



ACTOS Y EVENTOS SOSTENIBLES EN LAS ORGANIZACIONES MÁS RESPONSABLES DE ESPAÑA

El seguimiento de los criterios de la ISO 20121 en los eventos de las empresas líderes en el ranking MERCO

Acts and sustainable events in the most responsible organizations in Spain
Follow-up of the ISO 20121 criteria in the events of the leading companies in the MERCO ranking

DAVID SÁNCHEZ-HERVÁS, SALVADOR HERNÁNDEZ MARTÍNEZ
UCAM – Universidad Ctólica San Antonio de Murcia, España

KEYWORDS

Sustainable Events
ISO 20121
MERCO
Public relations
CSR

ABSTRACT

The objective of this research focuses on observing the events organized by the most responsible companies according to the MERCO ranking, taking into account whether they meet the sustainability characteristics defined by ISO 20121 on event sustainability management systems, which are: inclusivity, integrity, responsibility and transparency. To do this, all events will be analyzed, paying special attention to those specifically considered sustainable. The results show that less than half follow sustainability criteria in their realization. It is striking that the ISO 20121 Standard is hardly applied in the most responsible organizations in Spain.

PALABRAS CLAVE

Eventos sostenibles
ISO 20121
MERCO
Relaciones Públicas
RSC

RESUMEN

El objetivo de esta investigación se centra en observar los eventos organizados por las empresas más responsables según el ranking MERCO, teniendo en cuenta si cumplen con las características de sostenibilidad definidas por la ISO 20121 sobre sistemas de gestión de sostenibilidad de eventos, que son: inclusividad, integridad, responsabilidad y transparencia. Para ello se analizarán todos los eventos, prestando especial atención a aquellos específicamente considerados como sostenibles. Los resultados muestran que menos de la mitad siguen criterios de sostenibilidad en su realización. Llama la atención que la Norma ISO 20121 es de escasa aplicación en las organizaciones más responsables de España.

Recibido: 16/ 04 / 2022

Aceptado: 22/ 06 / 2022

1. Introducción

La responsabilidad social corporativa (en adelante RSC) es una forma de gestión que se ha ido incorporando en las organizaciones, de forma voluntaria, como un instrumento al servicio de la transparencia y la mejora de la imagen corporativa. A mediados del siglo XX, Bowen (1953) fijó las bases de la actual RSC. El autor indicaba que las organizaciones no solo tienen responsabilidades económicas, sino que también las tienen en el ámbito laboral, en el medioambiental y en el social.

Esta gestión voluntaria se ha ido convirtiendo, en algunos aspectos, de obligado cumplimiento para algunas organizaciones. En España, existe una regulación sobre la aplicación de la RSC en la gestión de las organizaciones. Por un lado, está la Ley de Transparencia (Ley 19/2013) que tuvo por objetivo regular y garantizar el acceso a la información de la actividad pública. Por otro lado, está el Real Decreto Ley (18/2017) que obliga a las organizaciones, que cumplen una serie de requisitos, a comunicar su información no financiera (económica, social y medioambiental) y de diversidad.

Las Relaciones Públicas, como parte de la actividad de las organizaciones, también han ido incorporando la RSC en sus acciones, como es el caso de los eventos. La organización de eventos es una técnica de Relaciones Públicas muy valiosa de cara a la proyección positiva de la imagen de la organización ante sus públicos, que también ha incorporado normas y criterios sobre RSC y sostenibilidad.

En general, se podría calificar un evento como sostenible según el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente - PNUMA- (como se cita en Lozano et al., 2014, p.3), como el “diseñado, organizado y desarrollado de manera que se minimicen los potenciales impactos negativos ambientales, y que se deje un legado beneficioso para la comunidad anfitriona y todos los involucrados”. Por otra parte, también existe un estándar para la organización de eventos sostenibles, la Norma ISO 20121, que fija unas determinadas características para que un evento se considere como sostenible: como son la inclusividad, la integridad, la responsabilidad y la transparencia (ISO, 2016). Es por ello, por lo que este trabajo tiene como objetivo comprobar si las organizaciones emplean criterios de responsabilidad y sostenibilidad en la organización de sus eventos.

1.1. Definición de eventos

En su tercera acepción el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) define Evento como un “suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva” (DRAE, 2021). Si acudimos a los autores especializados en este ámbito, encontramos definiciones más detalladas. Rosario (2014) lo relaciona con el concepto de acontecimiento, según este autor los eventos son acontecimientos organizados que reúnen a un número de personas para compartir actividades afines y con objetivos similares.

En esta línea, Otero (2011) afirma que el término evento pertenece al ámbito de los acontecimientos, como una forma de comunicación en la que hay que tener en cuenta los tipos de medios a utilizar, el tipo de público al que se dirige y determinar las variables a aplicar en cada caso, en función de las circunstancias y de la organización que lo promueva.

Fuente (2004) además de definirlos explica las partes básicas que los componen, igualando los conceptos eventos y actos. Para este autor consisten en el desarrollo de una función destinada a cumplir sus objetivos, y se dividen en cuatro partes: un inicio o bienvenida, un desarrollo del objetivo central del mismo, un encuentro de carácter social y una despedida.

Xifra (2003) al hablar del evento como acontecimiento también insiste en la necesidad de tener muy bien definido el tema sobre el que girará la organización de éste, opina que este es el primer deber que se debe cumplir. Por otra parte, indica que se debe crear una temática específica y tener en cuenta el espacio que se va a ocupar y tener en cuenta el plano físico, profesional, comercial, económico o sociocultural.

Bassat (2008) incluso va más allá al afirmar que un evento puede ser la esencia de la comunicación de una marca, ya que el carácter de la marca va intrínseco en el carácter del evento.

Otros autores inciden en la rápida evolución que los eventos están sufriendo en los últimos años. Gandiaga (2017) indica que las empresas y marcas buscan públicos que se impliquen más a nivel emocional y para ello se necesita una organización de 360 grados que permita conectar de forma más directa y auténtica con estos. Esta evolución posibilita que cobren importancia las nuevas tecnologías, la iluminación, el diseño de la imagen, los programas, la realidad aumentada y otros factores que dotan de interés y capacidad comunicativa al mismo.

Está claro el valor de la organización de eventos para mejorar la comunicación de una organización con sus públicos, pero ¿a qué ámbito de la comunicación pertenece la organización de eventos? Claramente a las Relaciones Públicas. Sánchez-González (2016), relaciona la organización de los eventos como una estrategia de comunicación que posibilita que se cumpla la finalidad de las Relaciones Públicas, pues al seleccionar a los públicos y organizar y distribuir todos los elementos de ese evento, se consigue dirigir un determinado mensaje a unos públicos especializados: los *stakeholders*. Por tanto, la visión actual de la organización de eventos los identifica como una técnica importante de Relaciones Públicas.

1.2. La organización de eventos como técnica de RR.PP.

Di Genova, relaciona directamente las RR.PP. con los eventos, al definirlos como “un sistema estratégico de gestión que permite entender los eventos desde el punto de vista de las múltiples interacciones que los caracterizan” (2012, p.12). Y todavía insiste más en el valor de estos como elemento clave para establecer una planificación estratégica de las relaciones públicas que posibilite el acceso eficaz de la organización a sus públicos.

Por otra parte, Salla-García y Ortega-Soriano, describen la organización de actos como una actividad más del profesional de las relaciones públicas, cuya finalidad es “divulgar a la organización de forma calculada, para que se convierta en noticia y proyecte a los medios de comunicación y a los públicos una imagen positiva.” (2008, p. 169)

Di Génova además ubica la organización de eventos como una herramienta de gestión táctica de Relaciones Públicas, que posibilita un doble impacto para las organizaciones, ya que permite lograr beneficios tanto para la prosecución de los objetivos comerciales o sociales como para los comunicacionales e institucionales. Asimismo, insiste en el valor estratégico de estos al afirmar que “por la naturaleza de los temas con los que trabaja –imagen, vinculación con los públicos, negocios, relaciones interpersonales–, un evento reporta una serie de acciones que impactan en las metas organizacionales de corto, mediano plazo y largo plazo.” (2012, p. 203).

Xifra (2003), no duda a la hora de definirlos como técnica de RR.PP., poniendo el énfasis en su valor a la hora de llamar la atención y hacer *publicity* con el objetivo de crear noticia. Pulido, lo afirma también con rotundidad, al referirse a la organización de eventos como “una de las principales y más efectivas técnicas de relaciones públicas que las organizaciones, de diversa naturaleza”, usan para hacer llegar mensajes a sus públicos, “orientados a generar un clima óptimo que favorezca el desarrollo estratégico de sus metas y objetivos” (2012, p. 227).

1.3. Tipos de eventos

Encontramos una amplia bibliografía que clasifica a los eventos de manera muy diversa. Según Otero, a la hora de clasificarlos se debe tener en cuenta que cualquier tipo de evento debe proporcionar a la entidad organizadora credibilidad y confianza y aportarle un activo relacional que configure una organización sólidamente anclada en la comunidad” (2011, p.32).

Por otra parte, Jiménez-Morales y Alonso-Panizo (2017) categorizan los eventos según su dimensión, su contenido y el público destinatario, diferenciando entre los tipos reflejados en la figura 1.

Figura 1. Tipos de eventos



Fuente: Jiménez-Morales, 2017, p. 33

El Presidente del Foro MICE, Luis Gandiaga (2017), añade además que en función del tipo de evento el formato de este variará, diferenciando entre una rueda de prensa, una jornada de puertas abiertas o una convención. Lo

que importa, en su opinión es crear en el asistente una experiencia única y una vivencia emocional que lo vincule con la organización para lograr que el mensaje llegue eficazmente a los públicos.

Campos y Fuente (2013), después de un detallado análisis de los principales autores, aportan una clasificación de eventos de empresa muy precisa, que nos ha parecido la idónea para abordar el análisis de los actos de esta investigación. En concreto, y atendiendo a los objetivos de las empresas, diferencian entre los siguientes:

- 1º Eventos de celebración: como podría ser un aniversario, conmemoración o fiesta.
- 2º Eventos de formación: como conferencias, convenciones, reuniones y congresos.
- 3º Eventos de motivación: convención y/o reuniones, presentación de productos, etc.
- 4º Eventos de reconocimiento: entrega de premio/s y/o reconocimientos.
- 5º Eventos institucionales: como inauguraciones, jornada puertas abiertas, visitas a las instalaciones.
- 6º Eventos societarios: como junta de accionistas o reuniones del consejo de administración.
- 7º Eventos comerciales y de lanzamiento/presentación de producto. Dentro de esta categoría también se incluirían las ferias.
- 8º Eventos promocionales: como los de posicionamiento de marca; itinerantes: Road Show; Street Marketing; Samplings.
- 9º Eventos protocolarios: a los que asisten autoridades oficiales, tanto a nivel nacional como internacionales.
- 10º Eventos de incentivo: como viajes por incentivos u otro tipo de eventos que incentive a los participantes.
- 11º Eventos responsables/solidarios que, según los autores, deben tener en cuenta a la hora de su diseño la política de responsabilidad corporativa y buscan trasladar el compromiso de la empresa con la sociedad.
- 12º. Eventos Sostenibles/Green Events: aquellos cuyo objetivo es el de respeto y cuidado al medio ambiente.
- 13º Eventos culturales. Entendidos como los que pertenecen a la industria del ocio y la cultura, y que pueden llegar a diferenciar entre el de tipo cultural frente al musical.
- 14º Eventos deportivos, relacionados con la actividad deportiva o de competición.
- 15ª Eventos de patrocinio, que están financiados en una parte o su totalidad por la empresa.
- 16º Otros eventos y formatos, que serían los que no están incluidos en las categorías anteriores.

Para esta investigación, creemos necesario realizar un énfasis especial en la categoría de eventos sostenibles, en la que nos centraremos. En este sentido, se va a definir más en detalle este tipo de actos, relacionándolos con el estándar ISO 20121, que establece los criterios que deben de cumplir los eventos para ser considerados sostenibles.

1.4. La norma ISO 20121 para la organización de eventos sostenibles

Estrictamente hablando, la manera más correcta de definir un evento sostenible es relacionarlo con la norma que los regula y establece los estándares para su organización. De esta manera, se podría definir un evento sostenible como aquel que incorpora en todas sus fases de gestión y actividades principios de o para el desarrollo sostenible. Por tanto, un evento sostenible es aquel que se idea, diseña, planifica, ejecuta y revisa bajo el alcance de un Sistema de Gestión de la Sostenibilidad de Eventos ISO 20121 (ISO, 2016).

Origen de la norma ISO 20121:

Como detalla en su tesis doctoral Bakos (2019), el interés para crear la ISO 20121 se remonta a 2004 y la candidatura de Londres para los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de verano de 2012. En un evento de promoción de esta sede, en julio de 2005, David Stubbs, el Jefe de Sostenibilidad del Comité Organizador de Londres (LOCOG), propuso formas innovadoras de ofrecer un evento sostenible. Como señala Bakos, durante este tiempo la industria de eventos en general se estaba volviendo cada vez más consciente de la necesidad de integrar prácticas más sostenibles a la hora de organizarlos. Esta creciente necesidad, junto con la candidatura de Londres para los juegos de 2012 como catalizador, llevó a la creación de la norma nacional británica BS8901 en 2007. Esta norma especificaba los requisitos para un sistema de gestión de la sostenibilidad que podía ser adoptado por cualquier empresa dedicada a la organización de eventos.

Con la finalidad de facilitar los criterios de gestión a los usuarios, se publicó en 2009 una segunda versión de la BS8901. Esta nueva versión fue recibida favorablemente a nivel internacional por organizadores de eventos de gran nivel como los de la Conferencia Climática de Copenhague de las Naciones Unidas. Como detalla Bakos (2019), en respuesta al impulso que estaba tomando la norma, en 2008 se presentó una propuesta conjunta del Grupo creador de la norma, BSI, ante el organismo nacional de normalización de Brasil (ABNT) para desarrollar la norma nacional en una norma ISO. Tras numerosas deliberaciones, la votación final sobre la ISO 20121 tuvo lugar el 30 de mayo de 2012. Tras recibir la aprobación, ISO 20121 se lanzó oficialmente en el verano de 2012 para coincidir con los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Londres.

Criterios que contempla la ISO 20121

La ISO 20121 determina los requisitos, con recomendaciones de uso, necesarios para considerar e incluir criterios de sostenibilidad en la gestión de cualquier evento a lo largo de todas las etapas del proceso: diseño, organización, planificación, ejecución, desarrollo, revisión y actividades posteriores al evento (ISO, 2016).

Por otra parte, esta norma era muy necesaria, dado que los eventos tienen un fuerte impacto medioambiental para el medio en el que se desarrollan, además del económico y social que se debe tener en cuenta en toda su organización. Esta variedad de impactos se produce desde el diseño inicial del evento hasta las actuaciones que tienen lugar una vez finalizado este, por lo que la inclusión de criterios de sostenibilidad en todo este proceso es fundamental (ISO, 2016).

¿Y cuáles son las características que según la ISO 20121 debe cumplir un evento sostenible?

1. Inclusividad. Entendida como la práctica de trato justo y participación significativa de todas las partes interesadas en el evento sostenible. La inclusión se refiere a todas las partes interesadas, independientemente de su raza, edad, sexo, color, religión, sexualidad, orientación, cultura, origen nacional, ingresos, discapacidad (mental, intelectual, sensorial y física) o cualquier otra forma de discriminación.
2. Integridad. Adherencia a los principios éticos de honestidad, transparencia y comportamiento correcto según las normas internacionales de comportamiento aceptado.
3. Responsabilidad. Compromiso responsable con el desarrollo sostenible a través de la huella ambiental, social y económica de un evento sostenible, así como del progreso social, y de aportación de valor que proporciona a los individuos, las organizaciones, las comunidades y las autoridades competentes.
4. Transparencia. Grado de apertura de una organización sobre las decisiones y actividades que afectan a la sociedad, la economía y el medio ambiente, y su disposición para comunicarlos de manera clara, precisa, oportuna, honesta y completa. La transparencia también incluye la apertura sobre los resultados de las decisiones y actividades (Cávala, 2019).

Por tanto, un evento sostenible en el sentido estricto de la palabra es el que cumple con estas características. La siguiente pregunta sería si las empresas que se consideran más responsables en nuestro país organizan eventos sostenibles. Para determinar si es así, esta investigación analizará si los eventos organizados por las empresas valoradas como las más responsables en España según el ranking del monitor empresarial de reputación corporativa MERCO, cumplen con las características definidas en la ISO 20121.

2. Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es comprobar si las organizaciones más responsables de España tienen en cuenta criterios de responsabilidad social y sostenibilidad a la hora de organizar sus eventos. Para ello, se establecen los siguientes objetivos específicos:

1. Definir con precisión el concepto de evento sostenible.
2. Analizar los tipos de eventos que realizan las organizaciones españolas más responsables a través de sus memorias de información no financiera.
3. Determinar, a través de dicho análisis, qué organizaciones realizan eventos sostenibles y comprobar si cuentan con alguna certificación específica.
4. Identificar si los eventos analizados siguen algunos de los criterios y características de inclusividad, integridad, responsabilidad y transparencia que se contemplan en la Norma ISO 20121 sobre eventos sostenibles.

3. Metodología

Para la realización del trabajo se recurre a una metodología cuantitativa en la que, a través de un análisis de contenido, se podrá comprobar si los eventos realizados por las organizaciones más responsables siguen criterios de sostenibilidad. Como indican García y Berganza (2005), el análisis de contenido nos permite medir con precisión la realidad social y, en este caso concreto, la realidad comunicada en las memorias de información no financiera (informes de sostenibilidad o responsabilidad social) de las organizaciones más responsables en España.

La hipótesis de partida es la siguiente: las organizaciones más responsables de nuestro país son conscientes del valor de la organización correcta de eventos para la buena imagen corporativa y, en este sentido, cumplen con las características de inclusividad, integridad, responsabilidad y transparencia en su organización siguiendo las indicaciones reflejadas en el certificado ISO 20121.

Para su comprobación, el análisis se centró en las organizaciones privadas más responsables. Para su selección, se tomó como referencia el último ranking elaborado por MERCO sobre empresas con mejor responsabilidad y gobierno corporativo de España, el de 2020. Se optó por MERCO ya que se trata de uno de los rankings con la metodología más completa (Carreras, Alloza y Carreras, 2013). Concretamente, evalúa 40 variables sobre responsabilidad social en las organizaciones a partir de más de 10.000 encuestas a doce grupos de interés. Además, fue el primer ranking en el mundo en auditar sus procesos por un organismo externo, en concreto por la consultora KPMG, y en cumplir con los criterios de la norma ISAE 3000, estándar para garantizar la información no financiera de las organizaciones (MERCO, 2022).

Por lo tanto, el estudio partió de la siguiente población: las organizaciones más responsables de España. Ya que la finalidad es comprobar si las organizaciones también aplican criterios de sostenibilidad en la elaboración de sus eventos. Una vez determinada la población, se seleccionaron las 80 primeras organizaciones, de las 100 que

incluye el ranking MERCO. Se trata de una muestra representativa que contó con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Como indican Wimmer y Dominick (1996), estos valores permiten obtener una mayor precisión en los resultados.

Una vez seleccionadas las organizaciones, se analizó el contenido publicado en las memorias de información no financiera y diversidad. Se optó por este documento ya que es en el que recoge toda la información sobre sostenibilidad que realizan las organizaciones. Concretamente, recopila la siguiente información:

- Temas medioambientales: En el que se debe incluir información sobre la contaminación, la economía circular, la gestión de residuos, el uso sostenible de los recursos, el cambio climático y la protección de la biodiversidad, entre otros.
- Temas sociales y sobre los trabajadores: En el que se debe incluir información sobre cifras y medidas adoptadas en relación con el empleo, a la organización del trabajo, a la salud y seguridad en el trabajo, a las relaciones sociales, a la formación, a la accesibilidad y a la igualdad.
- Respeto de los Derechos Humanos: En el que se debe incluir datos sobre su aplicación, así como las denuncias por casos de vulneración y el cumplimiento de los convenios, entre otros.
- Lucha contra la corrupción y el soborno: Se debe incluir información sobre las medidas adoptadas.
- La sociedad: En el que se debe incluir información sobre el desarrollo sostenible, la subcontratación y proveedores, reclamaciones de los consumidores e información fiscal, entre otros.

Según el Real Decreto en materia de información no financiera y diversidad (Real Decreto 11/2018), dichos informes son de obligada elaboración y publicación en la página web para todas las organizaciones que cuenten con más de 500 trabajadores o que sean de interés público, entre otros requerimientos (se trata del informe de responsabilidad social o de sostenibilidad que voluntariamente realizaban algunas organizaciones antes del Real Decreto). Requisitos que cumplen todas las organizaciones incluidas en el ranking MERCO (MERCO, 2022), sobre empresas con mejor responsabilidad y gobierno corporativo de España en 2020. Además, como se indica en la ley, las organizaciones tienen la obligación de publicar los informes en sus páginas web, lo que facilita y asegura el acceso a la información.

En el análisis se seleccionaron los últimos informes publicados por las organizaciones. Como se ha indicado anteriormente, dichos informes son de obligada difusión para las organizaciones que reúnan los requisitos que se reflejan en el Real Decreto, pero, a pesar de ello, durante el análisis se detectó que no todas las organizaciones lo tenían actualizado. En esos casos se analizó el último informe publicado. El período de análisis fue del 1 de febrero al 30 de junio de 2022.

Además, también se detectó que cuatro organizaciones (ING Bank, Unilever, Apple y BMW) no disponían de informe no financiero para el ámbito nacional. En estos casos, el informe si estaba publicado y accesible, pero incluía información de todos los países en los que estaban presentes. Por lo tanto, para no adulterar los resultados, sólo se analizaron los informes o memorias que recogían información sobre la actividad de las organizaciones en España.

Para llevar a cabo la investigación se creó un protocolo de codificación ex profeso para analizar las memorias de información no financiera. A través de las siguientes palabras clave, se buscó en los informes toda la información relativa a la elaboración de eventos:

- Evento: Se realizó una búsqueda de la palabra evento en los documentos, así como de términos similares como acto, foro o actividades.
- Certificación: También se realizó una búsqueda de este término para detectar si para la realización de eventos sostenibles se sigue alguna certificación. Por ello, se incluyeron en las palabras clave los nombres de las certificaciones más relevantes en materia de realización de eventos como la norma ISO 20121, la certificación de Eventsost y la de Biosphere.

En total, se propusieron 8 palabras clave para dar respuesta a los objetivos planteados. Además, para recopilar los datos, se diseñó una ficha de análisis en el que se incluyeron las siguientes variables:

- Identificación y ubicación: Donde se indicaba el nombre de la organización, su posición en el ranking MERCO, el sector de actividad (información proporcionada por el propio monitor) y la dirección web de la memoria de información no financiera analizada.
- Tipología de evento: Para la clasificación de los eventos se tuvo en cuenta la propuesta de Campos y Fuente (2013), desarrollada en el marco teórico, que se resumen en los siguientes tipos: eventos de celebración, de formación, de motivación, de reconocimiento, institucionales, societarios, comerciales y de lanzamiento/presentación de producto, promocionales, protocolarios, de incentivo, responsables o solidarios, sostenibles o Green Events, culturales, deportivos, de patrocinio y otros eventos y formatos que no estén incluidos en las categorías anteriores.
- Evento sostenible: Para determinar si se trataba de un evento sostenible, debía cumplir en su organización con al menos unos de los criterios que refleja la Norma ISO 20121 (ISO 20121, 2012) sobre inclusividad, integridad, responsabilidad o transparencia (desarrollados en el marco teórico). Dichos criterios no

se tuvieron en cuenta cuándo únicamente se incluían en la temática del evento. Por lo tanto, solo se consideraban como sostenibles los eventos que tuvieran en cuenta estos criterios para su elaboración.

- **Certificaciones:** Por último, se comprobaba si disponían de alguna certificación en materia de organización de eventos como la Norma ISO 20121, las certificaciones de Biosphere y Eventsost u otras similares.

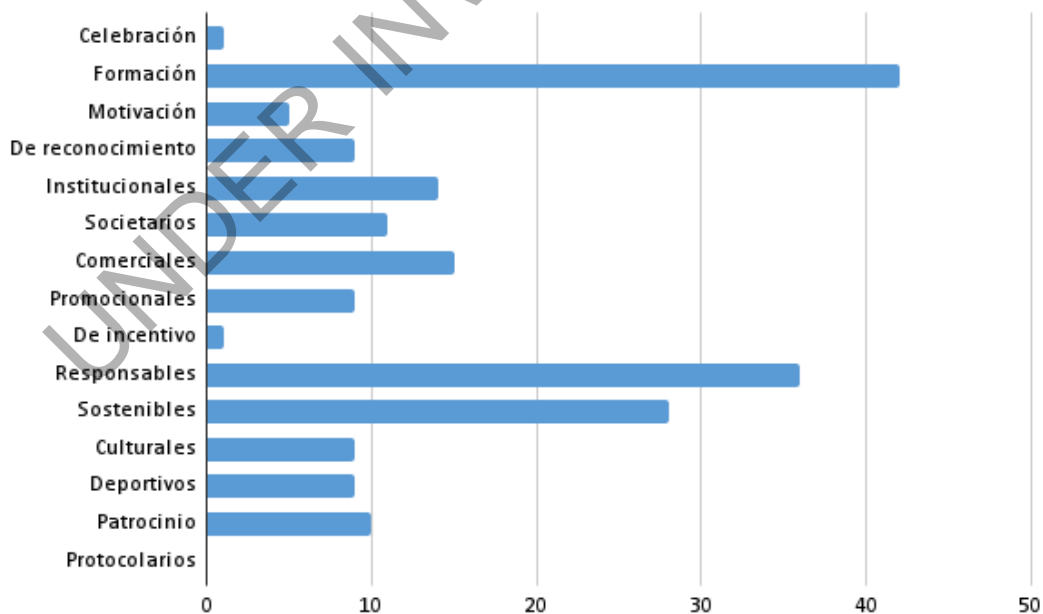
Una vez establecida la ficha de análisis y, tal y como recomiendan Wimmer y Dominick (1996), se llevó a cabo una sesión preparatoria para adiestrar a los codificadores. En dicha sesión, tras resolver las posibles discrepancias entre los investigadores, se elaboró un documento guía con las principales directrices para llevar a cabo el análisis. De este modo, se aseguró que el protocolo de codificación tuviera un alto grado de fiabilidad.

4. Resultados

El principal resultado de esta investigación indica que el 37% de las organizaciones más responsables de España realizan eventos siguiendo alguno de los criterios de sostenibilidad recogidos en la Norma ISO 20121 (ISO, 2016). En función de su tipología, los eventos que más organizan las empresas analizadas son los de formación, con un 55%, seguidos de los eventos de temática responsable, con un 47%. En la franja entre 20% y el 15%, encontramos a los eventos comerciales, los institucionales y los societarios.

Con un porcentaje similar, entre el 13% y el 12%, se encuentran los eventos de patrocinio, los de reconocimiento, los promocionales, los culturales y los deportivos. Los eventos de motivación los realizan poco más del 7% de las organizaciones analizadas. Por último, con un porcentaje de organización más residual, estarían los eventos de celebración y los de incentivo, con un 1% cada uno aproximadamente. La única tipología de eventos que no aparece reflejada es la considerada como protocolaria. En el siguiente gráfico se muestran los resultados de los tipos de eventos organizados por las organizaciones más responsables de España según el ranking MERCO.

Tabla 1. Eventos realizados por las organizaciones más responsables de España



Fuente: Elaboración propia

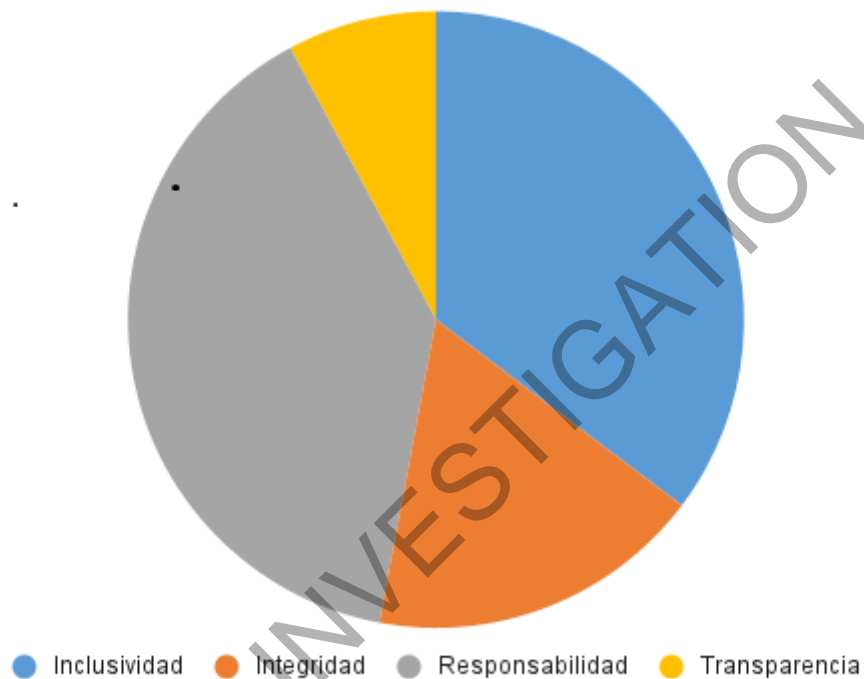
Cabe destacar, que los informes o memorias analizadas no siempre se denominaban estado de información no financiera. Los documentos aparecían también con el título de memoria o informe de sostenibilidad o responsabilidad, informe anual o como informe de gestión consolidado (integrando información financiera y no financiera).

Durante el análisis también se detectó que, a causa de la pandemia, las organizaciones han optado por organizar algunos de sus eventos de forma virtual. La crisis de la COVID 19 provocó por otra parte, que muchas organizaciones redujeran de forma sustancial la organización de actos.

Si ponemos el foco en los eventos sostenibles, como se aprecia en el gráfico 3, se observa que los principales criterios seguidos son la responsabilidad y la inclusividad. Concretamente, el 71% de las empresas que organizan eventos sostenibles han tenido en cuenta aspectos de impacto medioambiental en su elaboración. Otro de los criterios más utilizados ha sido el de inclusividad. El 64% de las organizaciones analizadas, que realizan eventos

sostenibles, han contemplado aspectos como el trato justo y la participación de todos los públicos implicados sin tener en cuenta su sexo, su orientación sexual o su discapacidad, entre otros, para la organización de sus eventos

Figura 2. Criterios Eventos sostenibles ISO 20121



Fuente: Elaboración propia

La integridad ha sido el tercer criterio más tenido en cuenta, con una presencia del 32%. Las organizaciones han contemplado principios éticos como la honestidad y el comportamiento correcto según las normas internacionales para la organización de sus eventos. En cuanto a la transparencia, solo cuatro organizaciones, el 14% sobre el total, han utilizado este criterio para la organización de sus eventos.

Por último, solo 4 de las 28 organizaciones que realizan eventos sostenibles cuentan con una certificación externa. Iberdrola y Maphre han optado por certificar sus eventos con la ISO 20121. En cambio, el Banco Santander y Red Eléctrica Española han obtenido una doble certificación de sus eventos sostenibles, tanto por la Norma ISO 20121 como por AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación). Cabe destacar, que el 50% de las organizaciones con certificación son del sector de la energía. Además, en todas las organizaciones, el evento que se certifica con la ISO 20121 es la Junta General de Accionistas.

5. Discusión y conclusiones

Una de las principales conclusiones del trabajo es que a pesar de que las organizaciones estudiadas están realizando considerables esfuerzos en el ámbito de la sostenibilidad y la responsabilidad social, conscientes del valor de esta técnica en su política de comunicación con sus públicos, no lo están integrando en la gestión de sus eventos. Llama la atención que la Norma ISO 20121 sobre sistemas de gestión de sostenibilidad de eventos es de escasa aplicación en las organizaciones más responsables de España, pese a estar vigente desde 2013.

Además, las cuatro organizaciones que sí aplican la Norma ISO 20121 lo hacen para certificar únicamente un evento en concreto: La Junta General de Accionistas. Para el resto de eventos, actos, foros o actividades no se tienen en cuenta criterios de sostenibilidad en su elaboración. Se trata, por tanto, de una acción dirigida exclusivamente a los accionistas. Por ello, se podría afirmar que las organizaciones españolas más responsables que aplican la Norma ISO 20121 en sus eventos, lo realizan como una herramienta de comunicación para influir en la imagen de sus accionistas. Se trata, por tanto, de una acción puntual de comunicación estratégica que, en ningún caso, se integra en la gestión y realización de todos los eventos que se realizan en la organización.

En definitiva, son pocas las organizaciones, consideradas más responsables de nuestro país, que son conscientes del valor de la organización correcta y sostenible de los eventos para la buena imagen corporativa y, en este sentido, no cumplen con los criterios de inclusividad, integridad, responsabilidad y transparencia en su organización.

Es por ello, que la hipótesis de partida de esta investigación se refuta claramente. En ella, se indicaba que las organizaciones más responsables de nuestro país son conscientes del valor de la organización correcta de eventos para la buena imagen corporativa y, en este sentido, cumplen con las características de inclusividad, integridad, responsabilidad y transparencia en su organización siguiendo las indicaciones reflejadas en el certificado ISO 20121.

A raíz de los resultados obtenidos, la hipótesis de partida está muy lejos de poder validarse. Aunque, es destacable que, a pesar de no contar con una certificación, el 18% de las organizaciones analizadas si aplican algún criterio de sostenibilidad en sus eventos. Destacan de forma notable los criterios de responsabilidad y de inclusividad. En la mayoría de estos casos se produce un híbrido entre evento responsable y evento sostenible. Las organizaciones al realizar un evento de temática responsable incluyen criterios de sostenibilidad en su elaboración.

Por último, con la finalidad de avanzar en la discusión académica del concepto y a la vista de la investigación realizada, se podría proponer la siguiente definición de evento sostenible: suceso o acontecimiento especial programado que, utilizado como técnica de Relaciones Públicas de una organización, contempla en su producción los criterios de inclusividad, integridad, responsabilidad y transparencia.

UNDER INVESTIGATION

Referencias

- Bassat, L. (2008). *Confesiones de un publicitario*. Ed. Crítica.
- Bakos, A. (2019). *The institutionalisation of sustainability in event management: a case study of the diffusion of ISO 20121 at the Gold Coast 2018 Commonwealth Games*. (Tesis doctoral. Facultad de Filosofía de la Bond Business School). https://pure.bond.edu.au/ws/portalfiles/portal/36066365/Andrew_Bakos_Thesis.pdf
- Bowen, H.R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Harper.
- Campos García de Quevedo, G. y Fuente LaFuente, C. (2013). Los eventos en el ámbito de la empresa. Hacia una definición y clasificación. *Revista de Comunicación de la SEECI*. Año XV (32)73-105. <http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2013.32>
- Carreras, E. Alloza, A. y Carreras, A. (2013). *Reputación Corporativa*. LID Editorial.
- Cávala, Gabinete de Asesoría Empresarial (2019). Eventos Sostenibles. Certificación ISO 20121. <https://www.cavala.es/gestion-medioambiental/eventos-sostenibles/>
- Del Mar Sánchez-González, D. (2016). Protocolo y Relaciones Institucionales. *Revista de Estudios Institucionales*, Vol. IV, Nº 7.158-167. <https://doi.org/10.5944/eeii.vol.4.n.7.2017.20633>
- Di Genova, A. (2012). *Manual de relaciones públicas e institucionales: estrategias de comunicación y tácticas relacionales* (1ª ed.). Urgerman Editor.
- Fuente LaFuente, C. (2004). *Técnicas de organización de actos. Manual de protocolo actualizado*. Ed. Protocolo.
- Gandiaga, L. (2017). El evento como herramienta de comunicación. *Top Comunicación&RR.PP*. <https://www.topcomunicacion.com/el-evento-como-herramienta-de-comunicacion/>
- García, M.C. y Berganza, M. R. (2005). El método científico aplicado a la investigación en comunicación. En M.R Berganza y J.A. Ruíz (Eds.). *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación* (19-42). McGraw-Hill.
- ISO (2013) Sustainable events. <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100302.pdf>
- ISO (2016). ISO 20121:2012. Event sustainability management systems. International Organization for Standardization. <https://www.iso.org/standard/54552.html>
- Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. Boletín Oficial del Estado, 295, de 10 de diciembre de 2013. <https://www.boe.es/eli/es/l/2013/12/09/19/con>
- Lozano, R., Fuentes, V., Sánchez, C. y Martín, C. (2014). *Manual de eventos sostenibles*. Fundación Oxígeno. <https://cutt.ly/0Lr9CWx>
- MERCO (2022). ¿Qué es Merco? *Merco, monitor empresarial de reputación corporativa*. <http://merco.info/es/que-es-merco>
- Otero Alavarado, M.T. (2011). *Protocolo de empresa*. Editorial UOC
- Panizo Alonso J. y Jiménez Morales, M. (2017): *Eventos y protocolo: la gestión estratégica de actos corporativos e institucionales*. Editorial UOC
- Pulido, M (2017). Técnicas de Organización de Eventos de María Dolores del Mar Sánchez González; Editorial Síntesis, 2016 [Reseña]. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 7 (14), 227-230.
- Real Academia Española (2021). *Diccionario de la lengua española*, versión electrónica 23.5 <https://dle.rae.es/contenido/actualizacion-2021>
- Real Decreto Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad. Boletín Oficial del Estado, 314, de 29 de diciembre de 2018. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2018-17989>.
- Rosario, J.S. (2014) *Evento. Cómo organizarlo con éxito*. Urgerman Editor.
- Salla García, J. y Ortega Soriano, J. (2008): *Plan estratégico de Relaciones Públicas*. J.M. Bosch Editor.
- Wimmer, R.D. y Dominick, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Bosch Casa Editorial S.A.
- Xifra, J. (2003). *Teoría y estructura de las Relaciones Públicas*. McGraw-Hill.
- Xifra, J. (2012). *Técnicas de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Editorial UOC.