

Artículo de Investigación

# Tendencias y desarrollo de la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa en los eventos organizados por las empresas del ranking MERCO tras la pandemia de la COVID 19

## Trends and development of sustainability and corporate social responsibility in events organized by companies in the MERCO ranking after the COVID 19 pandemic

**Salvador Hernández-Martínez**<sup>1</sup>: UCAM - Universidad Católica San Antonio de Murcia, España.

[shernandez@ucam.edu](mailto:shernandez@ucam.edu)

**David Sánchez-Hervás**: UCAM - Universidad Católica San Antonio de Murcia, España.

[dsanchez@ucam.edu](mailto:dsanchez@ucam.edu)

**Fecha de Recepción:** 07/07/2024

**Fecha de Aceptación:** 10/10/2024

**Fecha de Publicación:** 13/11/2024

### Cómo citar el artículo:

Hernández-Martínez, S. y Sánchez-Hervás, D. (2024). Tendencias y desarrollo de la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa en los eventos organizados por las empresas del ranking MERCO tras la pandemia de la COVID 19 [Trends and development of sustainability and corporate social responsibility in events organized by companies in the MERCO ranking after the COVID 19 pandemic]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-17. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1095>

---

<sup>1</sup> **Autor Correspondiente:** Salvador Hernández-Martínez. UCAM - Universidad Católica San Antonio de Murcia (España).

**Resumen:**

**Introducción:** Esta investigación persigue determinar si se ha producido una evolución en la realización de eventos sostenibles por las organizaciones más responsables de España. **Metodología:** La metodología empleada es cuantitativa y comparativa, basada en el análisis de contenido de las memorias de información no financiera y diversidad publicadas en los sitios web de estas empresas. **Resultados:** Los resultados muestran un incremento en el uso de criterios de sostenibilidad en la realización de eventos, de las empresas más responsables, tras la pandemia por la COVID-19. **Discusión:** Este análisis aporta una perspectiva diferente al ámbito de los eventos sostenibles. Se trata de un punto de partida para observar cómo las empresas, que más interés están mostrando por la responsabilidad social corporativa, incluyen la sostenibilidad en la organización y realización de sus eventos. **Conclusiones:** Como conclusión del estudio, podemos determinar que la sostenibilidad está ganando cada vez más importancia en el desarrollo de eventos. Las organizaciones más responsables de España llevan años integrando en su actividad criterios de sostenibilidad a través de diversos estándares y normas. Este hecho hace que vayan incorporando la sostenibilidad a todas las acciones que desarrollan, incluido los eventos.

**Palabras clave:** Eventos sostenibles; Eventos responsables; Eventos inclusivos; Relaciones públicas; Empresas responsables; Responsabilidad Social Corporativa; Ranking MERCO; COVID-19.

**Abstract:**

**Introduction:** This research seeks to determine if there has been an evolution in the implementation of sustainable events by the most responsible organizations in Spain. **Methodology:** The methodology used is quantitative and comparative, based on the content analysis of the non-financial information and diversity reports published on the websites of these companies. **Results:** The results show an increase in the use of sustainability criteria in holding events, by the most responsible companies, after the COVID-19 pandemic. **Discussions:** This analysis provides a different perspective to the field of sustainable events. This is a starting point to observe how companies, which are showing more interest in corporate social responsibility, include sustainability in the organization and execution of their events. **Conclusions:** As a conclusion of the study, we can determine that sustainability is gaining more and more importance in the development of events. The most responsible organizations in Spain have been integrating sustainability criteria into their activities for years through various standards and regulations. This fact means that they are incorporating sustainability into all the actions they carry out, including events.

**Keywords:** Sustainable events; Responsible events; Inclusive events; Public relations; Responsible companies; Corporate Social Responsibility; MERCO Ranking; COVID-19.

## 1. Introducción

En España el ranking MERCO analiza todos los años 40 variables relacionadas con la responsabilidad social en las organizaciones, estableciendo un listado de las 100 empresas más responsables. Esta investigación parte de la base del valor que tiene la organización de eventos para el establecimiento de una estrategia de Relaciones Públicas por parte de una organización. Según Di Genova, los eventos están intrínsecamente vinculados a las Relaciones Públicas, definiéndolos como “un sistema estratégico de gestión que permite comprender los eventos desde la perspectiva de las múltiples interacciones que los caracterizan” (2012, p.12). Enfatiza la importancia de estos eventos como elementos clave para establecer una planificación estratégica en relaciones públicas, facilitando así el acceso efectivo de la organización a sus públicos.

Por otro lado, Salla-García y Ortega-Soriano describen la organización de eventos como una actividad fundamental del profesional de relaciones públicas, cuya meta es “difundir de manera calculada la organización, convirtiéndola en noticia y proyectando una imagen positiva a los medios de comunicación y al público” (2008, p. 169). Sánchez-González (2016) redonda en esta idea al destacar que la organización de eventos hace posible cumplir la finalidad de Relaciones Públicas de una organización. Asimismo, Pulido (2017) insiste en que es una de las técnicas más efectivas de Relaciones Públicas para hacer llegar a los públicos mensajes por parte de las organizaciones.

La realización de eventos trasciende la mera tendencia pasajera, constituyendo una estrategia de significativa relevancia para el fortalecimiento de la imagen corporativa de una entidad. Por consiguiente, numerosas empresas integran estratégicamente los eventos dentro de sus campañas promocionales, reconociendo su potencial para realzar la visibilidad y el valor de productos o servicios específicos. Bassat (2008) estima que un evento puede llegar a ser la esencia de la comunicación de una marca, y es que el carácter de la marca va intrínseco en el carácter del evento. Por ese motivo, el público de una organización al conocer los valores de la marca a través de la asistencia a un evento de la misma, puede llegar a establecer un vínculo de fidelidad a esa marca.

Como indican Campos y Fuente (2013), nada comunica por sí sólo, el evento debe estar dotado de contenido y forma para conseguir los objetivos de la organización. Es en este aspecto donde se ha observado un gran cambio, pasando de esquemas estándar (bienvenida, saluciones, acto institucional, ágape o similar) a eventos con una gran creatividad en sus contenidos donde el diseño visual y plástico, la escenografía, los audiovisuales, las tecnologías multimedia o la irrupción del espectáculo escénico, que llegan a ser auténticos transmisores de los mensajes corporativos (Campos y Fuentes, 2013).

El evento ha ido evolucionando hasta llegar a ser una de las principales acciones de comunicación que llevan a cabo las organizaciones. La evolución de los eventos ha progresado hacia una modalidad más interactiva y personalizada, denominada eventos experienciales, donde la comunicación directa con el público es crucial, logrando así un posicionamiento que se aleje lo máximo posible de lo convencional en la mente de los consumidores y que, de esta forma, a través del recuerdo, se genere un gran impacto entre los públicos, y de forma consecuente, en la marca. Otros autores, como Rosario (2014) lo vincula al término acontecimiento, señalando que su principal finalidad es reunir a un número determinado de personas que comparten objetivos y actividades. En este sentido Otero (2011) comparte esta visión del evento como acontecimiento, indicando que suponen una forma de comunicación en la que valorar los medios a utilizar y los públicos a los que se dirige. Campos y Fuentes (2013) consideran además que los eventos están valorados en el ámbito de la empresa como una parte importante de las estrategias de comunicación.

Otros autores llegan incluso a afirmar que la organización de eventos, y en especial los deportivos, puede llegar incluso a convertirse en un elemento clave para el desarrollo local de determinadas regiones y localidades (Sánchez, Delgado y Vidal, 2018).

Di Genova (2012) también sitúa la organización de eventos como una herramienta táctica de gestión en Relaciones Públicas, que permite un impacto dual para las organizaciones al lograr beneficios tanto en sus objetivos comerciales o sociales como en los comunicacionales e institucionales. Por otra parte, Xifra (2003) no vacila al definir los eventos como una técnica de Relaciones Públicas, destacando su valor para llamar la atención y generar publicidad con el objetivo de crear noticias. Pulido respalda esta idea al afirmar con firmeza que la organización de eventos es “una de las principales y más efectivas técnicas de relaciones públicas que

utilizan las organizaciones de diversas índoles” para transmitir mensajes a sus públicos. (2012, p.227-228).

### 1.1. Diversidad de eventos

Una vez descrito el valor que tiene para la imagen de una empresa la organización de eventos, cabría plantearse qué tipos de eventos se pueden realizar por parte de las organizaciones y qué se entiende por eventos sostenible.

Existen muchas clasificaciones diversas de eventos. Panizo-Alonso y Jiménez-Morales (2017) diferencian los eventos según su dimensión, su contenido y el público destinatario. De entre todas las tipologías, en esta investigación se ha optado por la clasificación de eventos planteada por Campos y Fuente (2013), que nos ha permitido diseñar una tabla de codificación de los eventos organizados por las empresas analizadas. Según estos autores se pueden establecer hasta 16 categorías distintas de eventos. En concreto definen las siguientes:

- Eventos de Celebración: celebraciones como aniversarios, conmemoraciones o fiestas.
- Eventos de Formación: actividades educativas como conferencias, convenciones, reuniones y congresos.
- Eventos de Motivación: convenciones, reuniones o presentaciones de productos orientadas a motivar.
- Eventos de Reconocimiento: ceremonias de entrega de premios y reconocimientos.
- Eventos Institucionales: inauguraciones, jornadas de puertas abiertas y visitas a instalaciones.
- Eventos Societarios: juntas de accionistas, reuniones del consejo de administración.
- Eventos Comerciales y de Lanzamiento/Presentación de Producto: ferias y actividades de lanzamiento de productos.
- Eventos Promocionales: estrategias de posicionamiento de marca, *road shows*, *street marketing*, *samplings*.
- Eventos Protocolarios: reuniones con la participación de autoridades nacionales o internacionales.
- Eventos de Incentivo: viajes u otras actividades diseñadas para motivar a los participantes.
- Eventos Responsables/Solidarios: diseñados considerando la responsabilidad corporativa, transmitiendo el compromiso social de la empresa.
- Eventos Sostenibles/Green Events: enfoque en el respeto y cuidado del medio ambiente.
- Eventos Culturales: actividades relacionadas con la industria del ocio y la cultura, incluyendo los eventos musicales.

- Eventos Deportivos: incluyendo las competiciones o exhibiciones.
- Eventos de Patrocinio: Financiados parcial o totalmente por la empresa.
- Otros Eventos y Formatos: cualquier evento que no encaje en la taxonomía de las categorías anteriores.

Una vez descrita la tipología propuesta por Campos y Fuente (2013), nos centramos en la descripción de nuestro objeto de estudio: los eventos sostenibles. Según la *Guía de Eventos Sostenibles* realizada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2014), el diseño, planificación, organización y desarrollo de un evento más sostenible tiene diez ventajas relevantes, entre las que destacan las siguientes: beneficiar el bien común al reducir el impacto ambiental negativo, crear vínculos emocionales entre la organización y sus públicos, posicionar y aportar buena imagen tanto al evento como a la organización y potenciar la responsabilidad al demostrar que existen otras formas posibles de abordar los eventos.

Por otra parte, según establece la Guía para organizar eventos sostenibles, realizada por el Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural de la Generalitat Catalana (2022) para que un evento pueda ser considerado sostenible deben realizarse las siguientes acciones:

- Contar con un plan de sostenibilidad que incluya, al menos, las acciones sostenibles a implementar en el evento, las personas responsables de ejecutarlas, los plazos para su implementación y un indicador de seguimiento.
- Designar a un coordinador responsable de supervisar y dar seguimiento al plan de sostenibilidad.
- Informar al personal (equipo organizador, proveedores, contratistas, colaboradores, etc.) acerca de las medidas sostenibles previstas para el evento, fomentando su participación activa y resaltando la relevancia de su papel en la identificación de oportunidades de mejora.
- Comunicar las acciones sostenibles implementadas a los asistentes, al personal de la organización, a las empresas proveedoras, etc., proporcionándoles información sobre cómo pueden contribuir para hacer el evento más sostenible.
- Evaluar y compensar la huella de carbono considerando el inventario y utilizando los sistemas de cálculo y compensación recomendados a continuación.

Asimismo, la Guía básica para la sostenibilidad de eventos turísticos (Plan de formación de Turismo de Navarra, 2022)–señala que los aspectos fundamentales sobre los que hay que trabajar para organizar eventos sostenibles son: la comunicación, el lugar de celebración, la infraestructura y equipamiento necesario, suministros, movilidad y gestión de recursos.

Por otro lado, consideramos conveniente citar la definición de evento sostenible establecida por el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA-) que indica que debe velar por transmitir un legado beneficioso para la comunidad y minimizar todos los daños posibles al medio ambiente en todas sus fases, tanto en el diseño como la organización y el desarrollo (Lozano, 2014).

Teniendo en cuenta todas estas variables, consideramos que todavía nos falta una referencia a tener en cuenta para establecer las características básicas que debe de cumplir un evento sostenible para ser considerado como tal. En este sentido, existe una norma creada *ex profeso*: la ISO 20121.

### **1.2. Origen de la ISO 20121 y características de un evento sostenible**

Si para cualquier empresa la organización de eventos es una técnica básica para su imagen, aquellas que son catalogadas como las más responsables deberían tener todavía más presente todos los aspectos a cumplir al organizarlos y valorar que cumplan con los criterios de sostenibilidad si quieren reforzar su reconocimiento social y su compromiso con una RSC ejemplar. En este sentido, la norma ISO 20121 establece los requisitos necesarios, junto con recomendaciones, para integrar criterios de sostenibilidad en la gestión de eventos a lo largo de todas sus etapas: diseño, organización, planificación, ejecución, desarrollo, revisión y actividades posteriores al evento (ISO, 2016).

Dada la fuerte incidencia medioambiental, económica y social de los eventos, la norma es esencial para garantizar la inclusión de criterios de sostenibilidad en todo el proceso, desde el diseño inicial hasta las acciones posteriores al evento (ISO, 2016).

La iniciativa para crear la norma ISO 20121 se remonta a 2004, durante la candidatura de Londres para los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de verano de 2012 (Bakos, 2019). En un evento promocional en julio de 2005, David Stubbs, Jefe de Sostenibilidad del Comité Organizador de Londres (LOCOG), propuso enfoques innovadores para realizar eventos sostenibles. Este período coincidió con un creciente reconocimiento en la industria de eventos sobre la necesidad de integrar prácticas más sostenibles. La norma nacional británica BS8901 fue creada en 2007 para especificar los requisitos de un sistema de gestión de la sostenibilidad que podían ser adoptados por empresas dedicadas a la organización de eventos.

Como señala Bakos (2019), respondiendo al impulso de la norma, en 2008 se presentó una propuesta ante el organismo nacional de normalización de Brasil (ABNT) para desarrollar la norma nacional en una norma ISO. Tras numerosas deliberaciones, la ISO 20121 fue aprobada el 30 de mayo de 2012 y se lanzó oficialmente en el verano de 2012 para coincidir con los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Londres.

La ISO 20121 identifica cuatro características principales que debe cumplir un evento para catalogarlo como sostenible (Cávala, 2019):

- **Inclusividad:** Garantiza un trato justo y participación significativa de todas las partes interesadas, sin importar características como raza, edad, género, religión, orientación sexual, cultura, origen nacional, ingresos o discapacidad.
- **Integridad:** Se adhiere a principios éticos de honestidad, transparencia y comportamiento correcto según las normas internacionales aceptadas.
- **Responsabilidad:** Compromiso responsable con el desarrollo sostenible, considerando la huella ambiental, social y económica del evento, así como su contribución al progreso social y el valor proporcionado a individuos, organizaciones, comunidades y autoridades competentes.

- **Transparencia:** Grado de apertura de la organización sobre decisiones y actividades que afectan a la sociedad, la economía y el medio ambiente, comunicándolos de manera clara, precisa, oportuna, honesta y completa.

### **1.3. Investigaciones anteriores relevantes**

Esta investigación se desarrolla a partir de la propuesta de Sánchez-Hervás y Hernández-Martínez (2022), que analizaba los eventos realizados por las organizaciones durante el año 2020, a través del análisis de contenido de las memorias de información no financiera y diversidad. La dificultad principal que planteaba este estudio radicaba en que en este periodo la humanidad tuvo que enfrentar las limitaciones planteadas por la pandemia del COVID-19 que afectaron de manera importante a los eventos que se organizaban debido a los problemas para celebrarlos de manera presencial, dada la obligación del confinamiento y posterior límite de aforo en cualquier acto social planteados por la pandemia. Como señalan Míguez, Corbacho y Pérez (2024), el COVID-19 tuvo un gran impacto en todas las formas de comunicación de las empresas, tanto a nivel interno como externo, posibilitando la adopción de nuevas tecnologías y herramientas de comunicación.

Se valoró la importancia de continuar este análisis, una vez finalizada la pandemia de la COVID-19, partiendo del supuesto de que las empresas más responsables de España, tras la vuelta a la normalidad, han vuelto a organizar eventos presenciales y tienen en cuenta las características de sostenibilidad establecidas por la ISO 20121 en la producción y ejecución de estos. En este sentido, se presta especial atención al porcentaje en el incremento de estos eventos, el tipo de eventos y si cumplen con esas características.

Entre otros estudios relevantes sobre la organización de eventos sostenibles, destaca el de Huerta (2023), que ahonda en el binomio RR.PP. y Responsabilidad Social en la organización de eventos sostenibles. La autora destaca, entre otros resultados, que a la hora de abordar un evento de estas características, se tienen que unificar las RR.PP. y la Responsabilidad Social “a través de una dimensión integral, holística o en 360° de la sostenibilidad: medioambiental, social y económica” (p.11). En este sentido también podemos encontrar la guía sobre gestión de eventos sostenibles de Jones (2017), donde se hace especial hincapié en la responsabilidad social y ambiental que se asume al organizar un evento puesto que la gestión adecuada de los impactos que ese evento puede producir tiene como resultado una mejora de la percepción positiva y duradera de la imagen de esa organización.

### **1.4. Hipótesis y objetivos**

La hipótesis planteada es la siguiente: Las empresas más responsables de España, según el ranking Merco, han incrementado el empleo de criterios de sostenibilidad en la realización de sus eventos tras la pandemia de la COVID-19.

Por otra parte, se plantea como principal objetivo de este trabajo verificar si las organizaciones más responsables en España han ido implementando criterios de sostenibilidad como la inclusión, la integridad, la responsabilidad y la transparencia) en la organización de sus eventos tras la pandemia de la COVID-19. Para ello, se establecen los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar la evolución, tras la pandemia de la COVID-19, de los tipos de eventos realizados por las organizaciones españolas más responsables a través de sus memorias de información no financiera.

2. Determinar, a través de este análisis, si se ha incrementado la realización de eventos sostenibles y detectar qué criterios de sostenibilidad se han tenido en cuenta según la Norma ISO 20121.

3. Definir el valor y las ventajas que supone para una empresa la organización de eventos sostenibles.

## 2. Metodología

Para dar respuesta a los objetivos planteados se ha diseñado una metodología cuantitativa y comparativa. Concretamente se ha realizado un análisis de contenido de las memorias de información no financiera de las organizaciones más responsables de España. Se ha optado por el análisis de contenido, ya que nos permite medir con precisión la realidad social y comunicada por las empresas más responsables (García y Berganza, 2005). Es en dichas memorias es dónde las organizaciones tienen la obligación de comunicar los resultados no económicos obtenidos; entre ellos, se encuentran las actividades, eventos y jornadas que han desarrollado.

En cuanto a la selección de las organizaciones)-se tomó como referencia el ranking de las 100 empresas con mejor responsabilidad y gobierno corporativo que realiza MERCO en España. Dicho ranking cuenta con una metodología válida y probada para la valoración de las organizaciones (Pallarés y López, 2017). Concretamente fueron seleccionadas las 40 primeras organizaciones del ranking de 2020.

Tras seleccionar las organizaciones se analizaron sus memorias de información no financiera de los años 2020 y 2022. Dicho documento recoge toda la información y actividades realizadas por las organizaciones en materia de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa, lo que nos permitió comprobar si se había producido una evolución, tras la pandemia de la COVID-19, en la realización de eventos sostenibles. Además, en España existe un Real Decreto-Ley (Ley 19/2013) que obliga a las organizaciones, que sean de interés público y que cuenten con 500 o más trabajadores, a realizar y publicar la memoria de información no financiera. Lo que nos asegura y nos permite el acceso a las memorias para su posterior análisis, ya que todas las organizaciones seleccionadas cumplen los requisitos del Real Decreto.

El periodo de análisis fue de febrero a mayo de 2022) para las memorias de 2020, y de septiembre a diciembre de 2023) para las memorias de 2022. La ficha de análisis fue verificada y validada en un estudio previo (Sánchez-Hervás y Hernández-Martínez, 2022) lo que otorga al análisis un alto grado de fiabilidad, tal y como recomiendan Wimmer y Dominick (1996).

El análisis de las memorias de información no financiera de las organizaciones seleccionadas se realizó a partir de la búsqueda de las siguientes palabras clave: evento, actividad, junta, foro y acto, para detectar cualquier tipo de evento realizado por las empresas. Además, se añadió la palabra clave certificación para detectar si los eventos realizados cumplían con algunos estándares de sostenibilidad concretos.

En cuanto a los eventos detectados en el análisis se clasificaron teniendo en cuenta la aportación de Campos y Fuente (2013) descrita en el apartado 1.1 de diversidad de eventos. Por otra parte, con respecto a los eventos sostenibles, también se tuvo en cuenta si cumplían con algunos de los criterios que se indican en la Norma ISO 20121(2016).

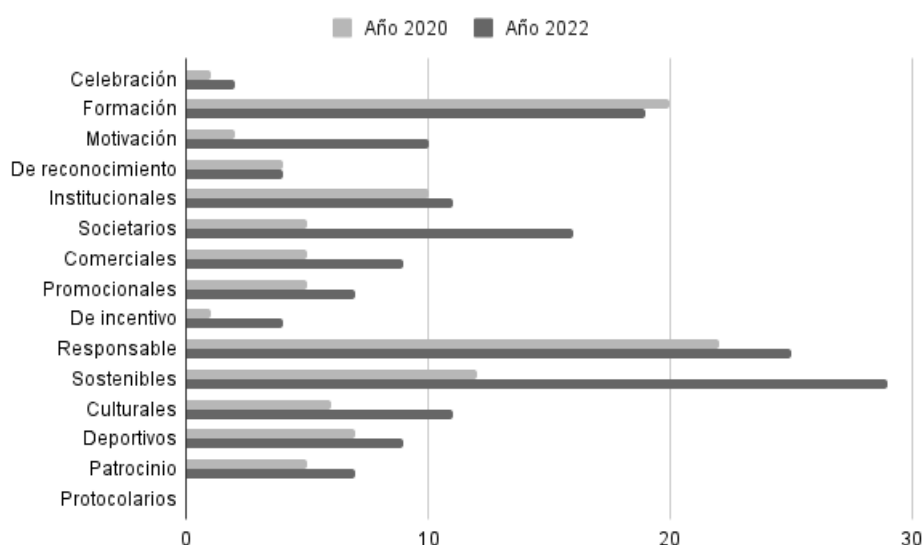


### 3. Resultados

Los resultados de la investigación muestran que en el año 2022 se ha producido un incremento en la tipología de los eventos organizados con respecto a 2020. Concretamente, en 12 de los 15 tipos de eventos analizados se ha producido un aumento. Los eventos de reconocimiento se han mantenido en el mismo porcentaje (10%) y, sólo los formativos, han sufrido una disminución (del 2,5%).

**Figura 1.**

*Tipos de eventos realizados por las organizaciones más responsables de España*



**Fuente:** Elaboración propia (2024)

El mayor incremento se ha producido en los eventos sostenibles, como se ilustra en la figura 1. En concreto, en el año 2022 han tenido un aumento del 42,5% con respecto al año 2020. Hay que tener en cuenta que en el año 2020 fueron 12 las organizaciones que realizaron eventos sostenibles por las 29 del año 2022, de las 40 organizaciones analizadas en cada año. Otros eventos con un crecimiento significativo son los societarios, que en 2022 han sufrido un incremento del 27,5%, y los eventos de motivación, con un aumento del 20%.

Aunque en menor medida, también registran un aumento, con respecto a 2020, los eventos culturales, con un 12,5% de diferencia, los comerciales, con un 10%, y los eventos responsables y de incentivo, con un 7,5% en ambos casos.

Con un aumento menor, respecto al año 2020, se encuentran los eventos promocionales, los deportivos y los de patrocinio, con un 5% de diferencia, y los de celebración e institucionales, con un 2,5%.

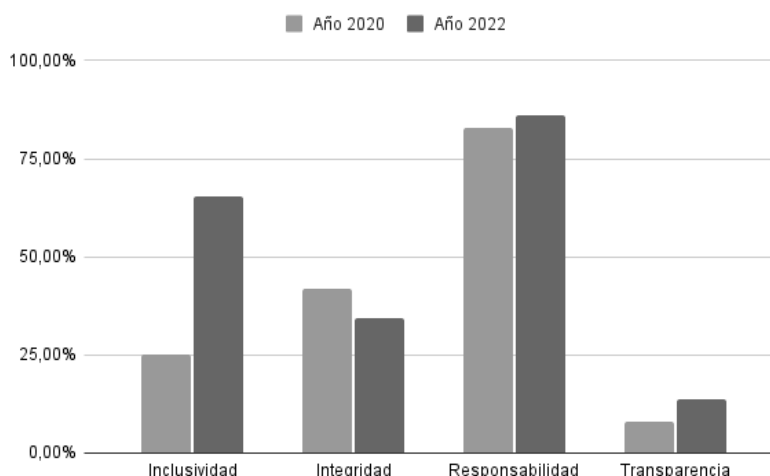
Con respecto a los eventos protocolarios, no han sido detectados en las memorias de información no financiera en ninguno de los años analizados. Si nos detenemos en el análisis por años, nos encontramos que los tipos de eventos más realizados en 2020 coinciden con los de 2022, aunque con orden y porcentajes diferentes. En 2020, los tipos de eventos más organizados fueron los de temática responsable, realizados por un 55% de las empresas analizadas, seguidos de los de formación, con un 50%, y de los sostenibles, con un 30%. En el

año 2022, los más organizados fueron los eventos sostenibles, con un 72,5%, los responsables, con un 62,5%, y los de formación con un 47,5%.

Con respecto a la realización de eventos sostenibles, como se muestra la figura 2, detectamos que en el año 2022 se ha incrementado de forma significativa la utilización de criterios de inclusividad, con una variación de más del 40% con respecto al año 2020. Además, el criterio más utilizado es el de responsabilidad, estando presente en más del 80% de los eventos sostenibles realizados tanto en 2020 como en 2022.

**Figura 2.**

*Criterios detectados en la realización de eventos sostenibles según Norma ISO 20121*



**Fuente:** Elaboración propia (2024)

En cuanto al criterio de integridad, en el año 2020 fue el segundo más utilizado, presente en un 42% de los eventos sostenibles detectados. Sin embargo, en el año 2022 ocupó el tercer lugar, con una presencia en el 34,4% en las organizaciones que realizaron este tipo de eventos. Por último, el criterio de transparencia fue el menos utilizado en los años analizados, concretamente estaba presente en un 8% de los eventos sostenibles de 2020 y en casi un 14% de los de 2022.

Por otra parte, también se analizaron las certificaciones externas obtenidas por las organizaciones que realizaron eventos sostenibles. En el análisis se detectaron 4 tipos de certificaciones:

1. La Norma ISO 20121. Fue la certificación más alcanzada por las organizaciones en los años analizados. Concretamente, la obtuvieron el 25% de las organizaciones que realizaron eventos sostenibles en 2020 y el 10% en 2022.
2. La certificación de eventos sostenibles de AENOR. Esta certificación fue obtenida por el 8% de las organizaciones en 2020 y por el 10% en 2022. Cabe destacar, que esta certificación es conseguida, en el año 2022, el mismo número de veces que La Norma ISO 20121.
3. Criterios ASG para la elaboración de eventos sostenibles. Solo obtenida por una organización en el año 2022.

4. Eventsost, certificación internacional para la sostenibilidad en la industria de los eventos. Al igual que ocurre con los criterios ASG, esta certificación sólo la obtuvo una organización en el año 2022.

## 4. Discusión

Los resultados obtenidos confirman la hipótesis planteada al inicio de la presente investigación. Las organizaciones más responsables de España, según el ranking elaborado por MERCO, han aumentado considerablemente los criterios de sostenibilidad en la organización de sus eventos tras la pandemia de la COVID-19. Este incremento también se ha visto reflejado en el número de organizaciones que apuestan por la organización de eventos sostenibles, pasando de 12 a 29 de las 40 organizaciones analizadas en un periodo de dos años.

En cuanto al tipo de eventos organizados, los eventos sostenibles son los que mayor incremento han experimentado. Debido a las restricciones de aforo y presencialidad durante la crisis sanitaria, los eventos más comunes fueron aquellos dirigidos a públicos internos de la organización, principalmente con fines formativos. A partir de los resultados obtenidos se puede observar que la vuelta a la normalidad se traduce en una reducción de los eventos virtuales.

Por otra parte, la rendición de cuentas a las entidades financieras y accionistas tras el periodo de la pandemia de la Covid-19 puede estar detrás del incremento tan significativo de los eventos societarios, cerca del 30%. Nos referimos en esta categoría a las juntas generales de accionistas, tradicionalmente uno de los eventos más importantes para las empresas, que vuelven a celebrarse de forma presencial y sin restricciones. Estas reuniones, en las que se invierte un gran esfuerzo organizativo, son claves para la toma de decisiones estratégicas de la compañía.

Además, cabe destacar que los eventos societarios son los que han obtenido un mayor número de certificaciones de sostenibilidad. En el año 2020, 3 de las 4 certificaciones obtenidas por las organizaciones fueron otorgadas a este tipo de eventos y en el año 2022 fueron 3 de las 8 conseguidas. Destacan en este sentido las empresas del sector bancario, que han obtenido 4 de las 12 certificaciones entre 2020 y 2022.

Por lo tanto, las juntas generales de accionistas han sido el evento más seleccionado para aplicar en su elaboración los criterios de sostenibilidad. Se trata de una forma de demostrar el compromiso que tienen las organizaciones con la sostenibilidad, ya que en dichos eventos es dónde se reúnen los accionistas para votar sobre aspectos relevantes sobre la empresa. Al certificarlas como eventos sostenibles, las organizaciones demuestran su compromiso con la reducción de su impacto ambiental, social y económico. Esto también puede ayudar notablemente a mejorar su reputación ante sus consumidores y futuros inversores.

Asimismo, la crisis motivada por la Covid-19 no afectó sólo a la salud de millones de personas sino también a su estado de ánimo. Una prueba de como la vuelta a la normalidad ha supuesto un esfuerzo por parte de las empresas para animar y estimular a sus públicos internos se percibe con claridad en el incremento del 20% en los eventos de motivación y en algo más del 12% de los culturales.

Un ejemplo de ello lo observamos en organizaciones como la ONCE que realizó actividades musicales con actuaciones para la promoción de personas afiliadas. El evento, denominado Music@once sirvió para que los afiliados a esta organización pudieran dar a conocer sus habilidades musicales, llegando incluso a celebrarse un festival al año siguiente. Otro ejemplo de evento cultural fue el programa de “Cultura Global ONCE”. En este sentido, el grupo

Telefónica también patrocinó el Sonderland, evento híbrido con actuaciones musicales y conferencias para motivar a la gente joven y promover el talento emergente y la empleabilidad. El grupo Santander, por su parte, involucró a 1500 empleados en un evento con motivo del Día mundial de la Nutrición.

En el otro extremo estarían los eventos protocolarios, de los que no se advierte ninguno en las memorias no financieras. Este dato no resulta tan extraño si se tiene en cuenta que este tipo de eventos suelen realizarse con mayor asiduidad en las organizaciones públicas) que además tienen que ceñirse en su estructura y elaboración a las normas establecidas en el R.D. de Precedencias 2099/83, regulación que no afecta a los eventos protocolarios de las organizaciones privadas y las empresas.

Volviendo a los eventos que mayor incremento han experimentado, los sostenibles, si nos fijamos en los criterios que se han tenido en cuenta para su organización, el más utilizado ha sido el de responsabilidad. Aspectos como el respeto al medio ambiente o la reducción de emisiones de dióxido de carbono no han supuesto un cambio de tendencia entre los años analizados, sólo se ha visto incrementado ligeramente durante el 2022. La implementación de este criterio se ha visto reforzada por la pandemia, ya que obligó a las organizaciones a realizar sus eventos en formato online, como se aludía en líneas anteriores. Incluso, algunas de las empresas analizadas siguen manteniendo restricciones para la realización de eventos, indicando en sus memorias que sólo se llevarán a cabo cuando sean estrictamente necesarios.

El criterio de inclusividad es el que ha sufrido una mayor variación con respecto a 2020. En el año 2022 ha pasado a ser el segundo criterio con más presencia en los eventos sostenibles organizados por las empresas más responsables de España. Las organizaciones han tenido en cuenta aspectos como la adaptación de sus eventos a personas con cualquier tipo de discapacidad y la inclusión de normas y políticas para favorecer la igualdad y la no discriminación a ningún tipo de colectivo.

Con respecto al criterio de integridad, ha sufrido un ligero descenso en el año 2022. En ambos años, las organizaciones han tenido en cuenta principios éticos como el correcto comportamiento y la honestidad para la celebración de sus eventos.

Por último, el criterio de transparencia sigue siendo el menos tenido en cuenta en la elaboración de eventos. Lo que supone, aunque se ha visto ligeramente incrementado en 2022, que las organizaciones no comparten la información de manera abierta y accesible sobre todos los aspectos del evento, o por lo menos no lo indican claramente en sus memorias de información no financiera. Este criterio es importante, puesto que ayuda a garantizar la credibilidad, la confianza y la mejor participación de los asistentes al evento.

Si nos detenemos en las certificaciones obtenidas, como muestran los resultados, son cuatro las entidades externas en las que las organizaciones se basan para organizar, y posteriormente certificar, eventos con criterios de sostenibilidad. Destaca la Norma ISO 20121 y AENOR. Esta última, es una entidad certificadora que se basa en los criterios definidos en la ISO. Por lo tanto, solo han sido dos las organizaciones que en 2022 optaron por una certificación diferente: Eventsost y los criterios ASG. En el análisis también se detectó que, en algunos de los eventos sostenibles, sin certificación externa, seguían criterios de sostenibilidad internos. Esto provoca una disparidad en los aspectos que se tienen en cuenta a la hora de organizar un evento sostenible.

Al comparar los resultados obtenidos con otros estudios, podemos comprobar que los eventos sostenibles han sido analizados desde diferentes perspectivas. Hay trabajos que los han abordado desde el punto de vista del organizador. Ya sea analizando los criterios o aspectos que debe tener un evento para que sea sostenible (Gascón y Ruiz, 2017; Holmes *et al.*, 2015), o realizando un examen crítico de los desafíos que conlleva la realización de este tipo de eventos (Laing y Frost, 2010), como la realización de estudios que se centran en un sector de actividad concreto como el turismo (Séraphin y Nolan, 2019).

Por otra parte, hay otros estudios que han sido abordados desde el punto de vista de los participantes, para detectar cómo influye en su percepción que el evento contemple en su organización criterios de sostenibilidad (Wong *et al.*, 2015).

Este análisis aporta una perspectiva diferente al ámbito de los eventos sostenibles. Aunque se trate de un estudio centrado en el impacto que ha podido tener la pandemia de la COVID-19 en la celebración de estos, contribuye a observar una realidad concreta y a detectar una tendencia en la integración y puesta en marcha de eventos con criterios de sostenibilidad entre las organizaciones más responsables de España.

Aunque los datos no son extrapolables, puesto que el análisis se ha centrado exclusivamente en las organizaciones más responsables de España, si representa un punto de partida para observar cómo las empresas que más interés están mostrando por la responsabilidad social corporativa incluyen esa preocupación en la organización y realización de sus eventos.

## 5. Conclusiones

Como conclusión del estudio podemos determinar que la sostenibilidad está ganando cada vez más importancia en el sector de los eventos. Esto se refleja en el aumento del número de eventos sostenibles organizados, así como en el creciente uso de criterios como el de responsabilidad social e inclusividad que se llevan a cabo y que se ha acelerado desde la pandemia por la COVID-19.

Este incremento de la utilización de criterios de sostenibilidad en la realización de eventos también puede deberse a la creciente concienciación social sobre la responsabilidad social que hay en todos los países europeos. Las organizaciones más responsables de España llevan años integrando en su actividad criterios de sostenibilidad a través de estándares como el Global Reporting Initiative (GRI), las Normas ISO o a través de iniciativas como el Pacto Mundial o los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Este hecho hace que vayan incorporando la sostenibilidad a todas las acciones que desarrollan, y los eventos son una de ellas.

Además, la presión de los consumidores y de los inversores para que las empresas sean más sostenibles es un detonante para que las organizaciones apuesten por ello. Aunque, llama la atención que las empresas no organicen todos sus eventos siguiendo criterios de sostenibilidad, y sólo los apliquen a las juntas de accionistas. Esto puede deberse a que la sostenibilidad es utilizada como un instrumento para mejorar la imagen y no como un compromiso firme de integrar la responsabilidad social en todos los procesos y acciones que realizan las organizaciones.

Por otra parte, teniendo en cuenta el tercero de los objetivos, tras el análisis comparativo realizado podemos afirmar que el que las empresas analizadas hayan incrementado la realización de eventos sostenibles de manera significativa tras la pandemia de la Covid-19 repercute muy positivamente en la mejora de su imagen. El que se hayan tenido en cuenta algunas de las características destacadas por la ISO 20121 es una prueba palpable y pone de

manifiesto que las empresas analizadas no solo se comprometen con la sostenibilidad y la responsabilidad en los procesos de producción y comercialización de sus productos, como analiza el ranking MERCO, sino también lo demuestran al tenerlas presentes en una técnica de comunicación y Relaciones Públicas tan significativa como es la organización de eventos.

Sin embargo, como se destaca en el apartado de resultados, todavía queda mucho camino por recorrer dado que existen características muy importantes para la sostenibilidad de los eventos como son la transparencia y la integridad que están escasamente contempladas, como pone de manifiesto el análisis realizado.

De hecho, se echa en falta en las memorias analizadas un mayor interés en la descripción y los detalles de los eventos realizados. Si bien es cierto que en la actualidad se percibe un mayor interés en la sostenibilidad en todos sus ámbitos y especialmente en las administraciones públicas como ponen de manifiesto la gran cantidad de memorias y guías implementadas por los gobiernos nacionales y regionales en los últimos años.

El seguir avanzando en esta línea, además de beneficiar su imagen y también el bien común al reducir el impacto ambiental negativo, como se indica en la Guía de Eventos Sostenibles del Ministerio de Agricultura y Medio Ambiente (2014), también incide en su posicionamiento, pues refuerza el valor que les concede el ranking MERCO al calificarlas como las empresas más sostenibles de España.

Asimismo, quedan muchos aspectos que mejorar en la realización de eventos sostenibles. Falta todavía un mayor compromiso por parte de las organizaciones más responsables de aplicar estos criterios a la realización de la totalidad de sus actividades y eventos. Por lo tanto, las organizaciones que quieran posicionarse como líderes en sostenibilidad deben considerar la organización de eventos sostenibles como una prioridad. Esto les ayudará a afianzar su compromiso con la responsabilidad reduciendo su impacto ambiental y social y, además, a mejorar su reputación, atraer a nuevos accionistas, inversores, clientes o empleados.

## 6. Referencias

- Bassat, L. (2008). *Confesiones personales 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://acortar.link/SepUsZ>
- Campos, G. y Fuente, 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>
- Cávala, Gabinete de Asesoría Empresarial (2019). *Eventos Sostenibles. Certificación ISO 20121*. <https://www.cavala.es/gestion-medioambiental/eventos-sostenibles/>
- Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural de la Generalitat Catalana (2022). *Guía para organizar eventos sostenibles*. <https://acortar.link/EFsMA8>
- Di Genova, A. (2012). *Manual de relaciones públicas e institucionales: estrategias de comunicación y tácticas relacionales (1ª ed.)*. Urgerman Editor.

- 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 (ed.). *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. (pp. 19-42) McGraw-Hill.
- Gascón, A. y Ruiz, S. (2017). Eventos sostenibles: una propuesta para elevar la calidad en las universidades. *RECUS: Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, 2(3), 1-7. <https://doi.org/10.33936/recus.v2i3.1089>
- Holmes, K., Hughes, M., Mair, J. y Carlson, J. (2015). *Events and Sustainability*. Ed. Routledge.
- Huerta Molinero, A.M. (2023). Comunicar persuasivamente mediante el binomio RR.PP.-RS en la organización de eventos sostenibles. *Visual Review*, 2-16. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4595>
- ISO (2016). *ISO 20121:2012. Event sustainability management systems. International Organization for Standardization*. <https://www.iso.org/standard/54552.html>
- Jones, M. (2017). *Sustainable Event Management: A Practical Guide*. Ed. Routledge.
- Laing, J. y Frost, W. (2010). How green was my festival: Exploring challenges and opportunities associated with staging green events. *International Journal of Hospitality Management* 29(2), 261-267. <https://acortar.link/Nm8mDJ>
- Ley 19/2013, de 10 de diciembre de 2013, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. BOE. núm. 295, 97922-97952. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2013-12887>
- Lozano, R., Fuentes, V., Sánchez, C. y Martín, C. (2014). *Manual de eventos sostenibles*. Fundación Oxígeno. <https://cutt.ly/0Lr9CWx>.
- Míguez, M.I., Corbacho, J.M. y Pérez, J. (2024), The evolution of public relations trends over the last five years according to the most relevant professional reports in the sector. En in J. Cuenca (ed.). *Sorting out the chaos for Public Relations leaders*. Ed. Peter Lang.
- Ministerio de Agricultura y Medio Ambiente (2014). *Manual de Eventos sostenibles*. <https://eventossostenibles.org/wp-content/uploads/2014/03/Manual-ES-v4.pdf>
- Otero Alavarado, M.T. (2011). *Protocolo de empresa*. Editorial UOC.
- Plan de formación de Turismo de Navarra (mayo de 2022). *Guía básica para la sostenibilidad de Eventos Turísticos*. <https://acortar.link/I93Fj0>
- Pallarés Renau, M., y López Font, L. (2017). Merco y RepTrak Pulse: Comparación cualitativa de atributos, variables y públicos. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 15(2), 190-219. <https://doi.org/10.7195/ri14.v15i2.1077>
- 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.
- 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.
- Sánchez-González, M. (2016). *Técnicas de Organización de Eventos*. Ed. Síntesis.
- Sánchez-Hervás, D. y Hernández Martínez, S. (2022). Actos y eventos sostenibles en las organizaciones más responsables de España. *Human Review*, <https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.4146>.
- Sánchez Sáez, J.A., Segado Segado, F. y Vidal Villaplana, A. (2018) Eventos deportivos socialmente responsables como motor del desarrollo local. *Journal of Sports Economics & Management*, 8(3),172-186. <https://typeset.io/pdf/sports-events-socially-responsible-as-the-engine-for-local-bl2bi0n5op.pdf>
- Séraphin, H. y Nolan, H. (2019). *Green event and green tourism. An international guide to good practice*. Ed. Routledge.
- 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.
- Wong, I.A., Wan, Y.K.P., y Qi, S. (2015) Green events, value perceptions, and the role of consumer involvement in festival design and performance. *Journal of Sustainable Tourism* 23(2), 294-315. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.953542>
- Xifra, J. (2003). *Teoría y estructura de las Relaciones Públicas*. McGraw-Hill.

## CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

**Contribuciones de los/as autores/as:** Hernández Martínez, Salvador y Sánchez Hervás, David

**Conceptualización:** Hernández Martínez, Salvador; **Software:** Sánchez Hervás, David  
**Validación:** Hernández Martínez, Salvador **Análisis formal:** Hernández Martínez, Salvador y Sánchez Hervás, David **Curación de datos:** Sánchez Hervás, David; **Redacción-Preparación del borrador original:** Hernández Martínez, Salvador y Sánchez Hervás, David **Redacción-Revisión y Edición:** Hernández Martínez, Salvador y Sánchez Hervás, David **Visualización:** Hernández Martínez, Salvador y Sánchez Hervás, David **Supervisión:** Hernández Martínez, Salvador y Sánchez Hervás, David **Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Hernández Martínez, Salvador y Sánchez Hervás, David

**Financiación:** Esta investigación no recibió financiamiento externo.



**AUTOR/ES:****Salvador Hernández Martínez**

UCAM - Universidad Católica San Antonio de Murcia.

Doctor en comunicación, especializado en RR.PP. y Protocolo. Profesor de las asignaturas Relaciones Públicas Estratégicas, Producción y Organización de Eventos y Publicidad y Relaciones Públicas. Director de la Escuela Superior de Protocolo y Relaciones Institucionales de la Universidad Católica San Antonio de Murcia y del Máster Oficial en Protocolo y Consultoría de Imagen (desde octubre de 2005 a la actualidad).

[shernandez@ucam.edu](mailto:shernandez@ucam.edu)

**Índice H: 11**

**Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0002-2633-0476>

**Scopus ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56042167500>

**Google Scholar:** <https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=692toRsAAAAJ>

**ResearchGate:** <https://www.researchgate.net/profile/Salvador-Martinez-4>

**Academia.edu:**

<https://independent.academia.edu/SalvadorHern%C3%A1ndezMart%C3%ADnez>

**David Sánchez Hervás**

UCAM - Universidad Católica San Antonio de Murcia.

Licenciado en Periodismo, con itinerario de especialización en comunicación institucional y de empresas, y con Máster Oficial en Dirección de Comunicación. Beca FPU (formación del profesorado universitario) del plan propio de investigación de la UCAM (2013-2017). Doctor Cum Laude en Comunicación (Tesis sobre reputación y RSC en el ámbito universitario). Investigador dentro del grupo de investigación "Publicidad y Relaciones Públicas, redefiniciones, públicos y medios" de la UCAM. Las líneas principales de investigación son la gestión de la comunicación en las organizaciones, la reputación y la RSC.

[dsanchez@ucam.edu](mailto:dsanchez@ucam.edu)

**Índice H: 4**

**Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0001-8408-5985>

**Scopus ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57213155657>

**Google Scholar:** <https://scholar.google.es/citations?user=px2mcKEAAAAJ&hl=es>

**ResearchGate:** <https://www.researchgate.net/profile/David-Sanchez-Hervas>

**Academia.edu:** <https://ucam.academia.edu/DavidS%C3%A1nchezHerv%C3%A1s>