesiones

formativas presenciales. 1 5.105 senior inscritos, valoración del 9,68 sobre 10

COLECTIVO

Personas mayores.

VALOR EMPRESARIAL

- Compromiso que se basa en las necesidades financieras y no financieras específicas del colectivo, es transversal y aplicable a todos los canales de relación con el cliente, así como en todos los territorios en los que opera.
- Aporta confianza a los clientes, refuerza la relación y genera arrastre para otras organizaciones.

VALOR SOCIAL

Inclusión financiera mediante asesoramiento personalizado, ofrece soluciones, como:

- Microcréditos de hasta 25.000 € para mayores de 60 años con rentas anuales netas inferiores a 17.200 € para la mejora de la salud y bienestar.
- MyBox Salud Seniors: con cobertura en asistencia sanitaria y dental, asesor personal para ayudar y guiar en la gestión de la póliza.
- MyBox Protección Senior: protección 24/365 dentro y fuera del hogar, telefarmacia, orientación médica o llamada de emergencia.
- Renta vitalicia: renta mensual de por vida, con diversas alternativas de producto.





TECHÔ

TECHÔ



ACTIVIDAD

SOCIMI social nacida para proveer de viviendas a entidades sociales con el fin de atender a personas sin hogar.



VALORES

Transparencia, sostenibilidad, comunidad, impulso y responsabilidad.



MISIÓN

Desarrollar un vehículo de inversión inmobiliaria sostenible que realice una aportación definitiva para el acceso a viviendas de personas sin hogar.



VISIÓN

Contribuir a eliminar la exclusión residencial en nuestro país y garantizar una vivienda digna a todas las personas.

BREVE DESCRIPCIÓN

Según datos del INE, en 2022 aumentó un 24,5% el número de personas sin hogar respecto a 2012. Hay 28.552 personas atendidas en centros de alojamiento y restauración; el 40,5% lleva más de tres años en esta situación y el 82% considera la falta de hogar un problema de vivienda. En España hay entre 30.000 y 40.000 personas en esta situación y más de 8.000 cada noche no disponen de alojamiento seguro.

techô es un modelo *housing first*: acceden a vivienda con el apoyo de un equipo.

CARÁCTER ESTRATÉGICO

- Como empresa fabricante y comercializadora de marcas de gran consumo y primer grupo de alimentación en España, Ebro Foods mantiene una relación muy directa y cercana con la sociedad a través de sus marcas.
- Fundación Ebro Foods desarrolla proyectos que inciden en la mejora de colectivos vulnerables.

ASPECTOS INNOVADORES

- ETAPA 1: "Nos conocemos": profundiza en necesidades para asegurar un acompañamiento adecuado.
- ETAPA 2: "Hogar" (3-6 meses): acceso a una vivienda de manera incondicional con apoyo de especialistas.
- ETAPA 3: "Integración social y comunitaria" (3-6 meses): regularizar como residentes y obtener subsidios.
- ETAPA 4 "Integración económica" (3-5 años): apoyo para buscar un empleo y otras actividades.

FECHA DE INICIO

2022

Ayudar a las personas sin hogar desde lo más básico: proporcionarles un hogar, y desde ahí realizar un acompañamiento especial.

DATOS

Objetivos empresariales:

CAPITAL SOCIAL

20M€

mínimo.

BENEFICIARIOS

800 **193**

objetivo

actualmente

AGENTES INVOLUCRADOS

100 **77**

objetivo

actualmente

INVERSIÓN

20M€ **8,8M€**

objetivo

actualmente

VIVIENDAS

200 **77**

objetivo

actualmente

ONG COLABORADORAS

30 **2**

objetivo

actualmente

COLECTIVO

Personas sin hogar.

VALOR EMPRESARIAL

- Como empresa de alimentación, la sociedad en su conjunto es nuestro primer público objetivo.
- ¿Cómo proporcionar un hogar a cientos de personas? No lo podíamos conseguir con modelo filantrópico, debíamos tener un modelo empresarial.
- Modelo de negocio: adquisición optimizada, contratos de alquiler con ONG.
- Estructura financiera: 20 millones de € de capital previsto. Salida a Bolsa (BME GROWTH) en 1S 2024 y endeudamiento para financiar inversiones futuras *post* salida a Bolsa (apalancamiento entre 30% y 50%), rentabilidad esperada entre el 3% y el 5% operando bajo una SOCIMI e impacto social: más de 200 hogares en 2 años impactando a una población de más de 800 personas.

VALOR SOCIAL

- INE en 2022: principal causa de exclusión residencial es la falta de vivienda asequible.
- Busca y compra el tipo de vivienda demandada (nº de habitaciones, cercanía al metro, accesibilidad).
- Alquileres sociales para ONG que no disponen de subvenciones, hasta 30% de descuento.
- Beneficios en la sociedad: reducción de criminalidad, inclusión e igualdad.





GESTIÓN DE VIVIENDA SOCIALMENTE RESPONSABLE

SOGEVISO

GESTIÓN DE VIVIENDA SOCIALMENTE RESPONSABLE

SOGEVISO



ACTIVIDAD

Gestión integral de parques de vivienda de propiedad privada o pública, en régimen de alquiler social y asequible, poniendo foco en la atención a las personas y poniendo a su disposición herramientas para la mejora de su calidad de vida.



VALORES

Compromiso, innovación, empatía, eficacia, transparencia e integridad



MISIÓN

Prestación de servicios para la gestión integral de los alquileres, centrada en la atención personalizada a los inquilinos y que incluye programas específicos de acompañamiento a familias vulnerables, redundando positivamente en la situación socioeconómica de las familias y en la mejora de la sostenibilidad económica del parque de alquiler.



VISIÓN

Ser la empresa referente en la gestión de parques de alquiler social y asequible, basados en la sostenibilidad y la generación de una dinámica de transformación económica tanto para los propietarios como para los inquilinos.

BREVE DESCRIPCIÓN

La crisis de 2008 provocó desempleo y afectó a los deudores hipotecarios vulnerables.

La empresa, en 2013, inició la gestión socialmente responsable de la vivienda, objetivo: no dejar sin alternativa habitacional a clientes hipotecarios vulnerables, en procesos de ejecución hipotecaria o dación. Facilitando un alquiler social, normalmente en la propia vivienda adjudicada, y con una renta que no superaba el 30% de sus ingresos. En 2015 creó Sogeviso para especializar la gestión en este alquiler y desarrollar dos herramientas:

- Contrato Social. Apoyo en temas del entorno social básico.
- Programa de Inserción Laboral (JoBS).

CARÁCTER ESTRATÉGICO

- Sostenibilidad económica del parque de alquileres sociales del banco y generación de una dinámica de transformación económica.
- Primera empresa española de gestión del alquiler en obtener la certificación internacional B-Corp.

ASPECTOS INNOVADORES

- Primera empresa de servicios de gestión inmobiliaria con foco en personas para la gestión responsable y sostenible de la vivienda.
- Pilares: aproximación al cliente la realizan técnicos en mediación.
- Modelos matemáticos de análisis y predicción que eliminan la subjetividad en la toma de decisiones.

Acompañamiento social e inserción laboral dirigido a familias vulnerables titulares de un contrato del alquiler social.

FECHA DE INICIO

2015

DATOS

Distinguida con el Sello de Inclusión Social: reconocimiento del Gobierno a actuaciones que contribuyan al tránsito de las personas beneficiarias del ingreso mínimo vital.

23.000

contratos de alquiler social gestionados en 7 años y **8.500** familias acompañadas.
5.457 familias pasan de alquiler social a alquiler de mercado

2.349

alquileres sociales en 2022, **214** cuentan con Contrato Social y **51** personas se encuentran en búsqueda activa de empleo

2.491

personas han encontrado trabajo desde 2015

72,3%

de las renovaciones del Contrato Social de 2022 con incremento de 20,4% de alquiler

Acompañamiento social reduce la tasa de morosidad del

34% al **13,9%**

COLECTIVO

Personas desfavorecidas.

VALOR EMPRESARIAL

- Posibilidad de proponer su implementación en otros propietarios, privados o públicos, de parque de alquileres.
- Acompañamiento a las unidades familiares conlleva que tengan más poder adquisitivo y puedan: pagar alquiler = minoración ratio morosidad; pagar una renta más elevada = incremento de ingresos de alquiler; y optar a un alquiler de mercado = liberalización inmuebles.
- Gestor que acompaña en itinerarios hace más fácil la negociación y búsqueda de soluciones.
- Mejora la percepción de la marca.

VALOR SOCIAL

- Mejora capacidad de renta, aumento de habilidades sociales y competencias para la búsqueda de empleo.
- Disminuye la población perceptora de ayudas sociales y favorece el aumento de población activa.
- Disminuye el conflicto social.



PARA MÁS INFORMACIÓN

premiosseres2023@fundacionseres.org

Fundación SERES

Madrid

www.fundacionseres.org