



**Universidad**  
Zaragoza

# Trabajo Fin de Grado

**La Responsabilidad Social Corporativa y los Objetivos de  
desarrollo sostenible**

**Corporate Social Responsibility and Sustainable Development  
Goals**

Autora

Ana Rosa Abengoechea Ferreruela

Directora

Ana Isabel Zardoya Alegría

**Facultad de Economía y Empresa**

**2020-2021**

**Autora:** Ana Rosa Abengoechea Ferreruela

**Directora:** Ana Isabel Zardoya Alegría

**Título:** Responsabilidad social Corporativa y los Objetivos de Desarrollo Sostenible

**Title:** Corporate Social Responsibility and Sustainable Development Goals

**Titulación:** Administración y Dirección de Empresas

**Resumen:** En la actualidad, la Responsabilidad Social Corporativa y la economía social está produciendo un gran interés en la sociedad, en la política y en la educación. Sin embargo, hay un gran desconocimiento por parte de las empresas sobre cómo integrarlo en la estrategia y por parte de los consumidores sobre qué es y que implica realmente. Mediante este Trabajo de Fin de Grado pretendo resolver estas dudas explicando las características y los puntos más importantes.

Además, se expondrá de qué manera y cuáles son las acciones y actuaciones socialmente responsables que una empresa puede llevar a cabo siguiendo las líneas de un caso real en la actualidad.

**Abstract:** At present, Corporate Social Responsibility and the social economy are generating a significant interest in society, politics and education. However, there is a considerable lack of knowledge among companies about how to integrate it into the strategy and, on the consumer side, about what it is and what it really implies. Through this Final Degree Project I intend to solve these doubts by explaining the characteristics and the most important points.

In addition, it will be explained how and what are the socially responsible actions and behaviour that a company can carry out through the lines of a current real case.

# ÍNDICE

I.	<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	4
1.	<b>JUSTIFICACIÓN.....</b>	4
2.	<b>OBJETIVO .....</b>	5
3.	<b>TRASCENDENCIA .....</b>	6
II.	<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	7
1.	<b>ORIGEN Y CAUSAS DE LA EXISTENCIA DE LA RSC .....</b>	7
2.	<b>CONCEPTO DE LA RSC .....</b>	8
3.	<b>CERTIFICACIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA .....</b>	10
4.	<b>AGENDA 2030 Y LOS ODS.....</b>	12
III.	<b>HIBERUS TECNOLOGIA .....</b>	15
1.	<b>CONTEXTUALIZACIÓN .....</b>	15
2.	<b>RSC EN HIBERUS TECNOLOGIA.....</b>	15
3.	<b>INICIATIVAS FRENTE AL COVID-19.....</b>	22
IV.	<b>CONCLUSIONES.....</b>	24
V.	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	27

## **INTRODUCCION**

### **1. JUSTIFICACIÓN**

La RSC hace referencia a una realidad socioeconómica en la que se persigue un desarrollo sostenible, social y medioambiental, asociada a una concienciación progresiva de la sociedad. Las preocupaciones de los consumidores están enfocadas en cómo desempeñan su actividad las empresas, más que cuánto producen o cual es el precio que tendrán que pagar por el servicio o el bien.

Considero que es un tema de actualidad ya que en los últimos años han aparecido muchas noticias, tanto nacionales como internacionales, sobre empresas significativas que están designando gran parte de sus ingresos al área de sostenibilidad y cualquiera que quiera obtener una ventaja competitiva frente a los competidores tiene que mostrar un compromiso con estas nuevas expectativas de los diferentes actores.

Pero la cuestión es, ¿Son realmente las empresas responsables con el medioambiente y la sociedad o solo es puro marketing?

Creo que la pandemia, por la que nos hemos visto afectados todos, ha sido el escenario perfecto para poder identificar si realmente las empresas han priorizado las actuaciones sostenibles y participado en esa solidaridad social común o si por el contrario, han enfocado la mayor parte de sus esfuerzos en su beneficio económico.

Esta situación también ha provocado, por parte de los consumidores, un aumento de interés sobre el consumo responsable y temas sociales y medioambientales. Sin embargo, ¿conocen realmente que significa el término RSC?, ¿o qué implica que una empresa integre la RSC en su estrategia?

Lo mismo sucede con los ODS, pues la población está siendo bombardeada por muchas campañas sobre la importancia de los ODS y muy influenciada por el resto de la sociedad, pero no conocen realmente el significado de éstos, qué representan o qué incluyen cada uno de ellos.

En conclusión, para responder a todas estas preguntas y por la situación actual que nos ha dado pie a una reflexión más profunda sobre el tema, considero necesario estudiar e indagar sobre la RSC y los ODS, con la motivación de que cada vez más gente conoce la existencia de estos y qué implica que las empresas los integren en sus estrategias, concediéndoles la importancia que merecen.

## **2. OBJETIVO**

Mi objetivo con este TFG es en primer lugar explicar los aspectos más relevantes acerca de la Responsabilidad Social Corporativa e investigar sobre la realidad de estas acciones o si es solo una cuestión de imagen.

Hago referencia a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) los cuales describo y analizo, y realizo una reflexión sobre los impactos que han sufrido un año después de la pandemia del COVID -19.

Por otro lado, realizo un estudio de un caso concreto y real de una empresa aragonesa, HIBERUS TECNOLOGIA, SL, el cual me ha servido de ejemplo para cerciorar la verdadera realidad sobre la RSC y demostrar a futuras empresas que se puede conseguir un beneficio económico aplicando un modelo de RSC y vinculando esas acciones sostenibles con los ODS.

Pretendo que este proyecto sirva como herramienta para la sociedad y para las empresas.

Sobre todo para aquellos consumidores que quieran iniciar un consumo más responsable y tengan interés por esta nueva conciencia social, espero que les facilite la investigación sobre la RSC y puedan realizar juicios de valor a la hora de elegir unos productos u otros.

Y por último, demostrar a las empresas que se puede conseguir un desarrollo sostenible sin perjudicar a ningún agente en el proceso y deben hacerlo de manera honesta y comprometidos al largo plazo ya que las personas no aceptan acciones puntuales.

### **3. TRASCENDENCIA**

La Responsabilidad Social Corporativa es un concepto que ha ido evolucionando y hoy en día es primordial que las empresas lo tengan en cuenta. Surgió debido a las preocupaciones sociales y medioambientales que demandaba la sociedad respecto al impacto que su actividad tenía sobre ellas. Estos desafíos han incidido en las organizaciones y empresas, lo que les brinda una oportunidad para contribuir a una sociedad más justa y sostenible.

En la actualidad, los ciudadanos, consumidores, y clientes son cada vez más exigentes y penalizan a las que excluyen estas estrategias y optan por aquellas que toman decisiones sostenibles en su actividad. Las empresas son conscientes de esta cambio de mentalidad y la repercusión que tienen sus actos. Por ello, muchas están destinando parte de su capital para invertir en proyectos responsables y minimizar los impactos negativos. En este contexto las empresas deben lograr su éxito empresarial buscando un equilibrio económico teniendo en cuenta las perspectivas sociales y mediambientales y la mejor forma de conseguirlo es mediante un comportamiento adecuado y sostenible.

En el ámbito de la educación, las universidades tienen un papel esencial ya que son las encargadas de formar a los profesionales que ocuparán los puestos directivos en un futuro. Son responsables de inculcar a los estudiantes formación sobre la gestión adecuada de una empresa y evitar comportamientos y actitudes socialmente irresponsables, las cuales en la gran mayoría son las causantes de las crisis y quiebras de las organizaciones.

Para las empresas la RSC ha sido un motivo diferenciador para destacar dentro de la competencia y en muchos casos se ha convertido en una ventaja competitiva. Veremos que los trabajadores son la clave fundamental para el crecimiento económico de la empresa, sin embargo, son muchas las que desconocen este dato y se enfocan solamente en aportaciones a campañas puntuales y dejando de lado los aspectos internos.

Mi intención con este trabajo es esclarecer el tema de la Responsabilidad Social Corporativa y que tanto las empresas como los consumidores puedan realizar juicios de valor basados en conocimientos y no por seguir lo que dicen la sociedad o porque es un tema que esté de moda actualmente.

## MARCO TEÓRICO

### 1. ORIGEN Y CAUSAS DE LA EXISTENCIA DE LA RSC

El concepto de responsabilidad social corporativa aparece por primera vez en 1953 en el libro “*Social Responsibilities of the Businessman*” de Howard Bowen en el cual hace referencia a la responsabilidad social que asumen las empresas no solo para producir bienes y servicios, sino también para devolver a la sociedad lo que ésta les facilitó.

Freeman cambio la idea de que el único objetivo de las empresas es maximizar el beneficio económico e introdujo el término stakeholders. Estos se definen como las personas o grupos de personas que se ven afectadas por la actividad de la empresa y tienen impacto sobre el desarrollo de la empresa.

Según la Teoría de los Stakeholders defiende que es fundamental conocer las necesidades y expectativas de todos los grupos de interés para garantizar la sostenibilidad y el éxito de una organización. ( Freeman, 1984).

La RSC tiene un gran auge y una notable expansión debido a los riesgos provocados por la globalización, el aumento de la competitividad y estrategias agresivas generaron impactos negativos a la sociedad. Fruto de los escándalos financieros, medioambientales y sociales los stakeholders comenzaron a demandar prácticas socialmente responsables (Barañado, 2009).

Además, a partir de los años 90 las empresas comenzaron a expandirse internacionalmente; factor clave para que adoptaran estas medidas y fueran conscientes de la existente posibilidad de garantizar la protección del medioambiente al mismo tiempo que conseguir sus intereses económicos

En España, la RSC está siendo un objetivo fundamental en la agenda de prioridades europeas. Los gobiernos europeos consideran que es esencial que todas las empresas sigan un comportamiento ético y tengan en cuenta los problemas sociales y medioambientales.

Cada gobierno debería introducirla dentro del sistema empresarial de cada país mediante la creación de políticas de impulso para su cumplimiento y favoreciendo aquellas empresas que las llevan a cabo, al mismo tiempo que sancionando aquellas prácticas no sociales.

Concretamente, en nuestro país, el primer organismo en introducirla fue la Asociación de Instituciones de Inversión Social Responsable (INVERCO) mediante el término Inversión Social Responsable; de esta forma las empresas solo podían participar en estos fondos si cumplían con unos requisitos éticos y de transparencia.

Hay que destacar que España es líder internacional en el desarrollo de la RSE y cuenta con mayor número de firmantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y principal emisor de memorias de sostenibilidad (Forética, 2015). En la actualidad es evidente que hay un incremento

de la concienciación en las empresas sobre tener especial hincapié en aspectos relacionados con el medioambiente. Según un informe realizado por la Fundación SERES junto a Deloitte España en noviembre 2019, destaca que el 84 % de las empresas analizadas contemplan los ODS en sus estrategias de RSE.

Finalmente, resalta la normativa ISO 26000 es una Norma internacional, aprobada en el 2010, de cumplimiento voluntario que presenta una guía en la que define y orienta sobre los principios y fundamentales y directrices para una correcta implantación de la RSC. Está creada para la utilización de organizaciones tanto públicas como privadas al igual que para países desarrollados y en desarrollo. (Organización Internacional de Estandarización, 2010)

## **2. CONCEPTO DE LA RSC**

La RSC se puede definir como un conjunto de acciones que realizan las empresas de manera voluntaria en el ámbito social, económico y medioambiental.

Según el Observatorio de Sostenibilidad, para que una empresa sea socialmente responsable tiene que tener en cuenta cinco aspectos que ayudaran a entender mejor este concepto.

En primer lugar, optar por una estrategia de RSC conlleva cumplir con una serie de normas internacionales obligatorias que orientan a las empresas a desarrollar una actividad sostenible y honesta.

En segundo lugar, tiene carácter global, es decir, sus actuaciones involucran tanto interna como externamente. Toda la cadena de valor, los procesos y estándares que tienen se ven involucrados. De la misma forma tiene que ser responsable a nivel internacional, y no solo centrarse en el país o el lugar en el que lleva a cabo su actividad. En definitiva, la RSC tiene que estar integrada totalmente dentro de la estrategia de la empresa.

En tercer lugar, estas actuaciones responsables deben de ser éticas y coherentes lo que origina una obligatoriedad para las empresas que las llevan a cabo. Mediante la transparencia de sus actividades y decisiones que conciernen a la sociedad y al medioambiente es una buena acción para demostrar ese comportamiento honesto.

Es muy común que las políticas internas de algunos grupos de los stakeholders internos como los proveedores no sean coherentes con el modelo responsable que ha implantado la empresa, lo que podría repercutir negativamente a la imagen de la compañía. Para evitar este hecho, es aconsejable que a la hora de instaurar este modelo se realice un estudio individual de cada uno de los actores que forma la organización

En cuarto lugar, la RS C concierne impactos reales y potenciales tanto negativos como positivos en los tres ámbitos: económico, social y medioambiental. Enfocarse en reducir los

negativos y comunicar los resultados, en especial, los positivos hará que la empresa sea más competitiva y confiable para los stakeholders.

En quinto lugar, la responsabilidad social es la respuesta de las organizaciones a las expectativas de los sectores y de los stakeholders tanto internos como externos con los que interactúa (Caracciolo, 2008). Es esencial generar beneficio empresarial para los accionistas, pero sin olvidar generar valor a todos los grupos de interés y la sociedad. Según la (AECA , 2004) las expectativas de los stakeholders se dividen en necesidades generales (transparencia de los resultados y acciones llevadas a cabo) y necesidades específicas que se satisfacen según las características de cada uno. (rentabilidad de recuperar la inversión, precios razonables).

Por último, destaca el carácter voluntario que tiene la RSC. Esto implica que las empresas que implantan este modelo asumen una serie de principios, valores y acciones a la hora de la toma de decisiones que generan beneficios económicos a favor de los stakeholders y del conjunto de la sociedad (Ferrer, 2013)

La RSC se divide en dos dimensiones, la interna y la externa (Libro Verde, 2001):

La RSC interna corresponde a la satisfacción de los grupos de interés internos ya que el éxito de estos es necesario para garantizar la satisfacción de los stakeholders externos y finalmente el crecimiento de la organización (AECA, 2016)

Especialmente afirma que un factor clave es el capital humano, ya que son los responsables de que la organización exista, y pueda llevar a cabo con éxito su actividad. Muchas veces establecer cuestiones como el respeto y dignidad hacia los empleados, evitando tratarlos como un recurso productivo de “usar y tirar” se dan por obvias en las políticas de RRHH y dificultan la implantación de otras medidas más novedosas (URCELAY, 2005)

Por otro lado, la dimensión externa (RSCE) se basa en satisfacer los grupos de interés externos, sobrepasando los límites de la empresa, incluye los socios comerciales, proveedores, clientes, ONG, autoridades públicas (CCE, 2001) Es vital que haya una buena comunicación entre todos ellos y junto con las acciones de la RSCI.

Eludir esos aspectos que conciernen a la RSC, tanto interna como externa, la convierten en un recurso de marketing con fines publicitarios o pura imagen estratégica de posicionamiento en el mercado, beneficiario en un principio pero que a largo plazo es difícil de mantener.

Hoy en día mucha gente confunde la RSC con acciones puntuales que realizan en un momento concreto quitándole el valor y el esfuerzo que supone integrar toda una práctica de acciones responsables dentro de la estrategia de negocio. Como he

mencionado antes, a veces esas prácticas se utilizan como un lavado de imagen.

Estas prácticas se llaman “green washing” en español “lavado verde” en la que las empresas promueven acciones o productos y servicios respetuosas con el medio ambiente pero la realidad es todo lo contrario.

Llevar a cabo este tipo de prácticas puede resultar beneficioso a corto plazo, ahorrando costes, pero a la larga es perjudicial ya que afecta a la imagen de la empresa, pierden la fidelización de los consumidores e incluso en casos tienen que asumir sanciones o multas. Finalmente, todo esto repercute directamente a los stakeholders aumentando la falta de confianza consiguiendo al final que los costes que asume al realizar malas prácticas sean mayores que los beneficios que se obtienen a largo plazo.

### **3. CERTIFICACIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

Las empresas capaces de demostrar que su toma de decisiones y actuaciones son responsables y éticas, están en posición de recibir una certificación sobre RSC, otorgándole ventajas competitivas y confianza respecto a los stakeholders.

La certificación de RSC es un reconocimiento externo concedido por un organismo independiente que acredita mediante auditorias de responsabilidad social el diseño, y el código de conducta ético por el que se rigen las empresas tanto fuera como dentro de la misma (RSC,2020).

Todas las normas y modelos de RSC que vamos analizar a continuación tienen algunos aspectos en común. Aquellas empresas que las adoptan implican que se comprometen de manera voluntaria a cumplir con los requisitos y aspectos que establecen cada una de ellas. Además, todas ellas tienen un carácter internacional y pueden aplicarlas cualquier tipo de empresa independientemente de su tamaño, tipo o lugar de desempeño de la actividad.

En primer lugar, existe Norma SA8000, creada en 1989 por un organismo independiente reconocido a nivel mundial, llamado Social Accountability International (SAI) con el objetivo de progresar en la mejora de los derechos de los trabajadores y la puesta en marcha de acciones socialmente responsables en el puesto de trabajo.

Los requisitos normativos en los que se rige la norma son la legislación nacional, la Declaración de los Derechos Humanos de la ONU, convenios con la Organización Internacional del Trabajo(OIT). (SAI, 2016)

Adherirse a la Norma SA8000 implica que las empresas tienen en cuenta los impactos sociales que generan y los derechos de sus trabajadores, como por ejemplo, las

condiciones en el lugar de trabajo, la seguridad, la explotación infantil, la higiene, los salarios... (SAI, 2016).

Otro modelo de gestión de responsabilidad social es SGE 21. Fue la primera norma europea desarrollada por Forética en el 2000, surgió con la necesidad de destacar la importancia de la cultura responsable de la empresa hacia la sociedad.

Dicha norma establece las condiciones necesarias para implantar y determinar un Sistema de Gestión Ético y Socialmente Responsable, garantizando la capacidad de liderar una administración responsable.

Está compuesta por seis capítulos, de los cuales los cinco primeros exponen los antecedentes y cuestiones generales, siendo el último el que establece los requisitos que se asentarán la aplicación y la posterior auditoria de evaluación.

Su ámbito de aplicación es en 9 áreas relacionando tanto los agentes internos como los externos. La alta dirección es la clave fundamental para la implantación de este modelo ya que es la encargada de controlar todos los cambios y elaborará un comité de ética para la supervisión y seguimiento de este.

También trata de identificar los impactos sociales y medioambientales junto con las respectivas acciones para paliar los negativos; garantizar los derechos de los trabajadores; fomentar una comunicación adecuada con los entes públicos y satisfacer las necesidades de sus clientes. (FORÉTIA, 2017)

Además, desde su primera publicación ha sufrido varias revisiones para adaptarse a las nuevas tendencias internacionales permitiendo actualizar todos los aspectos relacionados con la sociedad, el medio ambiente y la gestión de alta dirección de las empresas y organizaciones.

El último modelo de sistema de gestión social es IQNet SR10. Se caracteriza porque sigue el sistema de Mejora Continua (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar) el cual es compatible con otras normas internacionales como la ISO 9001 o la ISO 14001.

Se basa en los principios que expone la Norma Internacional ISO 26000 sobre Responsabilidad Social incluyendo cuestiones financieras y de buen gobierno a parte de las sociales y medioambientales.

Por último, en Aragón, en el año 2018, el Gobierno de Aragón junto con otras entidades lanzó una iniciativa llamada el sello RSA+ (Responsabilidad Social Aragón), con el objetivo de motivar e impulsar a las empresas aragonesas a aplicar prácticas socialmente responsables.

Todas las empresas que obtienen este sello han firmado el compromiso y cumplimiento de

los principios por los que se rige el sello, los cuales son: conciliación de la vida familiar y laboral, igualdad de oportunidades sin discriminar, voluntariado y acción social, promoción de la cultura en el territorio y por último el compromiso con los ODS.

Destacar que Hiberus Tecnología, la empresa escogida para realizar el caso de estudio real de este trabajo, tiene el Sello RSA en la categoría de grande empresa en el 2020.

#### **4. AGENDA 2030 Y LOS ODS**

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son 17 objetivos (abarcán 169 metas) aprobados el 25 de septiembre por la ONU presentados como parte de la nueva agenda de desarrollo sostenible, la Agenda 2030.

La elaboración de estos objetivos son la continuidad de un proyecto aprobado en el año 2000, los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), los cuales tenían un horizonte de 15 años y se focalizaban en el hambre y la pobreza extrema en los países pobres. Los éxitos que consiguieron fueron el impulso y la base para la redacción de los ODS.

Los ODS a diferencia de los ODM, son mucho más ambiciosos ya que incluyen los problemas existentes en la actualidad (la pobreza, el cambio climático, el consumo, las tecnologías ...) (Pacto mundial, 2016). Además, están interrelacionados entre sí, es decir, para el éxito de un objetivo es imprescindible la evolución positiva de las demás áreas.

Por ejemplo, para poder acabar con la pobreza debe de ir acompañada de estrategias de crecimiento económico considerando las necesidades sociales (empleo, educación, sanidad, ...) al mismo tiempo que tienen presente el medio ambiente.

Además, éstos incumben a todo el mundo tanto países en vías de desarrollo como en países desarrollados y hace especial hincapié en la importancia del sector privado ya que admite que tiene un papel fundamental para lograr los objetivos (Remacha, 2017)

Los ODS no son jurídicamente obligatorios, pero sí que se espera que todos los gobiernos asuman esa responsabilidad social y los integren en sus estrategias y presupuestos. Para garantizar el cumplimiento de los objetivos los gobiernos tienen la obligación de realizar informes nacionales y, por otro lado, a nivel mundial se realiza un informe anual y se convocan reuniones cada año para analizar los avances que se han logrado.

El Pacto Mundial (2016) resalta la importancia del sector privado “«tiene un papel fundamental que desempeñar en el éxito de cada una de las metas globales»” Esta admisión de las empresas, tanto multinacionales como pymes, son el motor del incremento de la productividad, el crecimiento económico inclusivo y la creación de empleo.

Debido a la importancia de este sector, muchos organismos internacionales han elaborado

guías y herramientas para facilitar la implantación de los Objetivos en su propia estrategia.

Destaca la SDG Compass, una guía enfocada al ámbito empresarial y elaborada por Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible, Pacto Mundial y Global Reporting Initiative (GRI), cuyo objetivo es orientar a las empresas para la integración de los ODS en su estrategia de negocio y aprovechar nuevas oportunidades y maximizar su contribución.

Esta guía consta de cinco pasos que pueden llevar a cabo cualquier tipo de organización independientemente de su tamaño o sector al que pertenezca.

El primer paso consiste en entender los ODS, analizando los 17 objetivos y las 169 metas sobre todo desde un punto de vista empresarial. Según la SGD Compass (2015) incorporarlos ayuda a reconocer nuevas oportunidades de negocio y mejorar la relación con sus stakeholders. De esta manera, genera un mayor valor a la empresa y fortalece la inclinación que tienen los consumidores de decidir sobre sus preferencias de compra según la sostenibilidad y responsabilidad social que exterioriza la empresa.

Sin embargo, tienen que tener en cuenta que cualquier acción empresarial que ejecuten debe respetar los derechos humanos y priorizar aquellas que generan efectos negativos. Existe una tendencia clara que manifiesta que el daño provocado por el impacto negativo sobre éstos es proporcional al riesgo de fracaso de la organización

El segundo paso es definir las prioridades, ya que son 17 objetivos y 169 metas y no todos tienen la misma importancia para la empresa. La SDG Compass (2015) establece que se debe evaluar los impactos negativos, positivos y potenciales que ejerce sobre los ODS durante toda la cadena de valor y realizar esta acción periódicamente y así poder recopilar indicadores que midan el progreso.

En este punto, es importante que dentro de las acciones que generan una ventaja, las empresas prioricen los impactos que afectan negativamente a los grupos de interés, pasando a un primer plano los que perjudican a los derechos humanos.

En tercer lugar, hay que establecer objetivos. La SDG Compass considera fundamental la naturaleza de los objetivos ya que determinara los resultados y el desempeño de la empresa.

Para ello debe definir una línea base, con objetivos específicos, medibles, transparentes y con un tiempo limitado. Además, establecer un nivel de ambición que afectara a la reputación cuanto mayor sea y obligara a los competidores a posicionarse al mismo nivel favoreciendo la aplicación de los ODS y estimulando la creatividad y la innovación.

El cuarto paso reside en integrar la sostenibilidad dentro de la cultura empresarial de la empresa, para eso es necesario promover el liderazgo empresarial y hacer partícipe a todos

los empleados de cuáles y cómo lograr los objetivos de la Agenda 2030. Las alianzas es otro factor determinante ya que se compromete un alto grado de cooperación y gracias a ellas el éxito futuro con el desarrollo sostenible.

Por último, el quinto paso explica como comunicar el desempeño de la compañía respecto a los ODS. La SDG Compass considera relevante comunicar por qué y cómo se ha identificado ese objetivo, los impactos tanto positivos y negativos que generarán junto con el progreso de cada ODS y que estrategias o acciones van a llevar a cabo para medir los impactos. Todo esto se recoge en indicadores internacionales como las memorias de sostenibilidad.

Según el último Informe del impacto social de las empresas realizado por Deloitte y la Fundación Seres (2020) muestran que el 92% de las empresas estudiadas contemplan los ODS en su estrategia de RSE, porcentaje mayor que el del año pasado (84%). Datos que confirman que el sector privado se está involucrando cada año más en el desarrollo sostenible.

Para concluir, voy a explicar brevemente la situación en la que se encuentra la Agenda 2030 tras sufrir los efectos del Covid-19. Es innegable que la crisis sanitaria, económica y social que está sucediendo afecta al mundo entero y marcará un punto de inflexión para la sociedad y por supuesto a la Agenda de 2030.

Todos los ODS se han visto afectados por esta situación, aunque pese al escenario tan desalentador, ha habido impactos positivos como en el área del medioambiente y el cambio climático. Según el informe realizado por PNUMA (2020) las emisiones de CO<sub>2</sub> han disminuido un 7% respecto al 2019 aunque es una solución a corto plazo la temperatura del planeta sigue subiendo y sigue siendo un aspecto alarmante a largo plazo. Desgraciadamente el colectivo que más ha sufrido ha sido en materia de Recursos humanos, la ONU (2020) afirma que la pandemia ha provocado el primer aumento de la pobreza global en décadas (+ 71 millones de personas), el confinamiento ha aumentado un 30% la violencia contra mujeres y niñas y ha separado al 81% de la población estudiantil de los centros educativos (escuelas, universidades, ...).

Por otro lado, el Covid-19 ha sido la prueba necesaria para darnos cuenta que hay que profundizar y apostar por la Agenda 2030 ya que la consecución de los objetivos son la base para prevenir crisis futuras y establecer un sistema de organización social, sostenible y económico y “no dejar a nadie atrás” (ONU,2020)

## **HIBERUS TECNOLOGÍA**

### **1. CONTEXTUALIZACIÓN**

Hiberus Tecnología se crea en noviembre de 2011 con la fusión de IriTec y Comex Integración e Ibercentro Media Consulting, junto con el apoyo de dos socios Grupo Heraldo y Grupo La Información, siendo su principal objetivo de competir en un mercado más grande y convertirse en la consultora tecnológica de referencia.

Nació en Aragón y con sede en Zaragoza, en sus comienzos operaba a nivel nacional hasta que en el año 2013 se introdujeron en el mercado internacional abriendo sus dos primeras filiales en México y Colombia, y hoy en día cuenta con más de 25 sedes a nivel global.

Esta empresa está especializada en servicios de consultoría de negocio, desarrollo tecnológico , transformación digital y outsourcing (subcontratación). Trabajan con empresas públicas y privadas y se caracterizan por un modelo basado en la hiperespecialización TIC lo que les ha permitido enfocarse en cada una de las áreas y los ha llevado a ser una de las 10 principales empresas tecnológicas en España.

### **2. RSC EN HIBERUS TECNOLOGIA**

Hiberus Tecnología comenzó a ejercer su actividad siguiendo los criterios de RSC en el año 2017 donde publicó su primera Memoria de RSC.

Esta primera Memoria en RSC sigue los principios y contenidos que marca la Guía Global Reporting Initiative (GRI). Para su elaboración la Dirección General delegó estas funciones en materia de Responsabilidad social a determinados empleados plasmados en un esquema organizativo para garantizar que se cumplen todos los objetivos y metas planteados.

La política de Responsabilidad Social está enfocada en tres ámbitos: social, económico y medioambiental y priorizan las necesidades y expectativas de los grupos de interés (empleados, Administraciones públicas y clientes, sociedad).

No solo se centra en satisfacer sus opiniones, sino de crear vínculos de confianza e integrarlas dentro de la toma de decisiones, logrando así una unión directa con cada uno de ellos.

Dentro del grupo de los empleados, todos los años llevan cabo entrevistas individuales a cada uno de los responsables de cada área para conocer sus intereses. Igualmente, para el resto de empleados crearon un buzón de sugerencias y un correo electrónico para que pudieran compartir las opiniones.

Referente a los clientes y las administraciones públicas realizan reuniones con los

representantes de cada una de ellas donde expresan sus preocupaciones y a través de encuestas anuales.

Por último, miden la satisfacción de las expectativas de la sociedad mediante encuestas a las personas que han colaborado en las múltiples actividades y reuniones con los líderes colaboradores.

En 2019 se creó la Fundación Hiberus para poder satisfacer la necesidad social que había surgido dentro del ámbito digital y competencias TIC y poder satisfacer la demanda de vocaciones tecnológicas, científicas e iniciativas de emprendimiento.

Junto con Fundación Ibercaja pusieron en marcha TICVOLUCIÓN para ayudar a la sociedad aragonesa a generar nuevas vocaciones digitales y aprovechar las oportunidades. Gracias a los principales Fabricantes de Software lanzaron diferentes talleres, seminarios, certificaciones tecnológicas para incrementar el desarrollo profesional e iniciativas de formación. Todas estas actividades eran aptas para todos los colectivos de la sociedad, desde niños hasta docentes o profesionales.

Para los niños lanzaron Talleres de Design Thinking, crearon una app mediante la cual este colectivo aprendía a diseñar una aplicación móvil, lo que les permitió familiarizarse con las prácticas digitales y estimular sus competencias tecnológicas desde una edad temprana, siempre pensando en las capacidades de los usuarios.

La preocupación sobre los hábitos de los niños era una preocupación latente en la sociedad, para cubrirla realizaron Talleres enfocados para los padres, donde les mostraron las ventajas de la comunicación digital y el uso seguro y responsable del internet, incluyendo los juegos pedagógicos.

Es evidente que hoy en día hay una transformación digital y es necesario que todos entendamos el cambio y nos adaptemos a él. Por ello, la Fundación considera clave que la educación actual debe evolucionar y es imprescindible que los docentes adquieran competencias digitales para transmitirlas a las generaciones futuras.

Respecto al ámbito empresarial, desarrollo unas jornadas de formación dirigida a los orientadores laborales para comunicarles que oportunidades ofertan las empresas en las TIC, a la vez que perfiles demandan las empresas y cursos formativos existen para obtener los conocimientos y competencias necesarias para cubrir esos puestos en el mercado laboral.

Por último, apoyo el Congreso Women TEchMarkets, esta acción tiene el objetivo de visibilizar al colectivo de las mujeres dentro del mundo tecnológico, creando e impulsando recursos y proyectos que incrementen la participación de las mujeres en este ámbito.

Todos estos esfuerzos de RSC están vinculados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con el fin de contribuir a una mejora económica, responsable y sostenible de la sociedad. A continuación, voy a explicar más detalladamente estas iniciativas plasmadas en la Memoria de Sostenibilidad 2019 Hiberus Tecnología.

### OBJETIVO 1 Y OBJETIVO 2: FIN DE LA POBREZA Y HAMBRE CERO

La ONU, en la Agenda 2030, resalta que erradicar la pobreza y poner fin a al hambre implica también conseguir una seguridad alimentaria, minorar la malnutrición y fomentar una agricultura sostenible.

Para contribuir con este Objetivo el grupo Henneo e Hiberus llevan a cabo la organización de una cena navideña a favor de La Hermandad del Refugio de Zaragoza, acción que realizan durante 2019 y 2020.

### OBJETIVO 3. SALUD Y BIENESTAR

El bienestar de todos los colectivos y asegurar una vida sana avalando por el acceso a la sanidad es un derecho humano, y como tal es un factor clave para alcanzar una sociedad prospera (ONU 2015).

Para garantizar el bienestar de sus trabajadores, desde 2019 proporciona un servicio médico y de fisioterapia. A su vez , ha costeado algunos procedimientos médicos para acelerar la detención de enfermedades de sus trabajadores.

Realiza diferentes eventos sociales y actividades para estrechar lazos entre los trabajadores y con la organización, al igual que potencia el talento interno y maximiza la fidelización de ellos.

Respecto a las actividades deportivas, tiene un acuerdo con CN Helios para que los trabajadores puedan usar las instalaciones un par de días a la semana; participación en la Carrera de empresas ESIC o en el Torneo de Pádel Heraldo. Existe un calendario interno de competiciones de fútbol ( Hiberus Team, equipo propio de fútbol), pádel, tenis de mesa o ciclismo.

Hiberus Enjoy realiza fiestas de Halloween, visitas de Papa Noel, talleres de robótica para los hijos de los empleados y barbacoas periódicas en la terraza.

Disfrutan de diferentes ventajas con la tarjeta SoyHenneo en diversos ámbitos ( hostelería, Salud Bienestar ,Formación, ...) gracias al plan de Retribución flexible personalizado del Grupo Henneo.

Con todas estas decisiones Hiberus pretende impulsar un estilo de vida saludable y a través

de la App de Hiberus mejora la comunicación entre sus trabajadores y garantizar un ambiente de trabajo bueno y estable.

#### OBJETIVO 4. EDUCACIÓN DE CALIDAD

La ONU expresa que la educación “permite la movilidad socioeconómica y es la clave para poder alcanzar otros muchos ODS”. Es primordial invertir en centros educativos y obligar a los gobiernos a implantar políticas que permitan una enseñanza gratuita para todos.

Hiberus considera el capital humano, sus trabajadores, son un activo clave en la organización. En 2019 invirtieron 72.068 € y en 2018 ascendió a 44.017,7 €. Se formaron a 424 personas y se impartieron un total de 23.897 horas de formación total.

A través de Hiberus University proporcionan diferentes programas orientados a formar y proporcionar conocimientos necesarios a sus trabajadores. Para ello, disponen de formación profesional Dual, imparten un curso formativo a la vez que dan la oportunidad a los alumnos de aplicar esa formación en la empresa.

Colabora con el clúster TIC Tecnara e INAEM impartiendo cursos por profesionales del sector TIC, centrándose en los perfiles que necesitan en los proyectos reales y dando la oportunidad de incorporarse a ellos. En 2019 se impartieron tres cursos, los cuales tuvieron una alta tasa de contratación.

Además, conceden becas posgrado para profesionales de desarrolladores de software. Les proporcionan las competencias sobre las principales necesidades de las tecnologías del momento y un seguimiento académico hasta el fin de su formación.

En total, Hiberus University impartió 50 cursos con 424 alumnos.

Por otro lado, existe Hiberus Experience, proyecto que reúne a varios profesionales de diferentes áreas y temáticas con el objetivo de debatir y aprender sobre tecnología y negocio a través de experiencias reales de proyectos ya desarrollados.

Hiberus no solo se centra en profesionales, sino que busca e impulsa el talento joven. Contrata a alumnos en prácticas de la Fundación Adecco, participó en la III Edición de Talento Aragón Joven acogiendo a 40 candidatos enseñándoles dinámicas de grupo y conferencias.

Organiza visitas a centros educativos (200 niños en total) y visitas dinámicas por sus propias instalaciones a través del Programa Aprendiendo a Emprender enfocado a los niños más pequeños (10-11 años) para impulsar su espíritu empresarial y autonomía.

Por último, para potenciar la motivación e implicación de la plantilla, crearon sus propios premios, Premios Hiberus, los cuales reconocen el esfuerzo y la dedicación con la que se implican sus trabajadores

#### **OBJETIVO 5. IGUALDAD DE GÉNERO**

Hiberus cree en la importancia de contribuir a un cambio real de igualdad en la sociedad y en base a sus valores empresariales, en 2019 llevaron a cabo un Plan de Igualdad garantizando que todos sus trabajadores independientemente del género tengan las mismas oportunidades y forma de pensar al respecto.

De modo que la empresa participa en diferentes iniciativas relacionadas con la igualdad laboral, por ejemplo, patrocina Women Tech markers. Durante este último año ha experimentado un incremento sustancial del número de mujeres en todos los departamentos no técnicos y management. El 32,89% de proyectos de innovación son dirigidos por mujeres.

En 2019, Hiberus se encuentra por encima de la media del sector en cuanto al porcentaje de mujeres en la plantilla (25,05%).

#### **OBJETIVO 6. AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO**

La escasez de agua es un hecho que afecta al 40% de la población mundial por lo que es fundamental invertir en infraestructuras de saneamiento y garantizar la accesibilidad a un agua potable segura (ONU 2015)

Por ello, Hiberus cooperó en 2019 con UNICEF ofreciendo y animando a sus trabajadores a colaborar con ellos mediante la compra de diferentes regalos navideños (tazas, llaveros, cuadernos, ...) y por cada 30 euros recibidos permitía suministrar agua a 728 niños durante un día entero.

Además, en ese mismo año propuso al Banco de Inversiones de Asia un proyecto de mejora de saneamiento y Agua limpia para el continente.

#### **OBJETIVO 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO**

La ONU (2015) expone que es imprescindible crear empleos dignos y aumentar la calidad de vida de la población para impulsar un crecimiento económico inclusivo al mismo tiempo que respetuoso con el medioambiente.

Apuesta por el talento joven a la hora de impulsar y dar oportunidades que ayuden a

desarrollar sus carreras profesionales; además, valora a sus trabajadores y les ofrece progresar en el ámbito laboral durante las horas de trabajo gracias a un horario laboral flexible y a una formación continua.

Bajo la estrategia **#SomosHiberus** engloba la cultura y todas las áreas de actuación en lo que respecta a la búsqueda y retención de talento y la promoción de un empleo pleno y justo.

Algunas propuestas son Hiberus Career Program enfocado en estudiantes recién graduados para formarse profesionalmente en un periodo corto de tiempo e incluso dar la oportunidad de especializarse en algún departamento concreto de la empresa.

Hiberus emprende acoge a las startups y ofrece un lugar para que puedan desarrollar y acelerar sus iniciativas empresariales. Brinda asesoramiento y acompañamiento profesional en las primeras etapas del proyecto.

Hay que incluir a estas propuestas las que he mencionado anteriormente en el Objetivo 4 Hiberus University y en el Objetivo 3 Enjoy Hiberus.

## **OBJETIVO 9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURAS**

Alcanzar un crecimiento económico está ligado al desarrollo industrial sostenible y para ello es necesario el progreso tecnológico y promover la innovación e invertir en infraestructuras para crear un desarrollo social. (ONU, 2015)

Desde 2014 Hiberus dirige la incubadora aceleradora La Terminal, lugar donde las empresas pueden reunirse, desarrollar o crear ideas innovadoras y de esta manera fomenta el espíritu emprendedor de las personas y el crecimiento de nuevos proyectos empresariales.

Durante el año 2019, apoyo a 25 startups e impulsó el desarrollo de los negocios de 31 profesionales. Además, el 94% de los proyectos que comenzaron en este lugar siguen activos en el 2020 y la tasa de supervivencia asciende al 69,2%.

Igualmente, en la propia sede de la empresa, ofrece un espacio libre para las startups dedicado a al coworking, facilitar los intercambios de ideas entre profesionales y fomentar la creatividad y el potencial de crecimiento en el sector de las TIC.

En 2019 acogió en sus instalaciones a 16 proyectos empresariales e impartió 10 formaciones junto con entidades sobre competencias de networking profesional y aumentar las habilidades de gestión y crecimiento de sus negocios. Colaboró en la organización de eventos con el objetivo de que se conocieran los miembros de la comunidad de emprendedores y fomentar la expansión comercial.

Destacar que Hiberus siempre cumple con unos estándares y normativa de calidad como la ISO 90001:2015; Certificados de Gestión de la Seguridad de Información (SGSI) y cuenta con un Comité de Seguridad para la información y gestión de los soportes TIC internos.

También es miembro del clúster de Aragón TECNARA, para contribuir en las iniciativas de innovación e investigación, internacionalización y competitividad empresarial en Aragón.

#### OBJETIVO 10. REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

Las desigualdades por las diferencias de raza, género, sexo son un obstáculo para el desarrollo mundial. Es fundamental reducirla y eliminarla ya que la exclusión de algunas partes de la sociedad solo nos aleja del objetivo común.

En 2019 colabro con la fundación Adecco en la campaña #TalentoSinEtiquetas, enfocada en enfatizar las habilidades y talentos que pueden aportar laboralmente diferentes colectivos excluidos y que los hacen igualmente capaces en el trabajo.

En el sector de las TIC realiza cursos de reciclaje profesional ayudando a desempleados a reorientarse y adoptarse a las nuevas tecnologías.

#### OBJETIVO 13. ACCION POR EL CLIMA

Los efectos e impactos provocados por el cambio climático son inevitables, y es primordial, según la ONU (2015) que todos los países cooperen mediante la implantación de políticas y estrategias para frenarlo, reducir las emisiones de gases y alcanzar una economía sostenible y respetuosa con el medioambiente.

En España, el principal desencadenante del cambio climático son las continuas emisiones de gases de efecto invernadero (GEI): Según un informe sobre la evolución de los GEI en España, realizado por el Observatorio de Sostenibilidad (2014) expone que en el 2019 el sector empresarial, concretamente el de la electricidad, emitió el mayor porcentaje de GEI (84,8%).

Por ello, es fundamental el apoyo empresarial.

Hiberus fomenta el consumo responsable y sostenible en varias áreas de la oficina. Crean espacios verdes con plantas para purificar el aire, los teléfonos móviles están silenciados para reducir la contaminación acústica y el estrés. Adoptan un uso responsable de la energía eléctrica y aparatos informáticos de igual manera que con el agua en los aseos personales. Respecto a los residuos sólidos generados en la oficina se separan para poder reciclarlos en los contenedores correspondientes y fomentar la regla de las 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar).

A parte de enfocarse en los impactos que genera dentro de la oficina, motiva a su plantilla a poner en marcha esas buenas prácticas medioambientales en casa y comunicarlas entre los compañeros.

#### OBJETIVO 16. PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES

La corrupción o el no acceso a la justicia para todos los colectivos son retos mundiales a los que las empresas pueden contribuir mediante una gestión de su actividad justa y transparente ONU (2015).

Hiberus cuenta con dos comités, por un lado, para garantizar una gestión honesta y transparente de los planes de actuación y recursos asignados cuentan con el Comité de Dirección; por otro lado, el Comité de Cumplimiento Normativo se encarga de la ejecución correcta de políticas de prevención de delitos y una normativa interna.

#### OBJETIVO 17. ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

Este objetivo plantea la necesidad de un compromiso global y alianzas con los mismos valores y principios para alcanzar los ODS y el desarrollo sostenible siendo fundamental la cooperación entre las empresas, los gobiernos y la sociedad (ONU, 2015)

Al ser Hiberus una empresa tecnología apuesta por una sociedad más innovadora, digital y emprendedora, junto a Ibercaja han creado alianza para lograr ese objetivo, para ello, han trabajado conjuntamente en un proyecto llamado TICVOLUCIÓN focalizándose en tres aspectos emprendimiento, empleabilidad de las personas y el impulso en las vocaciones tecnológico-digitales.

### **3. INICIATIVAS FRENTE AL COVID-19**

Hiberus puso en marcha varias iniciativas durante la pandemia del COVID de este último año, todas ellas con carácter solidario y que ayudaron en todo lo relacionado con la tecnología, a muchas empresas, organismos públicos ya colectivos vulnerables a adaptarse a la nueva situación.

Hiberus Impulso, una idea dedicada aquellas empresas que necesitan impulsar el eCommerce o el comercio electrónico a un ritmo más rápido del habitual para poder ajustarse a la nueva situación de crisis.

Lanzo junto con el Ayuntamiento de Zaragoza ZARAGOZAAYUDA, es una app accesible para todos los ciudadanos que ponía en contacto a los vecinos que necesitaban ayuda con los voluntarios de manera más fácil. Dio servicio a 4000 usuarios en menos de 2 semanas. También con el Gobierno de Aragón crearon un portal que recoge toda la información relacionada con el virus evitando la expansión de bulos y permitiendo consultar cualquier duda.

En Alicante realizo la misma iniciativa que en Zaragoza, facilitar los intercambios solidarios entre vecinos, pero en este caso mediante una página web y un teléfono gratuito.

MI ZESTA AYUDA y Hiberus sumaron fuerzas para distribuir alimentos y atender las necesidades básicas que tuvieron las personas mayores d 65 años.

Con el #CORONAVIRUMAKERS, se unión a la iniciativa ciudadana Maker para proporcionar al personal sanitario mascarillas y viseras protectoras para evitar el contagio del COVID.

HEXPERIENCE TELETRABAJO es un plan formativo para apoyar a las empresas a implantar el teletrabajo ya que muchas de ellas desconocían este proceso o no sabían cómo adaptar a sus negocios. Este ciclo de formación online tenía como objetivo compartir experiencias de innovación y cambios y debatir sobre las decisiones tomadas en proyectos que ya están en funcionamiento. Se unieron 169 usuarios.

Formó parte de la iniciativa de TODOS EN CASA mediante la cual conectaba a empresas tecnológicas y voluntarios que querían ofrecer recursos , habilidades o competencias para facilitar el teletrabajo a empresas o centros educativos que nunca habían utilizado este sistema.

Proporciono junto a clúster de Aragón Tecnara tablets para “romper” el aislamiento que sufrían los enfermos de COVID o personas mayores en residencias y permitir establecer una comunicación con sus familiares.

Hiberus Data & Analytics desarrollo un mapa a nivel internacional, nacional y local, en tiempo real sobre los nuevos casos de COVID, número de fallecidos, casos infectados, pacientes recuperado y el incremento diario de contagios por país. Está disponible para cualquier empresa o individuo que lo deseé.

EUvsVIRUS CHALLENGE, iniciativa organizada por la Comisión Europea en la cual varios trabajadores participaron en el hackthon para resolver problemas ocasionados por la pandemia.

Mediante las redes sociales y el #SomosHiberus han ayudado con una serie de consejos y tips para crear un buen ambiente de trabajo en casa y hacerlo más ameno.

Otro lema que utilizan #SOMOSINNOVADORES comparten diversos proyectos y propuestas que están en marcha para satisfacer las necesidades del mercado futuro.

Plataforma FOUND, permite controlar el acceso en tiempo real a los establecimientos solicitando cita previa.

Tras el cierre de los centros educativos, Hiberus quiso formar parte y facilitar la docencia proporcionando herramientas de trabajo colaborativo que permitía comunicarse a estudiantes con los docentes. La herramienta fue Microsoft Teams orientada a la docencia y sin coste alguno.

Llevó a cabo el servicio de escucha activa para la administración pública por vía de las redes sociales con el fin de manifestar información relacionada con el virus y apoyar al ciudadano.

Y, por último, ofreció servicios imprescindibles de tecnología para establecer el teletrabajo en los negocios de sus clientes y proteger su actividad digital; ayudar a las empresas que carecían de estas competencias tecnológicas y evitar desequilibrios negativos como el descenso de la productividad.

## **CONCLUSIONES**

Es innegable que el concepto de Responsabilidad Social Corporativa está ganando relevancia estos últimos años en las organizaciones y en la sociedad.

Los stakeholders reclaman y exigen mejoras en la sociedad y no se conforman con los resultados económicos o el número de ventas. Las empresas son conocedores de este cambio de preferencias y están cambiando la gestión de la actividad integrando acciones sostenibles y emprendiendo proyectos que generen impactos positivos en la población.

Integrar la RSC dentro de la estrategia de las organizaciones, asumir una nueva actitud en todas las áreas a la hora de tomar de decisiones y en el desarrollo de los procesos productivos, les permite en muchos casos construir una ventaja competitiva y conseguir un mejor posicionamiento estratégico.

Para lograr el éxito de esta tendencia ética y sostenible es necesario el compromiso de todos los agentes. Los consumidores tienen la obligación de informarse para poder juzgar las prácticas que realizan e identificar aquellas que son acciones puntuales y cuáles son duraderas en el tiempo.

Dentro de las acciones sostenibles que puede hacer una empresa para mostrar su compromiso con el entorno es la adscripción a los ODS de la ONU. Constituyen un ejemplo de cooperación

internacional y considera el sector privado un agente indispensable, ya que tiene la capacidad y los recursos necesarios para alcanzarlos.

Algunas empresas abarcan una gran cantidad de ODS por el simple hecho de lavarse la imagen frente a la sociedad o utilizarlos como un instrumento puro de marketing. Son prácticas muy criticadas que se han intentado paliar mediante iniciativas internacionales que aseguran un mayor control.

Hiberus Tecnología es un claro ejemplo de responsabilidad y honestidad con la causa. Tras analizar la memoria anual del 2019 podemos concluir que es socialmente responsable en los tres ámbitos, económico, social y medioambiental, así lo avala el sello de Responsabilidad Social de Aragón.

Ha sido capaz de integrar la RSC en la estrategia empresarial perfectamente vinculándola con los ODS. Consciente de sus recursos y competencias abarca la mayoría de ODS centrándose en la formación y creación de empleo; y de esta manera contribuir a un futuro más sostenible y esperanzador.

Este estudio de la empresa ha demostrado que los ODS son una herramienta útil para comenzar a implantar acciones responsables y conseguir una gestión sostenible y responsable

También se ha visto reflejado su compromiso con la comunidad durante el periodo de crisis provocado por la COVID -19, lanzando numerosas iniciativas innovadoras y colaborando en diversos momentos con los distintos agentes económicos, tanto administraciones públicas como entidades privadas, para ayudar y mitigar dentro de su alcance los efectos negativos generados por ésta.

Para concluir, voy a realizar una breve reflexión personal.

En mi opinión, hoy en día creo que es necesario que todas las empresas apliquen la RSC en su estrategia empresarial; la sociedad reclama más empresas sostenibles llegando en un futuro a ser un requisito imprescindible para el éxito de la organización, es decir, aquellas que no realicen acciones socialmente responsables estarán en desventaja respecto a su competencia y serán valoradas negativamente a ojos del consumidor.

También pienso que es necesario una mayor concienciación por parte de las empresas y de los consumidores. En muchas ocasiones unos precios bajos significan acciones poco éticas y respetuosas en términos sociales y medioambientales, ya que muchas veces son daños irreversibles. Para lograrlo es fundamental la actuación de las entidades públicas mediante políticas de apoyo que promuevan un desarrollo sostenible.

Por último, considero que todavía queda mucho por hacer para que las empresas consideren la RSC como una necesidad real y no como un instrumento de publicidad o puro marketing. Es indispensable un cambio en la mentalidad social y empresarial para implantar nuevas formas de gestión ética y transparentes y poder evolucionar hacia un futuro honesto, respetuoso y sostenible.

## BIBLIOGRAFÍA

R. Edward Freeman and Robert A. Phillips. (2002). *Stakeholder theory: a libertarian defense.*

BARAÑANO, M. (2009). Contexto, concepto y dilemas de la responsabilidad social de las empresas transnacionales europeas: una aproximación sociológica. *Cuadernos de Relaciones Laborales, Vol.27, .núm. 1, 2009.*

Forética. (2015). *Informe Forética 2015 sobre el estado de la RSE en España*

Fundación SERES y Deloitte España. (2019). *VI Informe del impacto social de las empresas.*

Organización Internacional de Estandarización. (2010). ISO 26000 visión general del proyecto,

[https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf)

Comisión de las Comunidades Europeas (2001). Libro verde. Fomentar un marcoeuropeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas

Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2016). El sector privado ante los ODS. Guíapráctica para la acción.

Remacha, M. (2017). Empresa y objetivos de desarrollo sostenible. Cuadernos de la Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa número 34. Universidad de Navarra.

Fundación SERES y Deloitte España. (2020). *VII Informe del impacto social de las empresas.*

Observatorio de responsabilidad social corporativa (2004). *Los cinco principios que rigen la RSC*

United Nations Environment Programme (2020). *Emissions Gap Report 2020.* Nairobi.

Ferrer, María Alejandra (2013). La dimensión externa de la responsabilidad social empresarial de CANTV. *Telos, 15(3),388-399.*[fecha de Consulta 17 de febrero de 2021]. ISSN: 1317-0570. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=993/99328424007>

AECA (2016). Responsabilidad social corporativa interna. Delimitación conceptual e información. Documento num 10.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Consejo Empresarial Mundial Para el

Desarrollo Sostenible & Global Reporting Initiative (2015). SGD Compass. La guía para la acción empresarial en los ODS.

Caracciolo S., Natasha (2008). Responsabilidad social y valores en las cooperativas de servicio del sector eléctrico del estado Zulia. Cayapa: Revista venezolana de economía social. Volumen 8, N° 15, enero-junio 2008. Venezuela (Pp. 92-113).

Jaime Urcelay Alonso (2005). *Responsabilidad social corporativa: La dimensión interna como cuestión previa*. Capital Humano nº184, pag. 34. Enero, 2005.

Hiberus Tecnología, SL (2019). Memoria de Responsabilidad Social Corporativa  
Responsabilidad Social Corporativa (2020). La certificación RSC.

<https://www.respondabilidad-social-corporativa.com/certificacion-rsc/#>

Social Accountability International (2014). GUIDANCE DOCUMENT FOR SOCIAL ACCOUNTABILITY 8000 (SA8000®:2014)

Forética (2017). SGE 21. Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable.

IQnet SR10 (2015). Sistemas de Gestión de la Responsabilidad Social. <https://eww.iqnet-certification.com>

