



**EL VALOR DE LA SOSTENIBILIDAD Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA EN LAS EMPRESAS: UN ESTUDIO EMPÍRICO DE LA MILLA DEL
CONOCIMIENTO-MARGARITA SALAS DE GIJÓN**

Autor: Ana Valdés Álvarez

Tutor académico: Montserrat Boronat Navarro

Fecha: 3 de junio de 2021

RESUMEN

El objetivo de este documento es proporcionar una mejor comprensión sobre las implicaciones de la introducción de la sostenibilidad en la empresa y como la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) proporciona un enfoque estratégico que afecta a toda la organización, genera ventajas competitivas duraderas y crea valor a largo plazo. De esta manera se pretende conocer el nivel de compromiso empresarial con la sostenibilidad que existe hoy en día entre las organizaciones y qué valor aporta la gestión de la RSC a la sociedad, el medio ambiente y las propias entidades. Con este fin, se ha elaborado un estudio empírico para analizar el caso concreto de cinco empresas y entidades que conforman el espacio de innovación conocido como Milla del Conocimiento - Margarita Salas de Gijón. Los resultados de la investigación infieren que, aunque el compromiso con la sostenibilidad y la RSC es notable, aún queda mucho camino que recorrer, sobre todo en el ámbito de las pymes, para avanzar en la senda de la sostenibilidad empresarial, fomentando la innovación y la relación con los grupos de interés, para aportar fuerte valor a las propias organizaciones, el medio ambiente y la sociedad.

Palabras clave: sostenibilidad, responsabilidad social corporativa (RSC), medio ambiente, sociedad, innovación.

ABSTRACT

The aim of this document is to provide readers with a better understanding of the implications of introducing sustainability into a company and how Corporate Social Responsibility (CSR) generates a strategic approach that affects the whole organisation, creates long-lasting competitive advantages, and raises long-term value. This way, the study aims to understand the level of commitment with sustainability that exists nowadays among entities and the value that CSR management provides to the society, the environment, and the own companies. With this objective, an empirical analysis was conducted to analyse the particular case of five companies and entities of the innovation ecosystem known as Milla del Conocimiento – Margarita Salas de Gijón. The results of the investigation deduce that although the sustainability and CSR commitment is distinctive, there is still some way to go, specially in the SMEs scope, to move forward the sustainability path, promoting innovation and stakeholders' relationships, to deliver value to companies, the environment and society as a whole.

Keywords: sustainability, corporate social responsibility (CSR), environment, society, innovation.

ÍNDICE

COMPORTAMIENTO ÉTICO.....	2
RESUMEN.....	3
ABSTRACT	4
ÍNDICE	5
1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) Y LA AGENDA 2030	7
2.1 Dificultades de los ODS	8
2.2 Avances de los ODS	8
3. LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL Y LA RSC	9
3.1 EL PORQUÉ LAS EMPRESAS DEBEN IMPLANTAR LA RSC	11
3.2 LOS GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS)	13
3.2.1 La Teoría de los Grupos de Interés o Stakeholders	13
3.2.2 La relación con los grupos de interés	14
3.3 HERRAMIENTAS DE RSC	15
3.3.1 Declaraciones corporativas y códigos éticos y de conducta.....	16
3.3.2 Los comités éticos	16
3.3.3 Las políticas de RSC.....	17
3.3.4 Departamentos y responsables de RSC.....	17
3.4 PRÁCTICAS DE RSC	17
3.4.1 Tipos de prácticas	18
3.4.2 Evaluación de las actividades	19
3.5 GUÍAS Y ESTÁNDARES APLICADOS A LA SOSTENIBILIDAD	20
3.6 RETOS EN LA INTEGRACIÓN.....	23
3.6.1 Covid-19, RSC y sostenibilidad.....	24
4. ESTUDIO EMPÍRICO DE LA MILLA DEL CONOCIMIENTO – MARGARITA SALAS.....	25
4.1 Objetivos del estudio empírico	25
4.2 Datos Generales	26
4.3 Metodología del estudio	26
4.4 Limitaciones del estudio	29
4.5 Resultados.....	30
5. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	32
6. REFERENCIAS	34
7. ANEXOS	42
Anexo 1.....	42
Anexo 2.....	63
Anexo 3.....	64

1. INTRODUCCIÓN

El siguiente Trabajo Fin de Máster analiza la sostenibilidad empresarial y la responsabilidad social corporativa (RSC) y su aporte de valor a las empresas. Para ello se analiza el caso de cinco empresas y entidades de la Milla del Conocimiento – Margarita Salas de Gijón.

La metodología utilizada para realizar esta investigación ha sido, en primer lugar, desarrollar un análisis teórico a través del estudio de diversas publicaciones académicas y casos de estudio de la industria, para después llevar a cabo un análisis empírico de las implicaciones de la sostenibilidad y RSC en las empresas de la Milla del Conocimiento, y así conocer qué labores se están realizando en esta materia y el valor que se genera para la entidad.

La parte inicial de este documento incluye una revisión más general de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030 (Capítulo 2), así como su vinculación con los conceptos de sostenibilidad empresarial y RSC (Capítulo 3), con los que se examinan elementos clave como los grupos de interés, herramientas y prácticas para la introducción de la sostenibilidad en la empresa, guías y estándares existentes para facilitar esta integración y, finalmente, retos que las empresas deben afrontar.

El estudio continúa con la ejecución de un análisis empírico para examinar el nivel de concienciación con la sostenibilidad y las prácticas de RSC de las empresas de la Milla del Conocimiento – Margarita Salas, y así poder inferir y considerar los resultados para el estudio de otras pymes de esta índole (Capítulo 4). Esta investigación ha consistido en un análisis cualitativo a través de un cuestionario online para conocer los casos específicos de cinco empresas y entidades de dicho ecosistema de innovación.

Por último, los resultados de esta investigación se han estudiado en profundidad para determinar las principales diferencias entre las revisiones académicas y la realidad, y conocer cómo se integra realmente la sostenibilidad en este tipo de organizaciones y el valor a largo plazo que genera este planteamiento estratégico.

Para concluir la investigación se han proporcionado una serie de conclusiones y propuestas (Capítulo 5) que pretenden poner en valor los hallazgos y la importancia de este estudio.

2. LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) Y LA AGENDA 2030

En el año 2015 los Estados Miembros de las Naciones Unidas se reunieron en la Cumbre Mundial del Desarrollo Sostenible de Nueva York y revisaron los Objetivos del Milenio para después aprobar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, guía para alcanzar dichos Objetivos antes del año 2030 (UN, 2021).

Al mismo tiempo que la ONU promocionaba los ODS, la Global Reporting Initiative (GRI), el Pacto Mundial de las Naciones Unidas (PMNU) y el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD) elaboraban el SDG Compass o La brújula para los ODS, una guía que indica cómo incorporar los ODS en el ámbito empresarial (Remacha, 2017).

Los ODS integran las tres dimensiones esenciales del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental, y proporcionan una guía o camino a seguir para formular políticas mundiales. Estos objetivos se han convertido en el punto de referencia para el desarrollo global hasta el año 2030, ya que afrontan cuestiones tan importantes como la pobreza y desigualdad, la degradación ambiental, las capacidades institucionales, la innovación y los patrones de consumo no sostenibles, todo ello desde perspectivas metodológicas renovadas y vanguardistas (Gómez, 2017; UN, 2021).

Estos objetivos incorporan claramente elementos muy innovadores en su diseño y con una perspectiva de crecimiento económico mucho más incluyente y sostenible que respeta al planeta y a la población. Además, sobresale su carácter universal e integrador, ya que se aplican en todo el mundo y están interrelacionados entre ellos para conseguir una actuación simultánea en espacios locales, nacionales y globales, y que la consecución de unos contribuya al resto (Gómez, 2017).

La Agenda 2030 enfatiza el importante papel de las empresas como agentes relevantes a la hora de alcanzar los ODS, tanto local como globalmente. Además, actualmente los ODS suponen una referencia esencial para las entidades a la hora de elaborar sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

La Red Española del Pacto Mundial (2016) ofrece una guía para las empresas que quieran contribuir a un desarrollo sostenible, y denominó a los ODS como 'oportunidad histórica' para contribuir a un cambio de paradigma empresarial.

2.1 Dificultades de los ODS

A pesar de tratarse de unos objetivos ambiciosos y clave para el desarrollo global, la complejidad de su arquitectura, las limitaciones técnicas y las críticas de la comunidad internacional hacia los ODS suponen importantes condicionamientos para alcanzarlos.

La arquitectura de la agenda se estructura en torno a 17 Objetivos que integran 169 metas medibles por 230 indicadores verificables. Por lo tanto, la complejidad y amplitud de esta agenda es considerable (UN, 2021).

Otro de las críticas es la falta de compromiso por parte de la comunidad internacional. A lo largo de las décadas se han ido firmando diferentes acuerdos y celebrando cumbres y conferencias de las Naciones Unidas, esenciales para identificar los ejes fundamentales del desarrollo sostenible, pero, tristemente, incumplidos sistemáticamente por la mayoría de los países firmantes (Gómez, 2017). Para poder evitar estos reiterados incumplimientos, la comunidad internacional deberá impulsar la agenda, aprendiendo de las mejores prácticas y analizando las ventajas comparativas de cada país para lograr que el grado de cumplimiento sea mayor.

Además, para que se consigan avances clave, es necesario que los ODS tengan decisiones claras y compromisos políticos precisos, que consigan transformar las promesas vacías en medidas efectivas de transformación en pro del desarrollo sostenible (Gómez, 2017).

2.2 Avances de los ODS

La Sustainable Development Goals Progress Chart 2020 ofrece una muestra de los progresos, tanto regionales como globales, que se han tenido hasta el final de 2019 en relación con la consecución de cada ODS. Gracias a este análisis se puede observar en qué áreas se han realizado más esfuerzos y en cuáles se requiere acción urgente (UN, 2020).

Los datos determinan que se está progresando en muchos lugares pero que, en general, el ritmo en que se ha ido avanzando hacia los ODS es insuficiente. Como consecuencia, se hace necesario acelerar las medidas para alcanzarlos antes de 2030. De hecho, las Naciones Unidas (2021) enfatiza que es necesario marcar el año 2020 como el inicio de una etapa de acción ambiciosa para poder alcanzar los Objetivos (UN, 2021; UN, 2020).

Gómez (2017) considera el caso de España como de pequeño compromiso con los ODS. Sin embargo, el país sí que cuenta con un firme compromiso con la consecución de los objetivos. Existe una web corporativa exclusiva para el tratamiento de esta temática y para informar a cualquier parte con interés de los avances que se están

haciendo en la contribución de los ODS. Además, proporciona un mapa de indicadores, informes de progreso anuales, análisis de la contribución de las empresas españolas a la Estrategia de Desarrollo Sostenible 2030, así como la propuesta de un grupo de trabajo de la comisión permanente del consejo de Desarrollo Sostenible para la Agenda 2030 (Gobierno de España, 2021).

Actualmente, las consecuencias de la Covid-19 demuestran cómo la Agenda 2030 y El Acuerdo de París sobre Cambio Climático son claramente necesarios (Prensa Ibérica, 2021), y cómo para impulsar el desarrollo sostenible es esencial la consecución de los ODS (ICLEI, 2021).

3. LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL Y LA RSC

Comúnmente, la sostenibilidad es asociada al concepto de 'desarrollo sostenible', que el Informe de Brundtland de 1987 define como aquella práctica que permite obtener las necesidades de la generación presente sin comprometer las de las generaciones futuras (WCED, 1987).

Históricamente, fue en 1992 en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (CNUMAD) donde se aprobaron cinco acuerdos clave para el desarrollo sostenible: la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo, la Agenda 21, el Convenio sobre la Diversidad Biológica, la Convención Marco sobre el Cambio Climático, y la Declaración de Principios sobre los Bosques. Destacando la Agenda 21 por desarrollar estrategias y un programa de medidas para conseguir un desarrollo compatible con el medio ambiente en todos los países con un ámbito de aplicación local que integra aspectos económicos, sociales y medioambientales (Barrutia, Echebarria y Aguado, 2007; Bustos y Chacón, 2009).

Se puede deducir, consecuentemente, que la concepción de sostenibilidad fusiona tres dimensiones determinantes: el sistema ambiental, como fundamento de la vida; el sistema económico, como productor de bienes y servicios; y el social, como organización de la sociedad y las instituciones (Munasinghe, 1993; Sierra, 2002; Jiménez, 2002; Sierra Ludwig, 2002). Una posible definición de la sostenibilidad sería, por lo tanto, la capacidad que tienen los sistemas biológicos para permanecer productivos en sus tres dimensiones (Lee, Choi, Han, Kim, Ko y Kim, 2019).

No obstante, este concepto suele ser generalmente aplicado a individuos y consumidores, quedando las empresas relegadas a un segundo plano cuando, en

realidad, ocupan una gran proporción del tejido social y económico de la sociedad (Artaraz, 2002; Lehtonen, 2004; Pierri, 2005).

Para el sector empresarial, el concepto de sostenibilidad implica un nuevo enfoque en la manera de hacer negocios. Elkington (1994) y Hart, Milstein y Caggiano (2003) defienden que la sostenibilidad empresarial es aquella que aporta beneficios económicos, sociales y medioambientales que contribuyen al desarrollo sostenible del planeta y aportan valor a la entidad.

De este modo, se entiende que la sostenibilidad de la empresa se consigue a través de una gestión que incluya actividades que promuevan la inclusión social, que minimice los impactos en el medio ambiente y que preserve la integridad de la Tierra para las próximas generaciones, manteniendo al mismo tiempo la rentabilidad económica y financiera de la entidad (Barcellos de Paula, 2011).

Este enfoque da lugar a lo que se conoce como Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial (RSC/RSE), que consiste en la integración estratégica de la sostenibilidad en las entidades, generando así un cambio de paradigma empresarial (Olcese, Rodríguez y Alfaro, 2008). De hecho, El Libro Verde (Comisión de la Comunidades Europeas, 2011; Castrillón y Mares, 2014) define la RSC como la manera en que las organizaciones integran voluntariamente las preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones de sus negocios y en sus relaciones con sus grupos de interés.

Para el Banco Mundial la RSC implica que las empresas sean conscientes del impacto que su entidad tiene en el entorno y sociedad, y que incorporen dichas necesidades en la toma de decisiones (EOI, 2014).

La Comisión Europea (2021) señala que la empresa socialmente responsable va más allá del simple acatamiento de la ley y trata de intervenir y aportar en sus relaciones con sus distintos grupos de interés o stakeholders, es decir, con todos aquellos elementos que tienen capacidad de influir o ser influenciados por la organización.

En consecuencia, la RSC se entiende como aquella contribución voluntaria de las organizaciones al bienestar social, ambiental y económico, que va más allá del cumplimiento de las leyes y que, como resultado, mejora su situación competitiva y aporta un valor añadido a la entidad que es considerado hoy en día aspecto necesario para las empresas (Barcellos de Paula, 2011).

3.1 EL PORQUÉ LAS EMPRESAS DEBEN IMPLANTAR LA RSC

La introducción de la sostenibilidad en la empresa y la gestión estratégica de la RSC aportan numerosos beneficios para la sociedad y el medio ambiente pero también a la propia empresa.

En primer lugar, contribuyen claramente a la mejora de la reputación empresarial de la entidad, ya que dan a conocer sus acciones y el valor que aporta a la comunidad y a la protección del entorno natural, y esto hace que sea mejor valorada por potenciales inversores, clientes y colaboradores. Del mismo modo, la RSC mejora altamente la valoración e imagen de marca que se tiene de la organización (Red Española del Pacto Mundial, 2020).

Todos estos beneficios están interrelacionados y, en conjunto, ayudan a mejorar el posicionamiento de la empresa ya que la RSC supone una ventaja comparativa frente a otras entidades. De hecho, el 69,23% de las empresas participantes en el estudio de la Red Española del Pacto Mundial (2020) opinan que el uso de la RSC en su entidad les mejora la reputación e imagen de marca.

Otro beneficio es la mejora de la productividad, la RSC permite gestionar la empresa de una manera en la que se genere un ambiente de trabajo cómodo y que motive a los empleados a rendir más, lo cual es extremadamente útil para captar y mantener el talento dentro de la empresa. Además, como la RSC es estratégica, tiene la capacidad de encontrar carencias y problemas para corregir, logrando así un ahorro considerable de costes de todo tipo y una mejora en el funcionamiento general de la entidad y sus relaciones con los distintos grupos de interés (Red Española del Pacto Mundial, 2020).

La adaptación a los cambios es otro de los beneficios de la RSC porque permite a la empresa estar más atenta a las necesidades de todos sus grupos de interés y, por lo tanto, a ser más proactiva y dar respuesta a sus potenciales necesidades. El 49,32% de las empresas participantes en el estudio de la Red Española del Pacto Mundial (2020) consideran que la RSC les permite satisfacer apropiadamente a los consumidores responsables, por lo tanto, se puede constatar que contribuye a la mejora de la adecuación a las necesidades del cliente y, como consecuencia, incrementa la lealtad del consumidor.

Todos estos beneficios contribuyen a la sostenibilidad a largo plazo de la empresa. Aunque la RSC no consiga resultados inmediatos, su aplicación es esencial para mantener la operativa en el largo plazo porque permite adaptarse a nuevas demandas o cambios drásticos que puedan ocurrir en el mercado, como se ejemplifica en el estudio

de Red Española del Pacto Mundial (2020) en el que el 52,10% de las empresas consideran que una buena gestión de la RSC permite adaptarse y adelantarse a nuevas normativas de sostenibilidad, y el 47,90% afirman que ayuda a encontrar nuevas oportunidades de negocio o nuevos segmentos de mercado.

Para incrementar el valor que la RSC aporta a la compañía, Luo y Bhattacharya (2006) defienden que es fundamental alinear las iniciativas de responsabilidad social corporativa y la principal actividad de la empresa. Asimismo, García-Mandariaga y Rodríguez-Rivera (2017) con el análisis de las prácticas de sostenibilidad de la industria automovilística deducen que para que este valor que aporta la RSC se maximice, esta gestión debe volcar un gran esfuerzo en coordinar las relaciones con los grupos de interés prioritarios. Esto se ve apoyado por Ortiz, Mandojana y Ferrón (2010), que explica que la manera en que las organizaciones gestionan las relaciones con sus grupos de interés ayuda a incrementar sus ventas.

De la misma manera, el estudio realizado por Spyropoulou, Skarmeeas y Katsikeas (2010) demuestra que el uso de herramientas de gestión de la sostenibilidad en la organización son una fuente de ventajas corporativas que mejoran la efectividad empresarial.

Jelic (2016) estudia varios casos ubicados en diversos sectores de negocios para demostrar cómo la RSC puede ser rentable desde una perspectiva de maximización de la ganancia y cómo a pesar de los costes a corto plazo incurridos con esta operativa, también se obtienen beneficios a largo plazo y oportunidades de innovación. Un caso muy específico en dicha investigación es el de Johnson & Johnson entre 2002-2008, que realizó una iniciativa de programas de bienestar para sus empleados. Con esta acción, la compañía se ahorró 250 millones de dólares estadounidenses en tratamientos de salud. Este ejemplo muestra claramente como, desde una perspectiva de maximización de la ganancia, la obtención de beneficios y la implantación de la RSC no son mutuamente excluyentes.

Asimismo, Vergara-Romero, Olalla-Hernández, Yturralde y Sorhegui-Ortega (2020) publicaron un análisis de la RSC y los resultados económicos en varias empresas de Ecuador, con el que se llegó a la conclusión de que las probabilidades de que una empresa con RSC sea exitosa y de que estas prácticas influyan profundamente en los resultados financieros, son muy altas. De modo que las empresas que apliquen adecuadamente una gestión de RSC en su estrategia, obtendrán resultados positivos en sus rendimientos económicos.

3.2 LOS GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS)

Uno de los elementos diferenciadores de la RSC es la necesidad de comprender de las relaciones que existen entre la empresa, la alta dirección, los empleados, la sociedad, el medio ambiente y todos aquellos individuos y procesos que afectan al negocio (Bajo y Fernández, 2012).

Resulta muy importante, por esta razón, conocer el concepto de grupo de interés o stakeholder, que se define como aquel individuo o grupo de individuos que, de manera directa o indirecta, tiene un efecto en el funcionamiento de la empresa o que, de alguna manera, se puede ver condicionado por ella (Freeman, 1984; Barcellos de Paula, 2011).

3.2.1 La Teoría de los Grupos de Interés o Stakeholders

La teoría de los grupos de interés consiste en atender el logro de los objetivos de, no solamente los accionistas, sino del resto de grupos de interés de la entidad, que incluye un abanico amplio de empleados, clientes, proveedores y la sociedad, entre otros (Barcellos de Paula, 2011; Bajo y Fernández, 2012; Ramírez, 2019).

Se tiene que entender a la empresa como un conjunto de stakeholders que interactúan entre sí y que tienen intereses específicos, en algunos casos divergentes. Esto implica buscar una maximización, a largo plazo, del bienestar de todos los grupos de interés. Para ello, la alta dirección tiene que comprometerse en conocer los valores y expectativas de cada stakeholder y adecuar respuestas apropiadas a cada grupo (Fernández, 2007). Según, Freeman (1984) la capacidad de una empresa de producir riqueza sostenible en el largo plazo está condicionada por las relaciones que mantenga con sus grupos de interés y por cómo las gestione.

Existe una gran variedad de grupos de interés ya que estos se pueden clasificar atendiendo a distintos criterios (Bajo-Sanjuán y Fernández-Fernández, 2012). La siguiente figura muestra un ejemplo de agrupación de stakeholders en una empresa, en internos y externos a la entidad:

Figura 3.2.1.1: clasificación de los grupos de interés de una empresa tipo.



Fuente: elaboración propia basada en Bajo-Sanjuán y Fernández-Fernández (2012)

La introducción de las relaciones con los stakeholders en las decisiones estratégicas de la compañía permite lograr una competitividad eficiente ya que las contribuciones de los grupos de interés contribuyen a la innovación en los productos, procesos y actividades de la empresa para conseguir sus objetivos, financieros y de sostenibilidad. Es por esta razón que Granda-Revilla y Trujillo-Fernández (2011) consideran la gestión de los grupos de interés como el eje central de cualquier estrategia de RSC.

3.2.2 La relación con los grupos de interés

Para un enfoque sostenible en la actualidad empresarial, para la toma de decisiones informadas y contribuir a la solución de problemas, es esencial que las organizaciones conozcan a sus stakeholders y sus relaciones, siendo necesario utilizar herramientas para la gestión de los diferentes grupos de interés identificados (Gil Lafuente y Paula, 2011).

Es fundamental identificar los grupos de interés de la empresa como primer paso para la gestión de estos. Los métodos de identificación son muy diversos, Olcese *et al.* (2008), sugieren analizar el origen de las distintas transacciones económicas de la entidad. Sin embargo, este sistema impide determinar ciertos grupos de interés de la empresa que no tienen relación económica con la misma, como pueden ser las ONGs.

Otra opción podría ser realizar un análisis del tipo de relación que estos grupos tienen con la empresa, bien por responsabilidad, influencia, cercanía, dependencia o representación.

Una vez identificados, la entidad ha de saber categorizarlos según diferentes variables o categorías, como pueden ser las expectativas que posean, la zona geográfica, o el impacto que produzcan. El resultado de la identificación y segmentación de los grupos de interés se conoce como mapa de stakeholders, herramienta que las empresas utilizan para establecer prioridades y tenerlas en cuenta a la hora de elaborar estrategias (Rivas-Tovar y Bernal-Pedraza, 2012).

Como los recursos son limitados, las empresas no podrán atender las necesidades de todos los grupos de interés, pero sí de aquellos que resulten más relevantes para su entidad. Hay que establecer un orden de prioridades para los grupos de interés para asegurar una buena gestión del tiempo, de los recursos de la empresa y de las expectativas. Existen una variedad de métodos de priorización, pero, en cualquiera de los casos, es importante que los criterios para priorizar estén bien definidos y sean coherentes con la empresa (Olcese *et al.*, 2008; Barcellos de Paula, 2011; Bajo y Fernández, 2012).

Para llevar a cabo el proceso de relación con los grupos de interés, las empresas pueden ayudarse de distintos marcos de trabajo, normas o guías que les están disponibles. Entre estos instrumentos destacan las Directrices Global Reporting Initiative (GRI) para la elaboración de Informes de Sostenibilidad, la norma SA8000 específica a criterios laborales, la serie AA1000 de Accountability Inclusive en relaciones, y el Modelo EFQM de Excelencia en la gestión de calidad (GRI, 2021; SGS, 2021; Barcellos de Paula, 2011).

Además, a nivel nacional se pueden señalar el Código de Gobierno para la Empresa Sostenible de la Fundación Entorno y la Guía GRI adaptada a las PYMES españolas. Internacionalmente, resaltan las directrices ISO, donde los stakeholders siempre ocupan un lugar importante (Barcellos de Paula, 2011).

3.3 HERRAMIENTAS DE RSC

Para introducir la sostenibilidad en la empresa y llevar a cabo una gestión de la responsabilidad social corporativa adecuada, la empresa puede ayudarse de una variedad de instrumentos (Ayuso, 2009).

Lo más común es que la gestione a través del uso de códigos éticos y de conducta, y políticas de RSC, pero también se pueden ver casos de empresas que crean un órgano ejecutivo específico cuya única función es velar por el cumplimiento de estas políticas, otras añaden responsabilidades a departamentos ya existentes, o también se pueden formar equipos multidisciplinares como comités. Todas las opciones tienen sus ventajas e inconvenientes y, en muchos casos, se pueden combinar (Ayuso, 2009).

3.3.1 Declaraciones corporativas y códigos éticos y de conducta

Las declaraciones corporativas son documentos que sirven de orientación general para formular las políticas de la empresa y que exaltan los valores y la cultura de la organización. Se recogen en los códigos éticos, herramientas de gestión que el máximo órgano de gobierno de una entidad utiliza para consolidar una cultura de valores y principios corporativos que guíen la actividad diaria en la organización, las relaciones con los diferentes grupos de interés y que tengan presencia en la toma de decisiones empresarial (Olcese *et al.*, 2008; Arroyo, 2018). De hecho, Cleghorn (2005) defiende que el código de ética expresa los valores mínimos e indispensables acordados en consenso por la organización.

Otro instrumento habitualmente usado es el código de conducta, documento que concreta las acciones relativas a los principios que se han recogido previamente en el código ético y que establece las pautas de comportamiento para los empleados y terceros relacionados con la empresa, basadas en los valores corporativos (Arroyo, 2008).

El estudio de Valor y De la Cuesta (2007) analizó el uso de estos códigos en 46 empresas españolas cotizadas. Los resultados demostraron que casi la totalidad de las empresas implicadas disponían de un código ético y de conducta. Melé, Debeljuh y Arruda (2003), encuestó a directivos de alrededor de un centenar de empresas españolas, y constató que la principal razón por la que se elaboran estos códigos es para determinar y promover la cultura corporativa de la entidad.

3.3.2 Los comités éticos

La alta dirección tiene que estar comprometida con los valores y normas de los códigos éticos y de conducta para que sean efectivos, y deben ser capaces de integrarlos en la cultura organizativa. Para realizar esta incorporación y transmisión a través del

funcionamiento y cultura de la empresa se puede contar con la ayuda de instrumentos como el 'defensor de los grupos de interés' o la constitución de un 'comité de ética'.

Los comités éticos están formados por un grupo multidisciplinar de personas que representan los diferentes intereses de la variedad de stakeholders de la empresa, y se constituyen como una forma participativa de aplicar, dar seguimiento y evaluar los códigos ético y de conducta de la entidad (Pachón, 2014).

3.3.3 Las políticas de RSC

Otro mecanismo estratégico de la alta dirección son las políticas de responsabilidad social corporativa. Estas son utilizadas para orientar a la organización hacia una gestión más ética y responsable, ya que sirven de marco sobre el que se insertan el resto de los instrumentos. Las políticas de RSC definen las prioridades de responsabilidad de la empresa y señalan las líneas básicas de actuación en esa materia (Avendaño, 2013).

3.3.4 Departamentos y responsables de RSC

Muchas empresas, generalmente grandes multinacionales, cuentan con el cargo de responsable o director de RSC, cuya principal función es coordinar estas prácticas a nivel interno y comunicarlas con el exterior.

Según el estudio de la Cátedra MANGO de RSC, son precisamente las empresas de gran tamaño las que optan por nombrar una figura específica de estructura organizativa, ya que, siguiendo la investigación, el 62% de las empresas con responsable de RSC tienen más de 1000 empleados (Ayuso, 2009).

Otra opción, en esta línea, es atribuir responsabilidad en materia de RSC a un departamento ya consolidado en la empresa o crear un comité de RSC que involucre a los principales departamentos y cargas directivos (Sánchez-Calero, Fuentes y Fernández, 2011).

3.4 PRÁCTICAS DE RSC

A fin de conseguir una efectiva introducción de la sostenibilidad en la empresa, se necesita una gestión de la RSC estratégica y totalmente alineada con los objetivos empresariales y sus activos competitivos. La tendencia actual de las entidades en relación a la RSC es desarrollar una perspectiva integral de negocio (Deloitte Ecuador, 2017).

Por esta razón, es imprescindible analizar toda la cadena de valor de la organización y evaluar en qué áreas se pueden introducir nuevas prácticas de RSC y cómo gestionar este cambio. Además, al tratarse de un concepto multidimensional, no se puede resolver con una sola acción corporativa. Es necesario desarrollar un conjunto de actividades y medidas acordes a los objetivos de sostenibilidad de la empresa y sus características y situación específicas (Hart *et al.*, 2003).

3.4.1 Tipos de prácticas

Los autores Hart *et al.* (2003) definen cuatro enfoques de RSC que las empresas pueden seguir para crear valor: reduciendo el consumo de materiales y contaminación asociada a los mismos, operando con mayores niveles de transparencia y aumentando su capacidad de respuesta a la sociedad, usando nuevas tecnologías que permitan reducir el tamaño de huella que dejan en el planeta, y volcando un mayor esfuerzo a satisfacer las necesidades de las personas facilitando la creación de riqueza y equidad en la distribución.

Como se puede observar, la variedad de acciones disponibles es muy amplia y se pueden estructurar de distintas formas. En primer lugar, para mejorar la gestión de los empleados se pueden introducir iniciativas que promuevan una participación y salarios equitativa, elaborar políticas de diversidad e inclusión, planes de accesibilidad, fomentar la conciliación laboral o invertir en la formación del personal, entre otros. De hecho, el estudio realizado por Collins, Roper y Lawrence (2010) sobre las prácticas de sostenibilidad adoptadas por empresas de Nueva Zelanda entre 2003 y 2006, asegura que las empresas están altamente comprometidas con garantizar una balanza adecuada entre la seguridad en el trabajo y vida personal. El crecimiento de iniciativas de salud y seguridad en el puesto de trabajo, conciliación laboral y formación profesional de los empleados en el país fue significativa, y se podría considerar una tendencia extrapolable al resto de países.

Por otro lado, la Red Española del Pacto Mundial (2020) destaca que la gestión de la cadena de suministro bajo criterios de sostenibilidad es una acción clave para impulsar la Estrategia de Desarrollo Sostenible 2030. Y, efectivamente, un 31.13% de las respuestas de las empresas de su estudio apoyaban esta afirmación. Por consiguiente, elaborar políticas de selección en base a criterios de RSC, premiar las buenas prácticas de proveedores, promover la conciencia ambiental entre ellos, o realizar compras de comercio justo y de proximidad o KMO, es muy valioso.

En cuanto al medio ambiente y la sociedad, existe una tendencia en el aumento de prácticas relacionadas, que incluyen el desarrollo de programas de reciclaje, reutilización y reducción, sistemas de ahorro de luz y calefacción, promoción del uso de energías renovables, o empleo de sistemas de economía circular (Collins *et al.*, 2010).

Prácticas como el reciclaje, la reducción de recursos, el ahorro de luz y calefacción, o el uso de energías renovables son denominadas por Dunphy, Griffiths y Benn (2007) como 'low hanging fruit' porque son fácilmente desarrollables al mismo tiempo que aumentan la eficiencia organizacional y mitigan los impactos ambientales.

Otras acciones de RSC en la esfera de la sociedad incluyen la colaboración con otras entidades o administraciones, el desarrollo de proyectos para la comunidad, la donación o el voluntariado. Este último es uno de los elementos más notables en aportar a las iniciativas sociales y ambientales porque permite integrar a los empleados en causas que apoya la empresa, mejorar el clima laboral y, claramente, contribuir a la mejora de la reputación empresarial (Deloitte Ecuador, 2017).

De igual manera, colaborar y formar alianzas con otras empresas, organismos públicos u ONGs para desarrollar proyectos conjuntos es una de las principales acciones con las que se comprometen las entidades para contribuir a la Estrategia de Desarrollo Sostenible (Red Española del Pacto Mundial, 2020).

Por último, desde una perspectiva de la maximización de las ganancias, destaca el uso de enfoques innovadores como ambientes colaborativos, estructuras 'modulares', el enfoque LEAN, el modelo canvas, la metodología Agile o el Design Thinking. Este último permite diseñar sistemas que incrementen la productividad a lo largo de la cadena de valor, crear ambientes de trabajo confortables y generar valor en los negocios (Jelic, 2016).

La innovación, las nuevas tecnologías y la creación de nuevos modelos de gestión y negocios son, hoy en día, factores decisivos para fomentar la sostenibilidad y gestionar la RSC en la empresa (Deloitte Ecuador, 2017). El 35,89% de las empresas participantes del estudio de la Red Española del Pacto Mundial (2020) los consideran elementos clave para impactar positivamente sobre los ODS y contribuir a la Estrategia de Desarrollo Sostenible 2030.

3.4.2 Evaluación de las actividades

La triple cuenta de resultados es un concepto que hace referencia al desempeño que tiene una empresa en sus tres dimensiones: económica, social y medioambiental. Una

empresa que incorpora la sostenibilidad en su entidad realiza acciones que aportan a estas tres áreas (Orellana, 2006).

Pero las acciones aisladas no son suficientes para garantizar la efectividad y sostenibilidad, es necesario medir y evaluar el funcionamiento y los resultados que se están obteniendo con las mismas, como se hace con cualquier otra acción económica emprendida (Plasencia-Soler, Marrero-Delgado, Bajo-Sanjuan y Nicado-García, 2018).

Para medir los resultados ambientales, las organizaciones pueden hacer uso de sistemas como el análisis del ciclo de vida del producto, la calidad del producto, la cantidad de energía o agua empleada, su huella de carbono, o la cantidad de materiales reciclados y reutilizados.

Las acciones sociales se pueden evaluar a través de indicadores como el número de acciones de voluntariado realizadas, el número de programas de apoyo a la comunidad, la inversión que se realiza en programas de intervención en la comunidad, o el impacto social que tienen sus intervenciones, también conocido como SROI (Banke-Thomas, Madai, Charles y Van den Broek, 2015).

El SROI es una herramienta común que permite gestionar los impactos recogiendo las valoraciones de los distintos stakeholders y midiendo el valor extrafinanciero, ambiental y social, que no se refleja en la contabilidad convencional (Banke-Thomas *et al.*, 2015; Ecodes, 2021).

No obstante, en la práctica se suele percibir cierta desconexión entre los compromisos de las empresas y las acciones concretas que realizan ya que, tomando de ejemplo el estudio de la Red Española del Pacto Mundial (2020) y centrándonos en la elaboración de políticas de derechos humanos, el 25% de las empresas participantes cuentan con políticas en esta materia, pero solamente el 8% lleva a cabo evaluaciones.

Es importante aceptar que las acciones solas, sin ningún tipo de seguimiento y evaluación para su mejora continua, no son efectivas. Se necesita un proceso que permita comparar estas acciones, evaluar su empleabilidad y adecuación e identificar puntos de mejora para que aporten valor a la empresa (Plasencia-Soler *et al.*, 2018).

3.5 GUÍAS Y ESTÁNDARES APLICADOS A LA SOSTENIBILIDAD

Para la correcta aplicación de un sistema de gestión de la RSC, las empresas pueden hacer uso de distintas normas y estándares que les permitan guiar su proceso de introducción de la sostenibilidad en la entidad. Del mismo modo, también existes marcos

a seguir para el reporte de información a los grupos de interés correspondientes, lo cual es extremadamente útil para dejar constancia de las actividades y procedimientos que se están desarrollando en la empresa en pro de la sostenibilidad.

La Organización Internacional de Normalización (ISO) es una federación internacional para la creación de estándares y normas que promuevan la cooperación internacional en distintos ámbitos y que tiene como objetivo que las empresas se unan al desarrollo sostenible y al impulso de la responsabilidad corporativa (Olcese *et al.*, 2008; ISO, 2021). Las normas ISO son de aplicación internacional y se guían por el principio operativo PDCA (Plan – Do – Check -Act), en español PHVA (Planear – Hacer – Verificar – Actuar), que consiste en un proceso de mejora continua que incorpora cuatro elementos principales más un elemento previo de revisión inicial (Barcellos de Paula, 2011).

Las normas ISO más destacadas en el área de la sostenibilidad son la **ISO 26001**, que consiste en un conjunto de guías específicas para implementar sistemas de RSC en las empresas, asegurando el cumplimiento de los compromisos con sus respectivos stakeholders y promoviendo total transparencia (Puterman, 2012), y la **ISO 14001**, la cual define las directrices necesarias para implantar Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) y así gestionar los aspectos ambientales y mejorar el desempeño ambiental de la empresa (Monrós y Escrig, 2021).

Por otro lado, también es común la **ISO 9001**, norma de la calidad que establece los requisitos necesarios para contar con un Sistema de Gestión de la Calidad adecuado.

A nivel europeo, se encuentra el reglamento EMAS para que las empresas se adhieran, de manera voluntaria, a un sistema comunitario de gestión y auditorías ambientales. Presenta cierta similitud con la ISO14001 pero garantiza el cumplimiento de una correcta gestión ambiental verificada a través de auditorías independientes (Monrós y Escrig, 2021).

Para integrar la responsabilidad social en la estrategia empresarial de las organizaciones también es común seguir el estándar internacional **IQNet SR10**, el cual permite evidenciar ante terceros que una empresa ha implementado un Sistema de Gestión de Responsabilidad Social en su entidad, y una gestión integrada de los grupos de interés. Como sigue la estructura PHVA, normalmente lo implantan empresas que ya cuentan con sistemas de gestión ambiental como la ISO14001, EMAS, sistemas de gestión de calidad como ISO9001 (AENOR, 2021).

Otra herramienta de gestión es la **evaluación EFQM** se constituye como un modelo de calidad para autoevaluar y alcanzar procesos de mejora continua. Y en relación con las condiciones laborales, la **SA8000** es un estándar de certificación internacional para promover el desarrollo de prácticas socialmente responsables en el trabajo (SGS, 2021).

En cuanto a las herramientas de reporting, existen diferentes instrumentos que las empresas pueden utilizar para proporcionar información no financiera de su entidad. Por ejemplo, el **Dow Jones Sustainability Index (DJSI)** comprende un conjunto de índices de sostenibilidad en sus tres categorías: económica, social y ambiental, que integran las compañías de alto desempeño que cotizan en bolsa, y que sirve de referencia para la elaboración de informes para una variedad de entidades (S&P Global, 2021).

El **Global Reporting Initiative (GRI)** es el estándar más utilizado para elaborar memorias de sostenibilidad de acuerdo con la triple vertiente económica, social y ambiental, ya que proporciona un marco a través del cual las empresas pueden informar sobre los aspectos de estas tres áreas (GRI, 2021). Del mismo modo, el **Reporte Integrado (IR)** también es altamente utilizado como herramienta de comunicación de las actividades empresariales ya que es extremadamente útil para conocer los riesgos y las oportunidades de las empresas e incorporar los mismos en la toma de decisiones de la entidad, promoviendo una información corporativa clara y eficaz (IIRC, 2021). Se consolida actualmente como uno de los principales instrumentos para cumplir con la *Directiva 2014/95/UE*¹, que obliga a las empresas de más de 500 trabajadores a ofrecer información no financiera sobre su entidad (Comisión Europea, 2017).

Por otro lado, la **AA1000** es una norma no certificable que establece un sistema de participación para los grupos de interés, generando indicadores y mecanismos que permiten elaborar informes que evalúen y aseguren la eficacia del proceso (Barcellos de Paula, 2011).

¹ Directiva 2014/95/UE sobre la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos

Tabla 3.5.1: Resumen de guías y estándares de sostenibilidad

HERRAMIENTAS DE GESTIÓN	ISO 26001	Sistema de Gestión de RSC
	ISO 14001	Sistema de Gestión Ambiental (SGA)
	ISO 9001	Sistema de Gestión de Calidad
	Reglamento EMAS	Sistema de Gestión de RSC
	IQNet SR10	Sistema de Gestión de RSC
	Evaluación EFQM	Sistema de Gestión de Calidad
	SA 8000	Gestión de prácticas responsables
HERRAMIENTAS DE REPORTING	Dow Jones Sustainability Index (DJSI)	Conjunto de índices (económicos, sociales y ambientales) que integran compañías de alto desempeño que cotizan en bolsa
	Global Reporting Initiative (GRI)	Marco a seguir para la elaboración de memorias de acuerdo a la triple vertiente
	Reporte Integrado (IR)	Herramienta de comunicación de información económica, social y ambiental de la empresa
	AA1000	Sistema de participación para los grupos de interés

Fuente: elaboración propia basada en GRI (2021), S&P Global (2021), IIRC (2021), AENOR (2021), SGS (2021) y Barcellos de Paula (2011).

3.6 RETOS EN LA INTEGRACIÓN

La Red Española del Pacto Mundial (2020) ha realizado una consulta empresarial para la Estrategia de Desarrollo Sostenible 2030, y en ella identifica los principales obstáculos para las empresas en lograr la contribución a los ODS. Como la RSC permite introducir los ODS en las empresas, de este informe se pueden deducir algunas de las barreras que las organizaciones reconocen a la hora de introducir la sostenibilidad en general su estrategia e implantar correctamente un sistema de RSC.

En primer lugar, el principal problema que las empresas encuentran para contribuir a la Agenda 2030 es la falta de recursos internos, este problema sobresa sobre otros también comunes como la falta de incentivos o la ausencia de herramientas y recursos que faciliten esta aportación. La principal manera de contribuir empresarialmente a los ODS es a través de una buena gestión de RSC y no a partir de acciones aisladas, por lo que estos obstáculos también son barreras a la introducción de la sostenibilidad en la empresa.

El estudio de Bellido (2019) sobre empresas de Andalucía deduce que los principales ralentizadores de la integración de la sostenibilidad en la organización es la insuficiente disposición política, la escasa intervención de la Administración Pública y la pequeña difusión de información sobre RSC y sostenibilidad en la sociedad.

Además, en el estudio que condujo Collins *et al.* (2010) para determinar las barreras que las empresas de Nueva Zelanda se encontraban a la hora de introducir prácticas sociales y medioambientales en su estrategia se infirió que los costes (51%), el manejo del tiempo (39%) y el conocimiento y habilidades (31%) eran las tres principales barreras encontradas en 2006. Sin embargo, en el grupo de discusión que se llevó a cabo como parte de este mismo estudio, se dedujo que la falta de conocimiento y habilidades son el factor considerado más determinante a la hora de introducir la sostenibilidad en la empresa.

3.6.1 Covid-19, RSC y sostenibilidad

Actualmente, uno de los grandes retos de las empresas es hacer frente a la crisis de la pandemia Covid-19 que está teniendo un extremado impacto en todas las organizaciones del Planeta, en la manera en las que estas están siendo gestionadas y en la introducción de la sostenibilidad en la estrategia empresarial.

Esta situación especial se debe tener en cuenta y se ha de fomentar la resiliencia empresarial para que las empresas puedan recuperarse de este escenario y estar preparadas ante futuras crisis (Red Española del Pacto Mundial, 2020).

Según Xifra (2020) un buen sistema de RSC puede ayudar a las empresas a afrontar tiempos inciertos y condiciones socioeconómicas adversas, como las que son resultado de la Covid-19. Ahora más que nunca las empresas están obligadas a ser conscientes de las necesidades de sus diversos grupos de interés ya que la salud de uno viene determinada por la del otro y es más importante que nunca el velar por el bien común.

El informe de Edelman (2020) enumera los factores que los públicos de las organizaciones consideran esenciales en la gestión eficaz de la RSC durante la pandemia y el principal es buscar soluciones a las necesidades de la comunidad antes que ventas de productos o servicios. En esta línea, Xifra (2020) menciona ejemplos de entidades, como Seat o Zara, que han modificado sus cadenas de valor para fabricar respiradores artificiales o mascarillas.

Según el informe de Edelman (2020), las empresas que pasen a producir productos que ayuden a la comunidad a enfrentarse a estos nuevos desafíos, pueden conseguir una

mejora y mantenimiento de su reputación en un 44%. De la misma manera, se destacan las acciones de ofrecer productos a un precio más asequible o gratuitos al personal sanitario, personas de alto riesgo o afectados por la Covid-19.

Según el autor Laurent (2019) las crisis se resuelven restableciendo la confianza, por eso, cuidar y gestionar correctamente las relaciones con los grupos de interés a través de la RSC debe consolidarse como factor prioritario de las empresas. La crisis es el momento para innovar y utilizar todos los recursos de la empresa para marcar la diferencia. Y si no es posible, comunicar claramente las razones de ello, siempre construyendo relaciones fuertes con los grupos de interés vinculados a la empresa y siendo transparentes en todo momento (Xifra, 2020).

No obstante, el estudio realizado por la Red Española del Pacto Mundial (2020) señala que el 41,05% de las empresas participantes consideran que la crisis de la Covid-19 reducirá la integración de la sostenibilidad de la empresa. Sin embargo, un porcentaje cercano (30,95%) apoya la idea de que la pandemia incrementará la integración de la sostenibilidad en la estrategia empresarial. Existe una gran polaridad en las opiniones acerca de la criticalidad de la RSC para afrontar esta situación y futuras crisis.

Dicho estudio también dirigió un workshop empresarial sobre la Estrategia de Desarrollo Sostenible 2030, en el que descubrió pymes, microempresas y autónomos que declaran haber afrontado efectivamente la crisis de la Covid-19 gracias a la aplicación de la Agenda 2030, ya que ya habían trabajado previamente en áreas relativas a los ODS 3: Salud y Bienestar, y ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico. Gracias a tener en cuenta los ODS y la sostenibilidad desde el principio, han podido mantener su actividad y adaptarse rápidamente a los cambios. Varias pymes participantes en el workshop manifiestan que la sostenibilidad les resultó esencial para afrontar la crisis y que, de no haberla integrado en su estrategia, la pandemia les hubiese impactado aún más a nivel económico.

4. ESTUDIO EMPÍRICO DE LA MILLA DEL CONOCIMIENTO – MARGARITA SALAS

4.1 Objetivos del estudio empírico

El presente estudio tiene como objetivo principal conocer las acciones en materia de sostenibilidad que realizan las empresas y entidades ubicadas en el espacio empresarial conocido como Milla del Conocimiento de Gijón – Margarita Salas en las tres áreas implicadas: ambiental, social y económica. El estudio se centrará en especial en cinco organizaciones que conforman el Parque Científico Tecnológico de la ciudad de Gijón.

Del mismo modo, también se recogerán los conocimientos e impresiones de los empresarios participantes sobre la sostenibilidad, la responsabilidad social corporativa y sus implicaciones. Y, asimismo, el estudio busca conocer el valor que dichas actividades en materia de RSC aportan a las empresas integrantes del análisis.

Finalmente, con la información obtenida y el análisis de los resultados se pretende proporcionar la base necesaria para el desarrollo de acciones que permitan una mejora en el ámbito de la sostenibilidad para empresas. De esta misma manera, se fomenta aumentar la información disponible sobre la sostenibilidad empresarial, poniendo a disposición de cualquier interesado los resultados del presente estudio.

Problema de investigación: Estrategias de integración de la sostenibilidad y gestión de la RSC en las empresas de la Milla del Conocimiento de Gijón.

El problema puede dividirse en cuatro cuestiones que guiarán la investigación.

Preguntas de investigación:

1. ¿Las empresas tienen conocimientos sobre sostenibilidad y RSC?
2. ¿Son conscientes de los impactos que su actividad tiene en los diferentes grupos de interés?
3. ¿Se desarrollan programas de acciones para gestionar estas relaciones y mitigar los efectos negativos derivados de su operativa?
4. ¿La integración de la sostenibilidad y RSC en la empresa aporta valor a la misma?

4.2 Datos Generales

Este estudio está compuesto por empresas que integran la Milla del Conocimiento de Gijón, espacio geográfico ubicado en la localidad de Gijón que aúna empresas e instituciones públicas con el objetivo de aprovechar el talento, el potencial y la tecnología del entorno. La finalidad de este ecosistema de innovación es fomentar el intercambio de conocimiento y la cooperación entre las entidades que lo conforman, para que esta zona sea motor de crecimiento económico para la ciudad de Gijón (Milla del Conocimiento, 2014).

4.3 Metodología del estudio

Para abordar el estudio empírico se diseña una investigación cuantitativa mediante encuesta estructurada, la encuesta utiliza un cuestionario online (anexo 1). La elección de esta herramienta se debe a su gran capacidad de colección de datos de una muestra de tamaño considerable de manera sistemática y eficiente (Burns, Veeck y Bush 2017).

Este análisis permitirá deducir tendencias e inclinaciones en las diferentes dimensiones de sostenibilidad y RSC, que permitan conocer mejor la situación de estas organizaciones y definir unas líneas base a seguir para futuros estudios.

Se utilizó un Google Forms como programa de recogida de información y tabulación (figura 4.3.1).

Figura 4.3.1: Captura de pantalla del programa de tabulación empleado

The screenshot shows a Google Forms interface. At the top, there are tabs for 'Preguntas' and 'Respuestas' with a count of 5. The form is titled 'Sección 1 de 11' and 'La sostenibilidad en las empresas de Gijón'. The creator is identified as 'Milla del Conocimiento-Margarita Salas'. The objective of the survey is to analyze the degree of commitment to sustainability in companies and entities of the Milla del Conocimiento in Gijón, as well as to know the activities they carry out in this matter and the value they add to each entity. The form includes a required 'Correo' field with a validation message 'Correo válido' and a link to 'Cambiar configuración'. Below this, there are several short-answer text fields: 'Cuestionario cumplimentado por (nombre y apellidos):', 'Cargo:', 'Nombre de la compañía:', and 'Actividad de la empresa:'.

El cuestionario es el elemento central del proceso de investigación y tiene que estar fundamentado en los objetivos del estudio. Por ello, se han seguido una serie de procesos para su diseño considerando los objetivos de la investigación, formato de las respuestas y lenguaje y la estructura. Se ha estructurado de manera que se vaya de la parte más general, conceptos de sostenibilidad y RSC e implicaciones, a aspectos más específicos como las actividades llevadas a cabo por cada entidad y el valor que les reportan (tabla 4.3.2).

Tabla 4.3.1: Estructura de las preguntas del cuestionario

Dimensión	Pregunta	Estilo de pregunta
Conceptos e implicaciones	P1. Identifique tres ideas (elementos) que considere que están relacionados con la sostenibilidad	Pregunta abierta
	P2. Por favor, indique tres ideas (elementos) que considere que están relacionados con el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	
Sostenibilidad	P3. ¿Conoce los objetivos de desarrollo sostenible ODS)?	Pregunta cerrada
	P4. ¿Sobre qué 3 ODS considera que impacta la actividad de su empresa principalmente?	
	P5. Valore del 1 al 5 el grado de importancia que tienen para su empresa las siguientes acciones relacionadas con la sostenibilidad	Pregunta de escala Likert
	P6. Valore su grado de conformidad con las implicaciones que tiene introducir políticas relativas a la sostenibilidad en su empresa	
Actividades y acciones de la empresa	P7. A continuación, por favor, verifique cuáles de las siguientes acciones de la empresa relativas al compromiso con la sostenibilidad y la RSC acomete su entidad	Pregunta cerrada
Grupos de interés (stakeholders)	P8. Por favor, indique los grupos de interés (stakeholders) más relevantes para su empresa (RSC)	Pregunta abierta
	P9. Indique cuales de las siguientes actividades relativas a los empleados lleva a cabo su entidad	Pregunta cerrada
	P10. Por favor, indique cuáles de las siguientes actuaciones relativas a los proveedores lleva a cabo su entidad	
	P11. Valore del 1 al 5 el grado de importancia que tienen para su empresa las siguientes acciones relativas al grupo de interés sociedad y medio ambiente	Pregunta de escala Likert
	P12. Por favor, indique cuáles de las siguientes acciones específicas relativas a la sostenibilidad lleva a cabo su entidad	Pregunta cerrada
	P13. Indique alguna otra acción concreta que realiza en el logro de los previos objetivos	Pregunta abierta
	P14. Valore del 1 al 5 el grado de importancia que tienen para su empresa las siguientes acciones de compromiso con la sociedad	Pregunta de escala Likert
	P15. De las anteriores actividades, por favor, indique las 3 principales acciones que usted realice	Pregunta cerrada
Estándares y normas	P16. Por favor, indique cuáles de los siguientes sistemas de gestión y normas aplica	Pregunta abierta
	P17. Otra/s norma/s	
	P18. ¿La compañía lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados para proporcionar información acerca de la efectividad del sistema de gestión responsable?	Pregunta cerrada
	P19. ¿La alta dirección revisa el sistema de gestión empresarial de la organización a intervalos planificados?	
	P20. ¿Se identifican 'no conformidades' con la gestión responsable y se desarrollan acciones de mejora para controlarlas y corregirlas?	
	P21. Indique de cuáles de las siguientes herramientas de reporting dispone	
	P22. Otra/s herramienta/s	Pregunta abierta
	P23. ¿Su empresa pertenece a algún clúster de empresas o asociación de empresarios que tenga en cuenta actividades empresariales sostenibles?	
Evaluación	P24. Por favor, indique las áreas en las que su empresa mide y evalúa resultados ambientales	Pregunta cerrada
	P25. Por favor, indique las áreas en las que su empresa mide y evalúa resultados sociales:	
Beneficios de la aplicación de la RSC	P26. Indique su grado de acuerdo con los siguientes beneficios que aporta la RSC e introducción de la sostenibilidad en su empresa	Pregunta de escala Likert
Dificultades de la aplicación	P27. Indique si está de acuerdo con los siguientes factores como principales dificultades a la hora de implantar medidas para mejorar la sostenibilidad en las empresas	Pregunta de escala Likert
Situación actual	P28. Califique del 1 al 5 su nivel de conformidad con las siguientes afirmaciones sobre cómo ha afectado el impacto de la Covid-19 a su empresa	Pregunta de escala Likert
	P29. Indique los desafíos de sostenibilidad futuros que considera ha de hacerse frente desde las siguientes perspectivas: medioambiental, social, económica	Pregunta abierta

Fuente: Elaboración propia

Las preguntas empleadas para elaborar el cuestionario han sido en su gran mayoría cerradas con un número específico de alternativas de respuesta. También se han empleado preguntas abiertas para que el entrevistado contase con libertad total de respuesta, y preguntas de escala con un gradación o puntuación en cada una de las opciones, esto resulta especialmente útil para conocer las valoraciones sobre determinadas actividades y acciones empresariales.

En las cuestiones de valoración se ha optado por el uso de escalas tipo *Likert* (escala psicométrica) para determinar el grado de acuerdo o desacuerdo y la importancia que se atribuyen a diferentes actividades e implicaciones de la RSC, donde el extremo inferior sería la respuesta negativa y el superior la positiva. Este tipo de escalas facilita más posibilidades de respuesta para expresar el nivel de opinión (Hayes, 2002) y, estadísticamente, permite una mayor fiabilidad (Lissitz y Green, 1995).

4.4 Limitaciones del estudio

Existen varias limitaciones que han contribuido a la ineffectividad del análisis cuantitativo del estudio y que han conducido a cambiar la orientación hacia un análisis más cualitativo de los resultados obtenidos.

En primer lugar, las encuestas online son una herramienta muy extendida debido a sus reducidos costes, pero sus restricciones en cuanto al acceso a dichas encuestas o la disponibilidad y poca diligencia de las personas a contestarlas son evidentes. Esto genera problemas como la poca representatividad de la población objetivo o la dificultad de obtención de información (Ilieva, Baron y Healey, 2002; Baines y Chansarkar, 2002).

Por otro lado, las características específicas de este estudio han sido determinantes en la poca efectividad de este método de recolección de datos. La población objetivo está formada por pequeñas y medianas empresas y, en general, la sostenibilidad y RSC están más consolidadas en grandes empresas (Red Española del Pacto Mundial, 2020). Se puede deducir que al tratarse de un cuestionario sobre un tema del que quizás no se tengan tantos conocimientos, las entidades se han mostrado reacias a contribuir al estudio.

Por último, la situación actual de Covid-19 ha impedido realizar un refuerzo presencial para promover la compleción de la encuesta. Se realizaron varios reenvíos de mailing para animar a las empresas a participar en el estudio, pero, este esfuerzo no resultó exitoso. Un refuerzo en persona, visitando las diferentes entidades y cuestionando a los representantes de cada entidad en persona hubiese sido extremadamente ventajoso,

sin embargo, la situación de pandemia actual impide realizar dichas acciones y supone, por lo tanto, otra barrera al estudio cuantitativo.

4.5 Resultados

La ejecución del estudio ha logrado alcanzar resultados sobre las implicaciones de la sostenibilidad y gestión de RSC en cinco empresas y entidades: Neoalgae Micro Seaweeds Products S.L, Centro Municipal de Empresas de Gijón S-A – Parque Científico Tecnológico de Gijón, Fundación Idonial, PISA proyectos de innovación y Carne Verde.

Estas empresas pertenecen a variados sectores de actividad: consultoría (Carne Verde y PISA proyectos de innovación), representación de centros tecnológicos (Fundación Idonial), administración pública (Centro Municipal de Empresas de Gijón S.A) y biotecnología (Neoalgae Micro Seaweeds Products S.L). El perfil de las empresas participantes está recogido en el anexo 2.

La diversidad de sectores empresariales presente permite identificar las diferencias que la actividad empresarial infiere en la manera en que las organizaciones introducen la sostenibilidad y la gestión de RSC en su estrategia empresarial y el valor resultante.

En primer lugar, como se puede observar en el anexo 3, la variedad de las ideas y nociones asociadas con el término sostenibilidad que las cinco empresas han respondido muestran la diversidad de los conceptos, desde innovación, al elemento puramente ambiental, pero también hacia la economía y el desarrollo de estrategias empresariales, lo que indica que diferentes ideas están arraigando en el conocimiento general del concepto.

Por otro lado, en relación con los ODS, los más recalcados son el ODS 13: Acción por el clima y el ODS 9: Industria, innovación e infraestructura. Esto se debe al perfil innovador y vanguardista de las empresas que conforman el Parque Tecnológico de Gijón. Seguidamente, dependiendo de las características específicas de cada empresa se les otorga mayor importancia a objetivos como el ODS 6: Agua limpia y saneamiento y el ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles.

Como se aprecia en el anexo 3, todas las empresas coinciden en que es necesario destinar un mayor esfuerzo a cuidar y proteger el medio ambiente, y mitigar el cambio climático. Sin embargo, buscar la cohesión y la estabilidad de la población no son acciones tan relevantes para ellas.

Con referencia a las herramientas y mecanismos que las organizaciones utilizan para potenciar su compromiso con la sostenibilidad y RSC, se ve claramente un fuerte uso de los códigos éticos o de conducta, así como la utilización de la sostenibilidad para guiar todas las actividades de la empresa. Además, se evidencia una tendencia en el uso de mapas de stakeholders para clasificar a los grupos de interés, y hay una clara predisposición del uso de una figura de responsable de RSC sobre la configuración de un departamento específico para esta labor.

Por otro lado, la diversidad en las respuestas sobre los grupos de interés identificados por las empresas es tan amplia, dispar y, en algunos casos, inexistente, que permite deducir que las entidades no tienen una clara concepción sobre este concepto.

Centrando el estudio en el trato que las entidades proporcionan a sus empleados, todas las organizaciones encuestadas cuentan con medidas para garantizar que las condiciones de trabajo permitan a sus empleados conciliar su vida laboral, de salud y familiar, y también invierten en la formación de su plantilla de trabajo. Además, es muy prominente el esfuerzo concedido a asegurar una participación y salarios equitativa entre sexos y a aplicar políticas de igualdad laboral en cuestiones de género. Es visible una tendencia en el área de género e igualdad de oportunidades.

En cuanto a las relaciones con proveedores se ven claras diferencias entre entidades, pero, la inclinación es a no volcar tanto esfuerzo a este grupo de interés como a otros. Las acciones más destacables en la atención brindada a la cadena de suministro son el uso de políticas de KM0 y compras a proveedores de la región.

Con respecto al medio ambiente, se puede apreciar un fuerte compromiso general, con un énfasis sobre todo en la introducción de políticas de reciclaje, reducción de residuos y reutilización. La aplicación de principios de economía circular también es destacable.

En relación con la dimensión sociedad, la importancia otorgada a las actividades de esta área es más dispar. No obstante, destaca el apoyo a fundaciones que contribuyan a la sostenibilidad social, ambiental y económica, así como contar con un plan de comunicación interna y externa, participar en asociaciones que difundan la RSC o desarrollar campañas para difundir estos valores. Al tratarse de pequeñas entidades es evidente que poseer una fundación propia para impulsar la sostenibilidad no es una actividad común y, sorprendentemente, colaborar con ONGs o desarrollar proyectos de voluntariado no son acciones muy populares.

En lo referente a estándares y normas utilizados su utilización no es muy elevada, pero destaca el uso de la evaluación EFQM y la ISO9001, ambas utilizadas para gestionar la

calidad y la capacidad de las organizaciones para cumplir con las necesidades de sus clientes. El reporte de información, por el contrario, no está nada extendido, solamente dos entidades cuentan con el uso de la memoria de la Agenda 2030 como herramienta de reporting.

Con respecto a los beneficios de la introducción de la sostenibilidad en la empresa, todas las entidades se muestran conformes a los beneficios indicados, demostrando así que el valor que aporta esta la RSC a la empresa es mayor que la inversión y el esfuerzo necesarios para aplicarla. A pesar de que la variedad de beneficios percibidos es alta, destacan sobre todo los reputacionales, de imagen de marca y posicionamiento de la empresa. También son resaltables la mejora de la adecuación a las necesidades del cliente e incremento de la lealtad del consumidor, así como la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Por último, los obstáculos a superar en la introducción de la sostenibilidad son muy diferentes en función de la entidad de la que se trate, no obstante, se podrían señalar la ausencia de normas sobre sostenibilidad y la ausencia de presión externa a la empresa como dificultades transversales a todas las empresas. Cabe resaltar que la falta de conocimiento suficiente sobre la sostenibilidad y RSC, y la falta de involucración de la alta dirección presentan respuestas en dos polos extremos con opiniones muy contrarias.

La Covid-19, finalmente, ha supuesto un impulso de prácticas de RSC más que un inconveniente. Destacan principalmente aquellas actividades relacionadas con los empleados, como el aumento de las medidas de salud y seguridad en el trabajo, el esfuerzo por ofrecer una mejor conciliación laboral y cobertura de las necesidades de los empleados y la introducción a largo plazo del teletrabajo.

5. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Fruto del estudio teórico y análisis empírico de esta investigación, se pueden apreciar claramente varias conclusiones que servirán de base para propuestas futuras de mejora.

En primer lugar, destaca el conocimiento general sobre las implicaciones de la sostenibilidad, la RSC y los ODS y Agenda 2030 que muestran las empresas participantes en el proyecto. Estos resultados son acordes a la investigación de Bellido (2019) para la confederación de Empresarios de Andalucía, quien también constata que el conocimiento de los ODS por parte del tejido empresarial andaluz es elevado.

En esta línea, el ODS 13: Acción por el clima es junto con el ODS 9: Industria, innovación e infraestructura, uno de los más resaltados por las empresas del Parque Científico Tecnológico de Gijón. Aquí se puede observar una tendencia que concuerda con los resultados de la Red Española del Pacto Mundial (2020) y el estudio de Bellido (2019), ya que en ambos el ODS 13 se conforma uno de los objetivos prioritarios de la Agenda.

Se podría deducir, así, que el ODS 13 es un objetivo transversal a toda la industria, mientras que la importancia otorgada al resto de objetivos varía en función del sector, la situación y las características propias de la entidad.

En cuanto a las acciones relacionadas con la protección y la promoción del medio ambiente, las cinco empresas muestran un claro compromiso y desarrollan, principalmente, acciones relacionadas con la implementación de políticas de reducción, reciclaje y reutilización. Dunphy *et al.* (2007) explica que estas medidas son muy empleadas debido a ser muy fácilmente aplicables, pero a la vez altamente contribuyentes a la mejora de la eficiencia organizacional y la mitigación de los impactos ambientales.

El uso de herramientas más sencillas se puede deber a una falta de recursos o de conocimientos suficientes para poder desarrollar acciones más avanzadas por parte de estas entidades de pequeño tamaño. Como consecuencia, se debe impulsar el apoyo público hacia las pymes que con clara voluntad de introducir la sostenibilidad en su estrategia pero que carecen de instrumentos para ello. El estudio de la Red Española del Pacto Mundial (2020) también declara el anhelo de las pymes de la promoción por parte de la administración pública de herramientas que les ayuden a incorporar los ODS en sus entidades y la oferta de ayudas a aquellas que necesiten recursos.

Otro punto crítico es la carencia de sistemas de reporte de información para informar a los distintos grupos de interés de la empresa sobre las actividades que se están llevando a cabo en materia de sostenibilidad. El uso de instrumentos que permiten dar a conocer lo que la empresa está realizando en término de gestión de RSC es esencial para mejorar las relaciones con los diversos stakeholders, pero también es muy provechoso como herramienta de gestión e identificación de áreas a mejorar. Se propone, por ende, promocionar e impulsar el uso de herramientas de reporting entre las pymes para que se integren en sus estrategias empresariales.

Por otro lado, se evidencia una leve ausencia de presión por parte de los clientes que ralentiza la implantación de medidas de mejora de la sostenibilidad de la empresa. Para paliar este problema han de ser los propios consumidores y sociedad en general quienes

demanden a las empresas los principios y valores de la sostenibilidad y RSC. Concienciar a la población sobre sostenibilidad y prácticas empresariales respetuosas puede ser el primer paso para traducir esta demanda en mejoras en la gestión de RSC de las entidades. Esto también puede fomentar un impulso de la innovación en este campo que puede ser muy beneficiosos y determinante para el logro de ventajas competitivas por parte de las empresas.

Por último, cabe mencionar las limitaciones del estudio empírico y las consecuencias de la pandemia de la Covid-19 que han influido y dificultado la consecución de los resultados esperados. No obstante, estos factores han permitido darle otro enfoque al estudio que servirá de base para futuras investigaciones. De hecho, se propone realizar un estudio futuro con el objetivo de conocer más en profundidad las prácticas y el valor que la RSC aporta a las empresas y entidades de la Milla del Conocimiento de Gijón, utilizando de guía el presente documento.

Avanzar y continuar estudiando el contexto de la sostenibilidad empresarial y la RSC es altamente beneficioso para progresar y saber qué áreas hay que mejorar e impulsar más con el fin de potenciar la RSC en las empresas, especialmente en las pymes, las cuales necesitan un impulso mayor, para así crear valor a largo plazo para la empresa, la sociedad y el medio ambiente.

6. REFERENCIAS

AENOR (2021). Sistema de la Gestión de la Responsabilidad Social IQNet SR10. <https://www.aenor.com/certificacion/responsabilidad-social/iqnet-sr-gestion-responsabilidad-social>

Arroyo, J (2018). Los códigos de ética y los códigos de conducta en la promoción de la ética organizacional. *Revista Nacional De Administración*, 9(1), 87-103.

Artaraz, M. (2002). Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. *Ecosistemas*, 11(2). <https://doi.org/10.7818/ECOS.614>

Avendaño C., W. R. (2013). Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): Una nueva perspectiva para las empresas. *Revista Lasallista De Investigacion*, 10(1), *Revista lasallista de investigacion*, 2013, Vol.10 (1).

Ayuso, S. (2009). Estructura organizativa de la RSC en las empresas españolas. Documento de trabajo núm. 3. Escola Superior de Comerç Internacional. Documento

Electrónico. Consultado en: <http://mango.esci.upf.edu/DOCS/Documents-de-treball/3-Estructura-organizativa-RSC.pdf>

Baines, P y Chansarkar, B. (2002). *Introducing marketing research*. Chichester: Wiley

Bajo, A. y Fernández, J. L. (2012). La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad. *ADRResearch: Revista Internacional De Investigación En Comunicación*, (6), 130-143.

Bajo-Sanjuán, A, y Fernández-Fernández, J. L (2012). "La Teoría Del Stakeholder O De Los Grupos De Interés, Pieza Clave De RSE, Del éxito Empresarial Y De La Sostenibilidad." *ADRResearch: Revista Internacional De Investigación En Comunicación* 6 (2012): 130-43.

Banke-Thomas, A. O., Madaj, B., Charles, A., y van den Broek, N. (2015). Social Return on Investment (SROI) methodology to account for value for money of public health interventions: a systematic review. *BMC Public Health*, 15(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-015-1935-7>

Barcellos de Paula, L. (2011). Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial. Consultado en <http://hdl.handle.net/2445/35386>

Barrutia Legarreta, Jose M, Echebarria Miguel, Carmen, y Aguado Moralejo, Itziar. (2007). Una red de políticas para la difusión de la Agenda 21 Local en Euskadi. (With English summary.). *Ekonomiaz*, (64), 214-235

Bellido, M. (2019). El Conocimiento de la Pyme sobre los ODS: Informe sobre el grado de conocimiento del tejido empresarial andaluz de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. Proyecto Fomento de la Cultura Emprendedora y del Autoempleo 2018. Confederación de Empresarios de Andalucía. SE 1808-2019

Burns, A., Veeck, A., y Bush, R. (2017). *Marketing research (Eighth edition.)*. Harlow: Pearson.

Bustos Flores, C. y Chacón Parra, G (2009). El desarrollo sostenible y la agenda 21. *Telos (Maracaibo, Venezuela)*, 11(2), 164-181

Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility. *Business & Society*, 38(3), 268-295.

Castrillón, M. A., y Mares, A. I. (2014). Revisión sobre la sostenibilidad empresarial. *Revista de estudios avanzados de liderazgo*, 1(3), 52-77.

Cleghorn. E. L. (2005). Gestión ética para una organización competitiva. Bogotá, Colombia.

Collins, E., Roper, J., y Lawrence, S. (2010). Sustainability practices: trends in New Zealand businesses. *Business Strategy and the Environment*, 19(8), 479-494.

Comisión de las Comunidades Europeas (2001). Libro Verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.

Comisión Europea (2017). Directrices sobre la presentación de informes no financieros (Metodología para la presentación de información no financiera). (2017/C 215/01). Consultado en: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017XC0705\(01\)&from=ES](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017XC0705(01)&from=ES)

Comisión Europea (2021). Responsabilidad social de las empresas (RSE): Actividades de la UE y nacionales para promover la RSE, mejorar las normas medioambientales en las empresas. Consultado en: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/doing-business-eu/corporate-social-responsibility-csr_es

Deloitte Ecuador (2017). Estudio de tendencias de Sostenibilidad. Recuperado de <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ec/Documents/deloitteanalytics/Estudios/Estudio%20RCS,202018>.

Dunphy D, Griffiths A, y Benn S. (2007). *Organizational Change for Corporate Sustainability* (2nd ed.). Routledge: London.

Ecodes (2021). Medición, Gestión y Evaluación Impacto: Desarrollamos productos, herramientas y servicios de medición de impacto social, ambiental y socioeconómico. Web: <https://ecodes.org/hacemos/cultura-para-la-sostenibilidad/medicion-y-evaluacion-de-impacto/medicion-del-impacto-social-ambiental-y-socioeconomico-a-traves-de-la-metodologia-sroi>

Edelman (2020). "Brand trust and the coronavirus pandemic". <https://www.edelman.com/research/covid-19-brand-trust-report>

Elkington, John. (1994). Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development. *California Management Review*, 36(2), 90-100.

EOI (2014). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Consultado en: <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/07/la-responsabilidad-social-empresarial-rse->

ISO (2021). About us. <https://www.iso.org/about-us.html>

Jelic, M C. (2016). Responsabilidad Social Corporativa y rendimiento corporativo: Los costos económicos y los beneficios de la RSC. *Valores En La Sociedad Industrial*, (92), 41-55

Jiménez Herrero, L.M. (2002): “La sostenibilidad como proceso de equilibrio dinámico y adaptación al cambio”, *Información Comercial Española (ICE)*, 800. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, España

Laurent, E (2019). *Économie de la confiance*. Paris: La Découverte. ISBN: 978 2 348043550

Lee, E.-J., Choi, H., Han, J., Kim, D. H., Ko, E. y Kim, K. H. (2019). How to “Nudge” your consumers toward sustainable fashion consumption: An fMRI investigation. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.050>

Lehtonen, M. (2004): “The environmental–social interface of sustainable development: capabilities, social capital, institutions”, *Ecological Economics*, 49.

Lissitz, R. W. y Green, S. B. (1975). Effect of the number of scale points on reliability: A Monte Carlo approach. *Journal of Applied Psychology*, 60, 10-13. [doi:doi.apa.org/journals/apl/60/1/10.pdf](https://doi.org/10.1037/0021-9010.60.1.10)

Luo, X. y Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate social responsibility, customer market satisfaction, and market value. *Journal of Marketing*, 70(4), 1---18.

Melé, D., Debeljuh, P. y Arruda, M. C. (2003). Corporate Ethical Policies in large corporations in Argentina, Brazil and Spain, WP nº 509, junio.

Milla del Conocimiento (2014). *La Milla del Conocimiento: Ecosistemas de Innovación*. <http://www.milladelconocimiento.com/>

Monrós, G y Escrig, E (2021). Bloque temático: Sistemas de Gestión Ambiental. Módulo: Medio Ambiente. Máster en sostenibilidad y responsabilidad social corporativa

Munasinghe, M. (1993): “Environmental Economics and Sustainable Development”. *Environmental Paper*, 3, World Bank, Washington

Olcese Santonja, A., Rodríguez, M. y Alfaro, J. (2008). *Manual de la empresa responsable y sostenible : Conceptos, ejemplos y herramientas de la responsabilidad social corporativa o de la empresa*. Madrid [etc.]: McGraw Hill.

Orellana, A. R. (2006). La RSC y la triple cuenta de resultados. Dirección Financiera, 231, 56-62.

Ortiz, D. E., Mandojana, N., y Ferrón, V. (2010). La influencia del Consejo de Administración en la Comunicación de información medioambiental. Revista de la Responsabilidad Empresarial, (5). Disponible en: <http://www.fundacionluisvives.org/rse/digital/5/articulos/53942/index.html>

Pachón, Y. A. (2014). La influencia de la ética personal en las empresas. Consultado en: <http://hdl.handle.net/10654/10813>

Pierri, N. (2005): "Historia del concepto de desarrollo sustentable". En FOLADORI, G y PIERRI, N. (Coords.): ¿Sustentabilidad? Desacuerdos sobre el desarrollo sustentable. Miguel Angel Porrúa - Universidad Autónoma de Zacatecas, México DF

Plasencia-Soler, J, Marrero-Delgado, F, Bajo-Sanjuan, A. y Nicado-Garcia, M. (2018). Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones. (Models to Assess Organizational Sustainability. With English summary.). Estudios Gerenciales, 34(146), 63-73.

Prensa Ibérica (2021). Extra - Objetivos de Desarrollo Sostenible: ¿Dónde estamos y a dónde nos dirigimos? La Nueva España de Gijón, edición del 7 de mayo.

Puterman, P (2012). ISO 26001: ¿sistemas de Gestión de la Responsabilidad Social?. Diario Responsable. Consultado en: <https://diarioresponsable.com/opinion/15835-iso-26001-isistema-de-gestion-de-la-responsabilidad-social>

Ramírez, D. (2019). Modelo de gestión para organizaciones empresariales: Estructurado sobre los grupos de interés. Sinapsis (Quindío, Colombia), 11(2), 47-64.

Red Española del Pacto Mundial (2016). El Sector Privado ante los ODS. Guía práctica para la acción. Consultado en: https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2016/09/Guia_ODS_online.pdf

Red Española del Pacto Mundial (2020). Contribución de las empresas españolas a la estrategia de desarrollo sostenible 2030. Consultado en: <https://www.pactomundial.org/2020/11/contribucion-de-las-empresas-espanolas-a-la-estrategia-de-desarrollo-sostenible-2030-una-consulta-integral/>

Remacha, M. (2017). Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa. Consultado en: <https://media.iese.edu/upload/ST0438.pdf>

Rivas-Tovar, L. y Bernal-Pedraza, A. (2012). Modelos para la identificación de stakeholders y su aplicación a la gestión de los pequeños abastecimientos comunitarios de agua. *Lebret*, (4), 251-273

S&P Global (2021). ESG Indices: Dow Jones Sustainability Indices (DJSI). <https://www.spglobal.com/esg/performance/indices/>

Sánchez-Calero, J., Fuentes, M. y Fernández, I. (2011). La primacía de los accionistas y la RSC: ¿Una compatibilidad posible?. Universidad Complutense de Madrid. Consultado en: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/11962/>

SGS (2021). Certificación SA8000: Responsabilidad Social. <https://www.sgs.es/es-es/health-safety/quality-health-safety-and-environment/sustainability/social-sustainability/sa-8000-certification-social-accountability>

Sierra Ludwig, V. (2002). Desarrollo sostenible: Acotaciones conceptuales y revisiones estratégicas. *Boletín ICE Económico*, (2749), 13-24.

Spyropoulou, S., Skarmeeas, D. y Katsikeas, C. (2010). The role of corporate image in business to business export ventures: A resource based approach. *Industrial Marketing Management*, 39(5), 752---760.

UN (2020). Sustainable Development Goals Progress Chart 2020. United Nations. Consultado en: <https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/progress-chart-2020.pdf>

UN (2021). Objetivos de Desarrollo Sostenible: La Agenda para el Desarrollo Sostenible. Consultado en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

Valor, C y De la Cuesta, M (2007). Códigos éticos: Análisis de la eficacia de su implantación entre las empresas españolas cotizadas. *Innovar: Revista De Ciencias Administrativas Y Sociales*, 17(30), 19-30.

Vergara-Romero, A., Olalla-Hernández, A., Yturralde, J. M. y Sorhegui-Ortega, R. (2020). Responsabilidad social corporativa (RSC) y su impacto en el rendimiento económico de las principales Empresas en Ecuador. *Revista Espacios*, 41(10), 1-8. <http://w.revistaespacios.com/a20v41n10/20411013.html>.

WCED (World Commission on Environment and Development) (1987): *Our Common Future*. New York: Oxford University Press. Disponible en: <http://www.un-documents.net/ofc-ov.htm#l.3>

Xifra, J. (2020). Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19. *El Profesional De La Información*, 29(2), E290220.

ANEXO 1: CUESTIONARIO ONLINE DEL ESTUDIO

La sostenibilidad en las empresas de Gijón

Milla del Conocimiento-Margarita Salas

El presente cuestionario tiene como objetivo analizar el grado de compromiso con la sostenibilidad de las empresas y entidades de la Milla del Conocimiento de Gijón, así como conocer las actividades que realizan en esta materia y el valor que las mismas aportan a cada entidad.

***Obligatorio**

1. Correo *

2. Cuestionario cumplimentado por (nombre y apellidos):

3. Cargo:

4. Nombre de la compañía:

5. Actividad de la empresa:

Conceptos e implicaciones

1. Identifique tres IDEAS (elementos) que considere que están relacionados con la sostenibilidad:

6. 1.

7. 2.

8. 3.

2. Por favor, indique tres IDEAS (elementos) que considere que están relacionados con el CONCEPTO de Responsabilidad Social Corporativa (RSC):

9. 1.

10. 2.

11. 3.

Sostenibilidad

No existe una definición universal sobre la sostenibilidad, pero se utiliza como referencia el Informe Brundtland de 1987, el cual define la sostenibilidad como “la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.

Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

La Responsabilidad Social Corporativa radica en cómo las empresas integran su preocupación social y medioambiental en sus operaciones de negocios y en su interacción con los grupos de interés de un modo voluntario (Libro Verde: “Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social Corporativa”, Comisión Europea)

12. 3. ¿Conoce los objetivos de desarrollo sostenible ODS)?

Marca solo un óvalo.

No

Sí

13. 4. ¿Sobre qué 3 ODS considera que impacta la actividad de su empresa principalmente?

Selecciona todos los que correspondan.

- ODS 1: Fin de la Pobreza
- ODS 2: Hambre Cero
- ODS 3: Salud y Bienestar
- ODS 4: Educación de Calidad
- ODS 5: Igualdad de Género
- ODS 6: Agua Limpia y Saneamiento
- ODS 7: Energía Asequible y No Contaminante
- ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico
- ODS 9: Industria, Innovación e Infraestructura
- ODS 10: Reducción de las Desigualdades
- ODS 11: Ciudades y Comunidades Sostenibles
- ODS 12: Producción y Consumos Responsables
- ODS 13: Acción por el Clima
- ODS 14: Vida Submarina
- ODS 15: Vida de Ecosistemas Terrestres
- ODS 16: Paz, Justicia e Instituciones Sólidas
- ODS 17: Alianzas para Lograr los Objetivos

14. 5. Valore del 1 al 5 el grado de importancia que tienen para su empresa las siguientes acciones relacionadas con la sostenibilidad (siendo 1 'nada importante' y 5 'muy importante'):

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
1. Destinar un mayor esfuerzo a cuidar y proteger el medio ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Idear soluciones dentro de la empresa que permitan mitigar el impacto del cambio climático	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Buscar posibles soluciones a problemas derivados de la industrialización	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Preservar la biodiversidad sin renunciar al progreso económico y social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Buscar la cohesión y la estabilidad de la población	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Equilibrar el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y bienestar social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Garantizar que todas las personas tengan acceso a las mismas oportunidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. 6. Valore su grado de conformidad con las implicaciones que tiene introducir políticas relativas a la sostenibilidad en su empresa (siendo 1 'totalmente en desacuerdo' y 5 'totalmente de acuerdo')

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
1. Elaborar un código ético o de conducta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Cumplir con estándares de responsabilidad social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Utilizar la sostenibilidad para guiar todas las actividades de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Implantar un sistema de economía circular en la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Contar con un departamento específico de RSC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Disponer de una figura de responsable de RSC en la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Realizar proyectos para la comunidad, voluntariado o donaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Proyectar una buena imagen al exterior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Promover la movilidad sostenible entre sus empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Fomentar la colaboración público-privada con instituciones y administraciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Actividades y acciones de la empresa

16. 7. A continuación, por favor, verifique cuáles de las siguientes acciones de la empresa relativas al compromiso con la sostenibilidad y la RSC acomete su entidad:

Marca solo un óvalo por fila.

	No	Sí
1. Existe un departamento específico de RSC en la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Existe una figura de responsable de RSC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. El encargado de responsabilidad social está presente en la junta directiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Existe un comité de responsabilidad social compuesto por representantes de las principales áreas de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Cuenta la empresa con un código ético o de conducta que debe ser seguido por todos los niveles del organigrama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Se utiliza el modelo PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar) para gestionar la organización de manera responsable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Existe un mapa de stakeholders (grupos de interés de la empresa)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Grupos de interés (stakeholders)

Los grupos de interés o stakeholders de una empresa comprenden cualquier grupo o individuo que puede afectar o verse afectado por las actividades de una empresa y que, por lo tanto, tiene un derecho, reivindicación o propiedad en la organización.

8. Por favor, indique los grupos de interés (stakeholders) más relevantes para su empresa (RSC):

17. 1.

18. 2.

19. 3.

20. 9. indique cuales de las siguientes actividades relativas a los EMPLEADOS lleva a cabo su entidad:

Selecciona todos los que correspondan.

- 1. Asegurar una participación y salarios equitativa de hombres y mujeres en todos los niveles de la organización
- 2. Aplicar políticas de igualdad laboral en cuestiones de género
- 3. Elaborar políticas de diversidad e inclusión dentro de la empresa
- 4. Contar con planes de accesibilidad, tanto física como tecnológica, para el personal con discapacidad
- 5. Garantizar que las condiciones de trabajo permitan a los empleados conciliar su vida laboral, de salud y familiar
- 6. Invertir en la formación de la plantilla de trabajo
- 7. Desarrollar programas para los empleados de formación en el ámbito de medio ambiente y sostenibilidad

21. 10. Por favor, indique cuáles de las siguientes actuaciones relativas a los PROVEEDORES lleva a cabo su entidad:

Selecciona todos los que correspondan.

- 1. Se cuenta con una política sobre impactos en la sostenibilidad a la hora de seleccionar proveedores
- 2. Se premia a los proveedores con menos impactos ambientales
- 3. Se utiliza la gestión de residuos, la reducción de recursos y el uso de energías renovables como criterios de selección de proveedores
- 4. Se tienen en cuenta las prácticas internas de los proveedores con sus empleados como criterio de selección de estos
- 5. Se realizan acciones dirigidas a promover la conciencia ambiental del proveedor
- 6. Se utilizan políticas de KM0 y compras a proveedores de la región
- 7. Se da prioridad a los proveedores que promueven el comercio justo

22. 11. Valore del 1 al 5 el grado de importancia que tienen para su empresa las siguientes acciones relativas al grupo de interés SOCIEDAD y MEDIO AMBIENTE (siendo 1 'nada importante' y 5 'muy importante'):

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
1. Introducir acciones en el funcionamiento de la entidad que contribuyan a mitigar el cambio climático	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Utilizar principios de economía circular en las operaciones de la empresa y sus departamentos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Introducir metodologías creativas (Design Thinking u otras técnicas) para innovar en sus procesos y ser más sostenibles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Implementación de políticas de reducción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Implementación de políticas de reciclaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Implementación de políticas de reutilización	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. 12. Por favor, indique cuáles de las siguientes acciones específicas relativas a la sostenibilidad lleva a cabo su entidad:

Selecciona todos los que correspondan.

- 1. Ha introducido un sistema de ahorro y optimiza el consumo de luz
- 2. Ha introducido un sistema de ahorro y optimiza el consumo de calefacción
- 3. Ha introducido sistemas para el consumo y generación de energía renovable (verde): solar, geotermia...
- 4. Está adaptando estrategias de economía circular en las operaciones de la empresa y sus departamentosn 4
- 5. Ha implementado políticas de reducción en los recursos utilizados por la entidad
- 6. Ha logrado reducir los deshechos producidos
- 7. Ha implementado políticas de reutilizar (recursos utilizados) en la operativa de la entidad
- 8. Ha implementado políticas de fomento del reciclaje en sus diferentes departamentos productivos

24. 13. Indique alguna otra acción concreta que realiza en el logro de los previos objetivos

25. 14. Valore del 1 al 5 el grado de importancia que tienen para su empresa las siguientes acciones de compromiso con la SOCIEDAD (siendo 1 'nada importante' y 5 'muy importante):

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
1. Poseer una fundación para apoyar públicamente actividades de impulso de sostenibilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Apoyar a alguna fundación que contribuya a la sostenibilidad social, ambiental o económica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Participar en asociaciones y organismos que difundan la cultura de RSC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Colaborar con ONGs u otras organizaciones para ayudar a la cohesión social y medio ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Desarrollar campañas de marketing social, green marketing o marketing con causa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Realizar actividades de voluntariado con frecuencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Contar con un plan de comunicación, interna y externa, sobre todas las implicaciones de la sostenibilidad y la RSC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

26. 15. De las anteriores actividades, por favor, indique las 3 principales acciones que usted realice:

Selecciona todos los que correspondan.

- 1. Poseer una fundación para apoyar públicamente actividades de impulso de sostenibilidad
- 2. Apoyar a alguna fundación que contribuya a la sostenibilidad social, ambiental o económica
- 3. Participar en asociaciones y organismos que difundan la cultura de RSC
- 4. Colaborar con ONGs u otras organizaciones para ayudar a la cohesión social y medio ambiente
- 5. Desarrollar campañas de marketing social, green marketing o marketing con causa
- 6. Realizar actividades de voluntariado con frecuencia
- 7. Contar con un plan de comunicación, interna y externa, sobre todas las implicaciones de la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa

Estándares y normas

Existen sistemas de normas y estándares orientados a ordenar la gestión de una empresa en sus distintos ámbitos. Algunos de estos sistemas permiten verificar y certificar a la empresa.

27. 16. Por favor, indique cuáles de los siguientes sistemas de gestión y normas aplica

Selecciona todos los que correspondan.

- 1. IQNet SR10
- 2. SA 8000
- 3. SGE 21
- 4. ISO 26001
- 5. ISO 14001
- 6. ISO 9001
- 7. EMAS
- 8. Evaluación EFQM

28. 17. Otra/s norma/s
-

29. 18. ¿La compañía lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados para proporcionar información acerca de la efectividad del sistema de gestión responsable?

Marca solo un óvalo.

No

Sí

30. 19. ¿La alta dirección revisa el sistema de gestión empresarial de la organización a intervalos planificados?

Marca solo un óvalo.

No

Sí

31. 20. ¿Se identifican 'no conformidades' con la gestión responsable y se desarrollan acciones de mejora para controlarlas y corregirlas?

Marca solo un óvalo.

No

Sí

32. 21. indique de cuáles de las siguientes herramientas de reporting dispone :

Selecciona todos los que correspondan.

- 1. DJSI (Dow Jones Sustainability Index)
- 2. AA 1000
- 3. GRI (Global Reporting Initiative)
- 4. RI (Reporte Integrado)
- 5. Informes de Progreso
- 6. Memoria Agenda 2030

33. 22. Otra/s herramienta/s:

23. ¿Su empresa pertenece a algún clúster de empresas o asociación de empresarios que tenga en cuenta actividades empresariales sostenibles? Por favor, indique a cuáles:

34. 1.

35. 2.

36. 3.

Evaluación

37. 24. Por favor, indique las áreas en las que su empresa mide y evalúa resultados ambientales:

Selecciona todos los que correspondan.

- 1. Ciclo de vida del producto
- 2. Calidad del producto
- 3. Cantidad de energía usada
- 4. Cantidad de agua usada
- 5. Huella de carbono
- 6. Cantidad de materiales reciclados
- 7. Cantidad de materiales reutilizados

38. 25. Por favor, indique las áreas en las que su empresa mide y evalúa resultados sociales:

Selecciona todos los que correspondan.

- 1. Número de acciones de voluntariado realizadas
- 2. Número de programas de apoyo a la comunidad
- 3. Inversión en intervención en la comunidad
- 4. Impacto social de las intervenciones (SROI)
- 5. Diversidad de los empleados
- 6. Grado de satisfacción de los empleados
- 7. Puestos de trabajos creados

Beneficios de la aplicación de RSC

39. 26. Indique su grado de acuerdo con los siguientes beneficios que aporta la RSC e introducción de la sostenibilidad en su empresa (donde 1 es 'totalmente en desacuerdo' y 5 'totalmente de acuerdo'):

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
1. Beneficios reputacionales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Mejor valoración e imagen de marca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Mejora del posicionamiento de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Mejora de la productividad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Mejor captación y mantenimiento del talento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Ahorro de costes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Mejor adaptación a los cambios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Sostenibilidad del negocio a largo plazo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Mejora de la adecuación a las necesidades del cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Incremento de la lealtad del consumidor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Capacidad de anticipación a nuevas demandas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Dificultades de aplicación

40. 27. Indique si está de acuerdo con los siguientes factores como principales dificultades a la hora de implantar medidas para mejorar la sostenibilidad en las empresas (donde 1 es 'totalmente en desacuerdo' y 5 'totalmente de acuerdo'):

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
1. Confusión sobre los conceptos de sostenibilidad y RSC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Ausencia de normas sobre sostenibilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Suponen un coste sin beneficios para la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. La sostenibilidad interrumpe la consecución de los objetivos económicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Falta de involucramiento por parte de la dirección de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Ausencia de presión por parte de los clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Existe una presión para la maximización de objetivos financieros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. La sostenibilidad viene impuesta por los gobiernos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. La sostenibilidad condiciona el posicionamiento de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Afecta negativamente a la operativa futura de la entidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Situación actual

41. 28. Califique del 1 al 5 su nivel de conformidad con las siguientes afirmaciones sobre cómo ha afectado el impacto de la Covid-19 a su empresa (Donde 1 es 'totalmente en desacuerdo' y 5 'totalmente de acuerdo') (Vacio=Ns/Nc)

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
1. La RSC es útil para para mitigar los impactos de la Covid-19	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Se han incrementado las medidas de salud y seguridad en el trabajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Se han incrementado los costes relacionados con la conciliación laboral y la cobertura de las necesidades de los empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Se incorporan medidas de teletrabajo que van a mantenerse en la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Se mejoran las condiciones de los servicios a clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Han empeorado las relaciones con los clientes (Ejemplo: morosidad)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Se reformulan las relaciones con los clientes adaptando la situación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Se mejoran las condiciones de los servicios a proveedores, como el aplazamiento de pago de facturas, descuentos o planes ampliados para los mismos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Aumenta la colaboración empresarial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Se destinan mayores esfuerzos a atender las necesidades de la comunidad en la que se encuentra la empresa y se colabora con otras entidades para desarrollar nuevas iniciativas de bienestar social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Han aumentado las donaciones y prestaciones de servicios sin pedir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

contraprestaciones económicas

29. Indique los desafíos de sostenibilidad futuros que considera ha de hacerse frente desde las siguientes perspectivas:

42. DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

43. DIMENSIÓN SOCIAL

44. DIMENSIÓN ECONÓMICA

Datos de la Empresa

Complete, por favor, los siguientes datos sobre su entidad:

45. 30. Tipo de sociedad:

Marca solo un óvalo.

- Sociedad Limitada
- Sociedad Anónima
- Autónomo
- Comunidad de Bienes
- Cooperativa

46. 31. Número de trabajadores:

Marca solo un óvalo.

1 – 10

11 – 20

21 – 30

31 – 40

Más de 40

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

ANEXO 2: PERFIL DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES EN EL ESTUDIO

La siguiente tabla recoge el perfil de las cinco empresas participantes en el estudio sobre sostenibilidad y RSC de la Milla del Conocimiento – Margarita Salas de Gijón.

Entidad	Sector de Actividad	Tipo de Sociedad	Número de trabajadores
Nealgae Micro Seaweeds Products S.L.	Biología de microalgas	Sociedad Limitada	11-20
Centro Municipal de Empresas de Gijón S.A – Parque Científico Tecnológico de Gijón	Administración pública	Sociedad Anónima	21-30
PISA proyectos de innovación	Consultoría	Sociedad Limitada	11-20
Fundación Idonial	Centro tecnológico	NS/NC	Más de 40
Carne Verde	Consultoría	Sociedad Limitada	11-20

ANEXO 3: ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL ESTUDIO

A continuación, se recopilan los resultados más destacables del estudio empírico de la sostenibilidad en las empresas y entidades de la Milla del Conocimiento de Gijón.

Conceptos e implicaciones.

Identifique tres ideas (elementos) que considere que están relacionados con la sostenibilidad:

- Uso optimizado del agua y reciclado para los cultivos de microalgas
- Proyectos de I+D relacionados con la temática ambiental: biofertilizantes sin pesticidas, tratamiento de suelos contaminados con bioestimulantes, fijación de CO₂ con cultivos de microalgas, etc.
- Fabricación de productos veganos y ecológicos a partir de microalgas, fuente inagotable
- Medio ambiente
- Sociedad
- Economía
- Crecimiento económico
- Inclusión social
- Protección ambiental
- Reciclaje
- Eficiencia energética
- Economía circular
- Cero emisiones
- Compensación
- Ayuda al medio ambiente

Indique tres ideas (elementos) que considere que están relacionados con el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC):

- Compromiso de igualdad de género a todos los niveles de la empresa
- Compromiso de contratación de proveedores locales o autonómicos en la medida de lo posible
- Transparencia
- Comportamiento ético
- Relación con los grupos de interés
- Integración
- Preocupación social y ambiental
- Desarrollo económico
- Colaboración con el desarrollo y causas solidarias
- Cuidado de la salud fomentando hábitos de vida saludables
- Fomento de la cultura
- Compromiso medioambiental
- Compromiso social
- Compromiso con las emisiones

Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Objetivo de Desarrollo Sostenible	Número de respuestas
ODS 1. Fin de la pobreza	
ODS 2. Hambre cero	
ODS 3. Salud y bienestar	1 respuesta
ODS 4. Educación de calidad	1 respuesta
ODS 5. Igualdad de género	
ODS 6. Agua limpia y saneamiento	2 respuestas
ODS 7. Energía asequible y no contaminante	1 respuesta
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico	
ODS 9. Industria, innovación e infraestructura	3 respuestas
ODS 10. Reducción de las desigualdades	
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles	2 respuestas
ODS 12. Producción y consumo responsables	1 respuesta
ODS 13. Acción por el clima	3 respuestas
ODS 14. Vida submarina	
ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres	1 respuesta
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas	
ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos	

Importancia otorgada a distintas acciones relacionadas con la sostenibilidad (donde 1 es ‘nada importante’ y 5 ‘muy importante’).

Acción	Importancia				
	1	2	3	4	5
1. Destinar un mayor esfuerzo a cuidar y proteger el medio ambiente				1	4
2. Idear soluciones dentro de la empresa que permitan mitigar el impacto del cambio climático			1	2	2
3. Buscar posibles soluciones a problemas derivados de la industrialización		1	1	1	2
4. Preservar la biodiversidad sin renunciar al progreso económico y social		1		2	2
5. Buscar la cohesión y la estabilidad de la población		2		1	2
6. Equilibrar el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y bienestar social			1	1	3
7. Garantizar que todas las personas tengan acceso a las mismas oportunidades			1	1	3

Herramientas y mecanismos de compromiso con la RSC y sostenibilidad: grado de conformidad (donde 1 es ‘totalmente en desacuerdo’ y 5 ‘totalmente de acuerdo’).

Herramienta	Grado de conformidad				
	1	2	3	4	5
1. Elaborar un código ético o de conducta				2	3
2. Cumplir con estándares de responsabilidad social			3		2
3. Utilizar la sostenibilidad para guiar todas las actividades de la empresa				1	4
4. Implantar un sistema de economía circular en la empresa				3	2
5. Contar con un departamento específico de RSC		1	2	1	1
6. Disponer de una figura de responsable de RSC en la empresa			1	2	2
7. Realizar proyectos para la comunidad, voluntariado o donaciones			2		3
8. Proyectar una buena imagen al exterior			2		3
9. Promover la movilidad sostenible entre sus empleados			1		4
10. Fomentar la colaboración público-privada con instituciones y administraciones			2		3

Grupos de interés.

Indique los grupos de interés (stakeholders) más relevantes para su empresa

- Patronato
- Plantilla
- Administración pública
- Emprendedores del municipio
- Empresarios del municipio
- Grupos de investigación universitarios, centros tecnológicos
- Empresas industriales
- Instituciones públicas
- Medio ambiente
- Naturaleza
- Sostenibilidad

Empleados: actividades relativas a los empleados llevadas a cabo por las entidades

Actividad	Número de empresas
1. Asegurar una participación y salarios equitativa de hombres y mujeres en todos los niveles de la organización	4
2. Aplicar políticas de igualdad laboral en cuestiones de género	4
3. Elaborar políticas de diversidad e inclusión dentro de la empresa	2
4. Contar con planes de accesibilidad, tanto física como tecnológica, para el personal con discapacidad	2
5. Garantizar que las condiciones de trabajo permiten a los empleados conciliar su vida laboral, de salud y familiar	5
6. Invertir en la formación de la plantilla de trabajo	5
7. Desarrollar programas para los empleados de formación en el ámbito de medio ambiente y sostenibilidad	2

Proveedores: actuaciones relativas a proveedores llevadas a cabo por las entidades

Actividad	Número de empresas
1. Se cuenta con una política sobre impactos en la sostenibilidad a la hora de seleccionar proveedores	2
2. Se premia a los proveedores con menos impactos ambientales	2
3. Se utiliza la gestión de residuos, la reducción de recursos y el uso de energías renovables como criterios de selección de proveedores	3
4. Se tienen en cuenta las prácticas internas de los proveedores con sus empleados como criterio de selección de estos	2
5. Se realizan acciones dirigidas a promover la conciencia ambiental del proveedor	2
6. Se utilizan políticas de KMO y compras a proveedores de la región	4
7. Se da prioridad a los proveedores que promueven el comercio justo	2

Medio ambiente y sociedad: grado de importancia de acciones empresariales relacionadas con el medio ambiente (siendo 1 'nada importante' y 5 'muy importante')

Acción	Grado de importancia				
	1	2	3	4	5
1. Introducir acciones en el funcionamiento de la entidad que contribuyan a mitigar el cambio climático		1	1	1	2
2. Utilizar principios de economía circular en las operaciones de la empresa y sus departamentos		1		2	2
3. Introducir metodologías creativas (Design Thinking u otras técnicas) para innovar en sus procesos y ser más sostenibles		1	1	1	2
4. Implementación de políticas de reducción			2	1	2
5. Implementación de políticas de reciclaje			1	1	3
6. Implementación de políticas de reutilización		1		2	2

Sociedad: acciones realizadas con la sociedad realizadas por las entidades

Acción	Número de empresas
1. Poseer una fundación para apoyar públicamente actividades de impulso de sostenibilidad	
2. Apoyar a alguna fundación que contribuya a la sostenibilidad social, ambiental o económica	3
3. Participar en asociaciones y organismos que difundan la cultura de RSC	2
4. Colaborar con ONGs u otras organizaciones para ayudar a la cohesión social y medio ambiente	1
5. Desarrollar campañas de marketing social, green marketing o marketing con causa	2
6. Realizar actividades de voluntariado con frecuencia	1
7. Contar con un plan de comunicación, interna y externa, sobre todas las implicaciones de la sostenibilidad y RSC	2

Sistemas de gestión y normas utilizados.

Norma	Número de empresas
1. IQNet SR10	
2. SA 8000	
3. SGE 21	
4. ISO 26001	1
5. ISO 14001	
6. ISO 9001	3
7. EMAS	
8. Evaluación EFQM	3

Sistemas de reporte de información utilizados.

Herramienta de reporting	Número de empresas
1. DJSI (Dow Jones Sustainability Index)	
2. AA 1000	
3. GRI (Global Reporting Initiative)	
4. RI (Reporte Integrado)	
5. Informes de progreso	
6. Memoria Agenda 2030	2

Beneficios de la RSC percibidos: grado de conformidad (siendo 1 'totalmente en desacuerdo' y 5 'totalmente de acuerdo')

Beneficio	Grado de conformidad				
	1	2	3	4	5
1. Beneficios reputacionales			1	2	2
2. Mejor valoración e imagen de marca				2	3
3. Mejora del posicionamiento de la empresa			3		2
4. Mejora de la productividad		1	2		2
5. Mejor captación y mantenimiento del talento		1	1	1	2
6. Ahorro de costes		3		1	1
7. Mejor adaptación a los cambios		2	1	2	
8. Sostenibilidad del negocio a largo plazo		1		3	1
9. Mejora de la adecuación a las necesidades del cliente		1	2	1	1
10. Incremento de la lealtad del consumidor		1	1	2	1
11. Capacidad de anticipación a nuevas demandas		1	2		2

Obstáculos a superar en la implantación de la RSC en la empresa: grado de conformidad (siendo 1 ‘totalmente en desacuerdo’ y 5 ‘totalmente de acuerdo’)

Dificultad	Grado de conformidad				
	1	2	3	4	5
1. Confusión entre los conceptos de sostenibilidad y RSC	1	1		2	1
2. Ausencia de normas sobre sostenibilidad		1	2	1	1
3. Suponen un coste sin beneficios para la empresa		1	1	1	2
4. La sostenibilidad interrumpe la consecución de los objetivos económicos		3	1	1	
5. Falta de involucramiento por parte de la dirección de la empresa	1	2		1	1
6. Ausencia de presión por parte de los clientes			1	3	
7. Existe una presión para la maximización de objetivos financieros		1	1	3	
8. La sostenibilidad viene impuesta por los gobiernos		1	3	1	
9. La sostenibilidad condiciona el posicionamiento de la empresa	1	1	1	2	
10. Afecta negativamente a al operativa futura de la entidad	2	1	2		

Las implicaciones de la Covid-19, la sostenibilidad y la RSC: grado de conformidad (siendo 1 ‘totalmente en desacuerdo’ y 5 ‘totalmente de acuerdo’)

Implicación	Grado de conformidad				
	1	2	3	4	5
1. La RSC es útil para mitigar los impactos de la Covid-19		2	1	2	
2. Se han incrementado las medidas de salud y seguridad en el trabajo		1		2	2
3. Se han incrementado los costes relacionados con la conciliación laboral y la cobertura de las necesidades de los empleados		1		3	1
4. Se incorporan medidas de teletrabajo que van a mantenerse en la empresa			1	1	3
5. Se mejoran las condiciones de los servicios a clientes		2	2	1	
6. Han empeorado las relaciones con los clientes	1	2	1		1
7. Se reformulan las relaciones con los clientes adaptando la situación		1	2	2	
8. Se mejoran las condiciones de los servicios a proveedores		1	1	3	
9. Aumenta la colaboración empresarial		1	2		2
10. Se destinan mayores esfuerzos a entender las necesidades de la comunidad en la que se encuentra la empresa y se colabora con otras entidades para desarrollar nuevas iniciativas de bienestar social			2	2	1
11. Han aumentado las donaciones y prestaciones de servicios sin pedir contraprestaciones económicas	1		2		1