NOTA DE PRENSA

Sostenibilidad con visión de género: en España, 6 de cada 10 personas con hábitos y actitudes activas son mujeres

- *Así se recoge en el II estudio 'Propósito y reinvención del capitalismo', elaborado por CANVAS Estrategias Sostenibles y el Proyecto de Investigación* **"Ciudadanía activa y empresas con propósito"** *que financia como línea emergente la Universidad de Málaga, presentado hoy con la colaboración de Impact Hub Madrid.*
- *El estudio refleja que una de cada cuatro personas (28,4%) responde a un perfil más activo con la sostenibilidad en cuanto hábitos y actitudes, y lleva habitualmente a cabo actividades de impacto positivo. En este grupo de ciudadanía activa destaca la presencia femenina (el 59,3% son mujeres).*
- *El 77% de la ciudadanía española reclama la transformación del sistema económico para impulsar modelos más sostenibles e inclusivos*
- *El 38,7% de la población conoce y confía en las empresas con propósito y en su papel para acelerar la transformación social y económica.*
- *Los agentes a los que otorga más credibilidad para liderar esa transformación son las organizaciones del ámbito educativo (nota de 6,05 sobre 10), seguido de la Comunidad Europea (5,19) y los medios de comunicación y las redes sociales (5,13).*

Madrid, 2 de marzo de 2023.- El 77% de la población española coincide en la necesidad de transformación del sistema socioeconómico para avanzar hacia modelos más sostenibles, resilientes e inclusivos como respuesta a la coyuntura socioeconómica vivida durante los últimos años, marcada por la pandemia, la guerra en Ucrania, una creciente inflación, el aumento de la desigualdad, la crisis energética o la emergencia climática.

Así se desprende de la II edición estudio 'Propósito y reinvención del capitalismo', elaborado por **CANVAS Estrategias Sostenibles** y el proyecto de investigación **"Ciudadanía activa y empresas con propósito. La configuración del cuarto sector en la reinvención del capitalismo y la búsqueda de la sostenibilidad"** que financia como línea emergente la Universidad de Málaga al grupo "FeBiCom" bajo la dirección de los profesores de la Facultad de Comunicación, Dr. Alejandro Álvarez-Nobell y Dra. Isabel Ruiz-Mora; y en colaboración con **Punto de Fuga** y la consultora malagueña en comunicación con propósito **Cronopios.** La investigación se realizó a partir de una consulta a más de 1.000 personas de toda España con representación geográfica, de edad, de género y nivel socioeconómico, que se ha presentado hoy en Impact Hub Madrid, colaborador del evento.

"Nuevamente la Universidad aporta talento, recursos y reflexión en líneas emergentes que preocupan a la sociedad y de las cuales el sector productivo y la ciudadanía ya vienen trabajando activamente", considera **Alejandro Álvarez-Nobell, profesor investigador e IP del proyecto "Ciudadanía activa y empresas con propósito" de la Universidad de Málaga.**

En 2023, el descontento generalizado de la ciudadanía con el sistema es todavía mayor que en la anterior edición del estudio. Esto se refleja en la nota que otorgan al modelo vigente, cada vez más alejada del aprobado: mientras en 2021 la valoración media era del 4,02 sobre 10, en 2022 la nota media es un 3,9.
Por grupos de edad, los nacidos entre 1965 y 1980 (generación X) son los más críticos y otorgan al sistema un 3,63 sobre 10, mientras que los nacidos entre 1995 y 2010 (la generación Z) le ponen la nota más alta, un 4,1. El resultado es que todas las generaciones -también se estudian la del baby boom (1949-1968) y los millenials o generación Y (1981-1993)- suspenden el desempeño del sistema capitalista actual en más del 50% de los casos, y consideran que es necesario una profunda transformación, con porcentajes que van desde el 68% de la generación Z hasta el 80,2% de la generación X.

En quién confía la ciudadanía para liderar la transformación
El estudio, que cuenta con el apoyo de DKV, Hijos de Rivera e Ibercaja, analiza también en qué tipo de organizaciones la ciudadanía confía para liderar la transformación económica, social y ambiental que se requiere.
Las organizaciones del ámbito educativo son las mejor valoradas, con nota media de 6,05 sobre 10, seguida de la Comunidad Europea (5,19) y los medios de comunicación y las redes sociales (5,13). En el lado opuesto se sitúan la Iglesia y los líderes religiosos (3) y los partidos o líderes políticos (3,65).

Se acercan al aprobado las empresas o líderes de organizaciones (4,46) -cabe destacar que la confianza en las empresas mejora en un punto con respecto a la edición de 2021-, las administraciones públicas y líderes gubernamentales (4,65), los organismos internacionales (4,95) y los movimientos ciudadanos impulsados por activistas (4,98).
“Las empresas con propósito son el germen del cuarto sector, un nuevo territorio híbrido de configuración entre los sectores tradiciones hacia la regeneración basada en el triple impacto y la bioinspiración”, considera **Bel Barroso, investigadora en el Estudio por la Universidad de Málaga y cofundadora de Cronopios.**

Aumenta el reconocimiento de las empresas con propósito
“El impacto de las crisis que estamos viviendo en los últimos tiempos (económica, sanitaria, energética) está erosionando la confianza de la sociedad en el sistema. Como respuesta, las personas cada vez más se están convirtiendo en agentes del cambio, y a su vez demandan cada vez mayor compromiso a las empresas para que se impliquen en mejorar su entorno y aportar valor a la sociedad”, considera **Claudina Caramuti, cofundadora y directora de desarrollo de CANVAS Estrategias Sostenibles.**

En esta coyuntura, el papel de las empresas está cambiando, pasando de estar centradas en el beneficio para el accionista, a ser un agente de cambio e impacto en el entorno. Así, 7 de cada 10 personas considera total o bastante necesario que las empresas den el paso hacia negocios más sostenibles y responsables, y el 38,7% de la ciudadanía ya conoce el modelo de empresas con propósito (en 2021 era un 37%), una tendencia al alza sobre todo entre los grupos más jóvenes (45,2% en el caso de los millennials y 41,6% entre la generación Z).

Por otro lado, el 45,2% de la población señala que el principal ámbito en el que estas compañías deben invertir de forma prioritaria es en el de la creación de empleo y prosperidad, seguido por el cuidado de los equipos y la implantación de nuevos modelos de trabajo flexibles y participativos (28%).

"La ciudadanía valora cada vez más a las empresas que no solo buscan minimizar sus impactos negativos, sino que se comprometen a resolver problemáticas actuales a través de su actividad, que actúan desde su propósito para convertirse en agentes regenerativos. El estudio pone de manifiesto que más de la tercera parte de la población consultada considera bastante o muy necesario que desde las administraciones públicas se estimulen y promuevan estos modelos de empresas con propósito, comprometidas con su entorno, como parte de la transformación del sistema en que vivimos", explica **Isabel López, cofundadora y directora general de CANVAS**.

Preocupaciones y prioridades

El estudio destaca que para casi tres cuartas partes de la sociedad española existe una preocupación elevada por los tres ámbitos de impacto empresarial analizados: económico (74,2%), social (73,2%) y ambiental (70,4%).

La lucha contra la corrupción y la evasión de impuestos se sitúa como principal preocupación ciudadana entre las 18 temáticas analizadas, con un 78,8%, seguida por la protección de la biodiversidad y los ecosistemas naturales (73,8%), la lucha contra la pobreza y la desigualdad (71,8%), el impulso de un desarrollo socioeconómico más equitativo y que favorezca la vida digna (71,7%), En quinto lugar, destaca el cuidado de la salud física y mental de las personas (70,5%), como primera preocupación en el ámbito social.

Ante la consulta de qué tres retos deberían ser abordados con prioridad, la ciudadanía sitúa los aspectos económicos como preferentes. En este orden: la lucha contra la pobreza (27,3%), impulsar un desarrollo socioeconómico más equitativo y que favorezca la vida digna (23,1%) y la lucha contra la corrupción (22,4%). En el ámbito social, el 21,2% de los consultados daría prioridad al cuidado de la salud física y mental de las personas; y en el ámbito ambiental, el 21,5% empezaría por la protección de la biodiversidad, los ecosistemas naturales, el agua potable y los océanos.

"La ciudadanía sigue siendo clave en la incidencia de la agenda política y social: sus mayores preocupaciones en la actualidad se vinculan con la brecha de género, la pobreza y exclusión y la salud física y mental", considera **Isabel Ruiz-Mora, profesora investigador e IP del proyecto "Ciudadanía activa y empresas con propósito" de la Universidad de Málaga.**

Perfil de la ciudadanía activa

El estudio refleja que una de cada cuatro personas (28,4%) responde a un perfil más activo con la sostenibilidad en cuanto hábitos y actitudes, y lleva habitualmente a cabo actividades de impacto positivo. En este grupo de ciudadanía activa destaca la presencia femenina (el 59,3% son mujeres). Además, muestra un carácter más crítico respecto al sistema (valoración media de 3,3) y una posición más comprometida: más del 84% afirma que una empresa con propósito le influiría a la hora de elegir sus productos, servicios o recomendarla.

"Este estudio es un reflejo de la necesidad que tenemos como sociedad de acelerar la transformación económica, social y ambiental para hacer frente a los desafíos que tenemos como sociedad, y que nos

marcan la Agenda 2030. La buena noticia es que la sostenibilidad ha ganado notoriedad en el ámbito empresarial durante las últimas dos décadas, y ahora necesitamos que trascienda a toda la sociedad, a todas las empresas y organizaciones", sostiene **Antonio González, CEO de Impact Hub Madrid**.

En el acto de presentación del estudio, algunas de las empresas que han apoyado el estudio y expertos colaboradores han compartido su visión sobre el rol de las empresas y cómo impulsar la cohesión social: Silvia Agulló, directora de Negocio Responsable y Reputación en Grupo DKV Seguros; Rosario Sierra, directora de negocio de LinkedIn; Isabelle Le Galo, directora de la Fundación Daniel y Nina Carasso; Eduardo Madina, Socio de estrategia de Harmon, Daniel Truran, director general del Ethical Business Building the Future y Antonio González, CEO de Impact Hub Madrid.

Fotos y materiales: https://drive.google.com/drive/folders/16G5WVZYkKx26YL5deZhE8qJg_go3_RBX?usp=share_link

---

Sobre CANVAS Estrategias Sostenibles
CANVAS Estrategias Sostenibles es una firma de consultoría y conocimiento estratégico en sostenibilidad. Con el propósito de impulsar el liderazgo social para un futuro sostenible, acompaña a las organizaciones en la integración de la sostenibilidad en su actividad para liderar su compromiso con el cuidado de las personas y el planeta. RADAR CANVAS es su plataforma de investigación y análisis de tendencias, a través de la cual la firma desarrolla conocimiento sobre las últimas novedades en desarrollo sostenible. www.canvasconsultores.com

Sobre FeBiCom UMAnetwork
La Red FeBiCom UMA net: "Felicidad, Bienestar y Comunicación Positiva" tiene por propósito constituir y consolidar en la Universidad de Málaga un espacio colaborativo de investigación, enseñanza y transferencia en el campo de la felicidad, el bienestar y la comunicación positiva. Actualmente lleva adelante los proyectos "Ciudadanía activa y empresas con propósito. La configuración del cuarto sector en la reinvención del capitalismo y la búsqueda de la sostenibilidad" (Plan Propio UMA); el Grupo de Innovación Educativa "Biomímesis Málaga: Aprendizaje significativo e innovación inspirada en la naturaleza" y el programa de formación "Social Impact UMA-BootCamp: activa tú propósito". https://febicom.es

Sobre Impact Hub Madrid
Impact Hub Madrid forma parte de la mayor red global de impacto basada en espacios, personas y servicios centrada en acelerar la transformación de negocios sostenibles. Como agente de cambio referente en la transformación sostenible, es la primera red española en conseguir la Certificación BCorp y el sello CeroCO2 que reconoce el cumplimiento de buenas prácticas sociales, medioambientales, de gobierno y transparencia. Además, ha sido reconocido por Naciones Unidas como impulsor del compromiso de la Agenda 2030 por fomentar los esfuerzos dirigidos a abordar los ODS a través de soluciones empresariales. En España, Impact Hub tiene presencia en Madrid, San Sebastián, Málaga, Zaragoza y Barcelona. https://madrid.impacthub.net

Más información y entrevistas:

Alejandro Álvarez-Nobell aan@uma.es Tel. 606854215
Isabel Ruiz-Mora isabelruiz@uma.es Tel. 657166222