

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS DE ORIHUELA



GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
CURSO 2020-2021

TRABAJO FIN DE GRADO

**“PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN UNA
EMPRESA DE NUEVA CREACIÓN DE COSMÉTICA ECOLÓGICA SÓLIDA”**

ALUMNA: Estefanía Gea García

TUTORA: Cristina Mora Rodríguez

El siguiente TFG ha sido realizado en la modalidad Trabajo Fin de Grado interdisciplinar (TFGi).

Este modelo de TFG ha surgido de un programa de Innovación Docente y consiste en un Trabajo de Fin de Grado realizado de manera colaborativa dentro de un equipo integrado por estudiantes y tutores de diferentes titulaciones. El TFGi abordará la resolución integral de un problema o reto real en una empresa (o en una idea de proyecto en empresa), en una organización, en una asociación etc. También podrá abordar nuevas investigaciones y desarrollos novedosos, pero siempre se desarrollará sobre la base de la cooperación entre alumnado procedente de distintos grados, cuyas competencias profesionales estén vinculadas a las peculiaridades del problema a resolver y la solución a proporcionar.

Por lo tanto, los contenidos de este TFG no sólo comprenden la contextualización, objetivos, metodología, resultados y conclusiones correspondientes a los contenidos y competencias propias de la titulación del estudiante que lo presenta, sino que también muestran el proceso interdisciplinar seguido por todo el equipo en el desarrollo de su proyecto, incluyendo, de forma resumida, aspectos importantes de los contenidos elaborados con el resto de titulaciones participantes que, debido a la naturaleza del trabajo, no pueden separarse del mismo para que éste mantenga su esencia.

En este TFGi participamos Natalia Caline Porphirio García, Manuel Hidalgo Pérez, Aida Albero Javaloyes y Estefanía Gea Garcia estudiantes de la UMH de los grados de Farmacia, Ingeniería Electrónica, Ingeniería Mecánica y Administración y Dirección de Empresas. En el hemos realizado la creación de una nueva empresa de cosmética ecológica que ofrece al mercado un producto mejorado libre de tóxicos y plásticos, con unas infraestructuras y procesos de fabricación sostenibles medioambiental, social y económica, contribuyendo a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible aprobados en la Agenda 2030.

Índice	
<i>Resumen</i>	4
<i>Abstract</i>	4
1.Introducción	5
2. Marco teórico	8
2.1.- La globalización.	8
2.2.- La Organización de las Naciones Unidas.	10
2.2.1.- Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.	11
2.2.2.- Un repaso a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	14
2.3.- ISO cosmética.	20
3.- Metodología	22
3.1.- Medidas generales.	28
3.2 Presentación de la empresa “PURA “	35
3.3 Objetivos generales en PURA	37
3.4 Presentación del Producto.	37
3.4.- El alcance de la Responsabilidad Social en PURA.	39
4.- Resultados de la aplicación del Plan RSC	46
5.- Conclusiones	46
6.-Bibliografía	48
7.- Anexos	53

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo justificar y elaborar un Plan de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), en una empresa de cosmética ecológica.

Para elaborar el marco teórico estudiaremos: la globalización, el Organización de Naciones Unidas (ONU), la Agenda 2030 con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), concluyendo con la Organización Internacional de Normalización (ISO).

La metodología utilizada será el Plan de RSC que proponemos en la empresa PURA, apoyado por la Matriz del Bien Común para orientar las medidas a implantar en la empresa.

Palabras clave: ONU, ODS, ISO, RSC, Matriz del Bien Común, cosmética ecológica.



Abstract

This work aims to justify and develop a Corporate Social Responsibility Plan (CSR), in an ecological cosmetics company.

To develop the theoretical framework, we will study: globalization, the United Nations (UN), the 2030 Agenda with the Sustainable Development Goals (SDG), concluding with the International Organization for Standardization (ISO).

The methodology used will be the CSR Plan that we propose in the PURA company, supported by the Common Good Matrix to guide the measures to be implemented in the company.

Keywords: UN, ODS, ISO, CSR, Matrix of the Common Good, organic and cosmetics.

1.Introducción

Este trabajo es parte de un proyecto mayor impulsado por el programa TFG interdisciplinar de la Universidad Miguel Hernández de Elche, en el que alumnos de diferentes disciplinas trabajan en colaboración para desarrollar un proyecto con intereses comunes.

La idea del proyecto surgió a partir de dos problemáticas. En primer lugar, la contaminación ambiental resultado de los residuos de plásticos. Según EUROSTAT 2019, en promedio, se producen 31 kg de residuos de envases de plástico por persona al año, en la UE. Esto suma 15,8 millones de toneladas de residuos de plástico generados en un año. Además, se estima que, en 2017, más del 50% de los residuos de envases de plástico no fueron reciclados (EUROSTAT, 2019).

En segundo lugar, el problema de salud pública relacionado con la potencial toxicidad de determinados ingredientes de uso común en cosmética, que son asociados a disfunciones hormonales y consecuentemente problemas de salud a largo plazo (Pombo Arias et al, 2020).

Con el reto de solucionar los retos mencionados anteriormente, planteamos la creación de PURA, una empresa cosmética ecológica que desarrolla productos sólidos para la higiene y cuidado de la piel. Para ello traducimos la filosofía de gestión de la empresa en un plan estratégico de responsabilidad social para lograr los objetivos de desarrollo sostenible. Nuestro compromiso con la sostenibilidad empresarial abarca varios aspectos que van desde la propuesta de una infraestructura de calidad, la utilización de energía renovable, la selección de ingredientes inocuos para la salud y la responsabilidad social de la empresa.

La industria cosmética es una enorme fuente de residuos plásticos en la naturaleza. La contaminación de la vida marina y los efectos negativos a largo plazo sobre la salud humana, son otros de los impactos negativos que encontramos en este sector (Bom et al., 2020). Por esa razón la creación de un plan de responsabilidad social nos ayuda a comprender y ejecutar los objetivos de desarrollo sostenibles que son de extrema relevancia en la actualidad (Fortunati et al., 2020). En definitiva, este proyecto interdisciplinar surgió por la necesidad de presentar una alternativa ecológica, saludable y económica a los productos de higiene cotidiana.

Desde las diferentes disciplinas y específicamente por los Grados de Farmacia, Ingeniería Electrónica, Ingeniería Mecánica y Administración y Dirección de Empresas. Cada uno con los conocimientos adquiridos abordaremos la solución al problema actual generado por el impacto negativo que recibe el planeta y las personas debido al exceso de tóxicos, plásticos y contaminantes con los que convivimos. Desde el Grado de farmacia se propone elaborar un producto mejorado libre de tóxicos y plásticos, desde los Grados de Ingeniería Electrónica y Mecánica se proponen unas infraestructuras, instalaciones y procesos de fabricación sostenibles medioambientalmente y desde el Grado de Administración y Dirección de Empresa se plantea la elaboración de un Plan Estratégico de Responsabilidad Social , para alcanzar nuestra meta entorno a la sostenibilidad económica, social y medioambiental, colaborando en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible marcados en la Agenda 2030.

Este trabajo tiene como objetivo elaborar un Plan de Responsabilidad Social Corporativa aplicado a una empresa de nueva creación de cosmética ecológica sólida, presentando un producto con una composición libre de tóxicos y plásticos, para alcanzar la sostenibilidad medioambiental, social y económica. Contribuyendo a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.

Realizaremos un recorrido en el tiempo sobre los acontecimientos que han llevado a las empresas a la necesidad de incorporar en sus estrategias Planes de Responsabilidad Social.

Empezaremos con el origen que sería la globalización que genera impactos positivos en la evolución social, cultural y económica, y en el otro polo los impactos negativos sobre el ecosistema y también sobre la prioridad de valores en las personas. (Miralles Massanés, 2005)

Seguiremos hablando de la intervención de la ONU, para poder gestionar el equilibrio social y medioambiental, y como resultado la Agenda 2030, donde se describen 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible para poder frenar la crisis climática y de valores.

Como punto final, hablaremos sobre como las empresas de una manera voluntaria incluyen en sus estrategias planes de responsabilidad social corporativa y aplicaremos este concepto a una empresa de nueva creación de cosmética ecológica sólida.

El producto que presentamos se caracteriza por tener una composición natural totalmente libre de tóxicos, tanto para el ser humano como para el medioambiente, con formato sólido y empaquetado reciclado y reciclable en tabletas divididas en unidosis, similar a las tabletas de chocolate, que se derriten en contacto con la piel, la calidad del producto se percibe por su parte ecológica.

Las fuentes de información empleadas han sido fundamentalmente dos:

1. Informes de organismos oficiales, como la Organización de Naciones Unidas (ONU, 2015), especialmente en lo relativo a los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) y su aplicación.
2. Artículos académicos, cuya bibliografía consta en el apartado correspondiente. Se han empleado artículos aparecidos en una búsqueda hecha a través de Google Scholar, descartando aquellos que no tienen acceso abierto.

2. Marco teórico

2.1.- La globalización.

Para lograr entender porque surge la necesidad de elaborar un Plan de Responsabilidad Social, hay que hablar de la globalización que ha conseguido crear un mercado sin fronteras, estandarizando mercados, creando necesidades de consumo como consecuencia de toda la información suministrada a través de televisión e internet sobre culturas, tecnologías, productos y teniendo la posibilidad de disponer de cualquier producto de cualquier lugar del mundo (Coppelli Ortiz, 2018).

La globalización ha modificado nuestra forma de vivir y de relacionarnos creando un sistema de crecimiento económico ilimitado que necesita de recursos que están en la naturaleza y que son finitos. (Coppelli Ortiz, 2018)

Las sociedades occidentales han llegado al siglo XXI, enfrentadas a las bases materiales que soportan nuestra vida. Eco dependencia e interdependencia son rasgos constitutivos de la esencia humana, ajenos a la subjetividad y representaciones mentales a través de las cuales entendemos el mundo y actuamos en él. (Herrero, 2013)

Somos habitantes de un pequeño planeta que no hemos cuidado y que en que en estos momentos se encuentra ante la siguiente situación:

- Crecimiento económico insostenible
- Hiperconsumo innecesario
- Sobre población

Las consecuencias graves a las que tenemos que hacer frente, por un lado, el proceso de urbanización creciente que hace que destruyamos terrenos fértiles, que son los órganos vitales de nuestro planeta, creando una contaminación ambiental del aire, suelo y el agua, destruimos nuestra capa de ozono y aumentamos los gases de efecto invernadero y todo esto provoca, erosiones, desertificación, incendios, problemas de salud. (Fernández Durán, 2010)

Es el momento de ponerle nombre a este proceso y cuantificarlo, nuestro indicador de sostenibilidad es la huella ecológica, que mide la superficie de terreno biológicamente productivo necesaria para producir los recursos necesarios en nuestra actividad diaria y

para asimilar los residuos producidos en este proceso, es decir, cuantos recursos naturales utiliza la gente para poder seguir manteniendo su estilo de vida (Bueno González, 2019).

El Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (2019) define la *huella ecológica* como un indicador de sostenibilidad que intenta medir el impacto de nuestros estilos de vida en el medio ambiente.

Todas las decisiones que tomamos como consumidores en nuestro día a día afectan a nuestro planeta. Este impacto ambiental se expresa en la cantidad de tierra biológicamente productiva requerida por persona para producir los recursos necesarios para sustentar su forma de vida.

Según el Informe Planeta Vivo 2020 (WWF, 2020) entre 1970 y 2016 las poblaciones de especies vertebradas en el mundo ha disminuido en media un 68 %, debido a las actuaciones del ser humano, es evidente que no hemos respetado a la naturaleza y hemos atentado contra su salud y en consecuencia hemos llevado a los sistemas naturales que sustentan la vida de todos los seres vivos del planeta al límite, notándose los impactos sobre nuestro bienestar son cada vez mayores, estamos en una lucha a contrarreloj para poder subsanar nuestro devastador y ruidoso recorrido desde que comenzara la globalización.



Ilustración 1 - Resumen del Informe Planeta Vivo (WWF, 2020)

Dada la situación, nos encontramos ante un problema global que necesita la actuación conjunta de personas, empresas, gobiernos, administraciones.

Debemos de cambiar nuestros patrones de producción, de consumos, cambios en el uso del suelo, en cuando a la agricultura hay que reducir el uso de químicos, fertilizantes, plaguicidas, así como proteger los polinizadores. En la siguiente gráfica podemos ver de manera más visual como podemos empezar a frenar este proceso de destrucción total al que nos vemos encauzados.

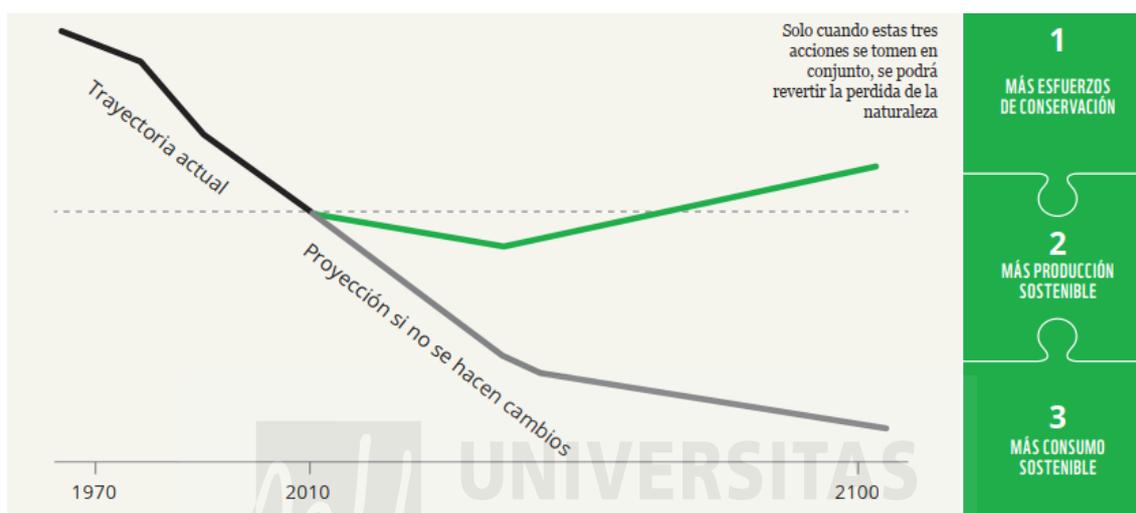


Ilustración 2 - Proceso de freno de la destrucción de los recursos (WWF, 2020).

Debemos empezar a trabajar a favor de la naturaleza por el bien de todos, asumiendo responsabilidades, elaborando estrategias para alcanzar objetivos alcanzables y con un compromiso global.

2.2.- La Organización de las Naciones Unidas.

Las Naciones Unidas es una organización internacional fundada en 1945 tras la Segunda Guerra Mundial compuesta por 51 países que se unieron a través del compromiso de poner en valor las relaciones de amistad, progresar socialmente y mejorar el nivel de vida y los Derechos Humanos. (Del Prado, 2000)

Todos estos buenos propósitos se traducen en estrategias de manera individual por los gobiernos de cada país buscando buenos resultados en materia de paz, seguridad, progresos a nivel económico y social, y seguir luchando por los derechos humanos, todo ello a través de mantener un diálogo a nivel mundial.

Los objetivos fundamentales de la ONU:

- Evitar conflictos bélicos en el futuro
- Mantener los derechos básicos de los seres vivos.
- Respeto y justicia entre todas las naciones.
- Progreso económico de todos los países, elevando la calidad de vida de los más desfavorecidos.

La sede principal de la ONU se encuentra en New York, poseyendo instalaciones en Ginebra y con la existencia de seis idiomas oficiales, inglés, español, francés, chino, árabe y ruso.

Setenta años después el 25 de septiembre de 2015 la Asamblea General al finalizar la cumbre aprueba el siguiente documento que vamos a desarrollar en el punto 2.2.1.

2.2.1.- Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Este documento es un plan de acción futuro, donde se crea una alianza de colaboración mundial, donde ahora sí hay que actuar de una manera seria y responsable para poder subsanar la pobreza y las privaciones, sanar y proteger a nuestro planeta, velar por la paz. Estamos ante una definición perfecta de un mundo sostenible (NACIONES UNIDAS, 2015).

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible abarcan tres dimensiones: Económica, social y medioambiental.

Todas estas metas traducidas en objetivos se van a centrar en los siguientes conceptos:

- Personas: Es inmediatamente necesario y en esta carta de intenciones se pone especial interés que todos los seres humanos puedan desarrollarse con dignidad e igualdad y para ello hay que poner fin a la pobreza y el hambre.
- Planeta: Hay que satisfacer las necesidades de generaciones presentes y futuras y para ello hay que inculcar un consumo y producción responsable y sostenible.

- Prosperidad: Tiene que ser en el ámbito económico, social y tecnológico con un respeto y a favor de la naturaleza.

- Paz: Nuestro mundo tiene que estar libre de temor y violencia para cumplir nuestro objetivo de sostenibilidad, donde prevalezca el diálogo entre naciones.

- Alianzas: Basadas en un espíritu de solidaridad mundial, entendiendo su alcance a nivel de Estado, de personas, de empresas, donde todos buscan lo mismo y ese es su nexo de unión y su motivación para luchar contra la pobreza, injusticia, cambio climático, consumo irresponsable, exterminio de especies animales y vegetales, contaminación de la atmosfera como consecuencia de emisiones de gases producto de nuestra necesidad infinita de consumir sin mirar a nuestro alrededor (NACIONES UNIDAS, 2015, pág. 2).

Desde el año 2000 que se fijaron los Objetivos de Desarrollo del Milenio con una meta en 2015, se han generado importantes progresos, un elevado número de miles de personas han salido de una pobreza extrema, en estos momentos hay un fácil acceso a la educación tanto de niños y niñas. La brecha digital cada vez es menor, habiendo una interconexión mundial gracias al avance de las tecnologías de información y comunicación.

Sin embargo, todos estos avances se han conseguido de manera desigual, podemos poner el ejemplo de África que hoy está en una situación crítica. El gráfico mostrado a

continuación nos ayuda a entender de manera visual a los retos que nos tenemos que enfrentar a nivel de desigualdades sociales.



Ilustración 3 - Ranking de los 20 países con la mayor desigualdad en la distribución de los ingresos 2017, basada en el coeficiente de Gini. Elaboración propia con datos de Statista (2020)

Esta estadística muestra los países con la mayor desigualdad de la distribución de la renta en 2017, en base al coeficiente de Gini. El coeficiente de Gini mide la desviación de la distribución de los ingresos entre individuos u hogares dentro de un país. El valor 0 representa la igualdad total, mientras que el valor 100 indica la desigualdad total. Sudáfrica y Namibia ocuparon las dos primeras posiciones del ranking, con unos índices superiores a los 60 puntos.

También queda mucho por hacer en innovación científica y tecnología sobre todo en medicina y energía eficiente y renovable.

En la Agenda 2030 hay un compromiso a completar esa parte que se alejó de los objetivos de la agenda 2015 y además se amplía con otros nuevos de tipo económico, social y medioambiental, estamos ante 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y 169 metas donde todo está tan interrelacionado que se crea un nexo indivisible sobre todo por el grado de responsabilidad y compromiso que tenemos hacia el planeta y la humanidad. (ONU, 2015)

2.2.2.- Un repaso a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Vamos a hacer un breve recorrido por los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible que como hemos comentado anteriormente abarcan las siguientes dimensiones: económica, social y medioambiental. Las palabras clave como base de los ODS serán: personas, planeta, prosperidad, paz y alianzas. Toda esta información nos va a proporcionar el feedback necesario para elaborar nuestro Plan de Responsabilidad Social Corporativa.

1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo.

Desde que se hace pública la carta de intenciones y hasta el año 2030, las Naciones se comprometen a poner en práctica estrategias de desarrollo que permitan movilizar los recursos necesarios para erradicar la pobreza en aquellos países menos desarrollados, hemos visto el caso de África y Latino América, garantizando que todos los hombres y mujeres y en especial los menos favorecidos, tengan los mismos derechos para acceder a recursos económicos que les permita gestionar sus recursos y acceder a la propiedad dentro de unos marcos sólidos a nivel nacional, regional e internacional (NACIONES UNIDAS, 2015, pág. 17).

2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.

Este segundo objetivo va muy ligado al primero, porque si las personas tienen acceso al conocimiento y los recursos para duplicar la productividad agrícola, ganadera y pesquera y ser autosuficientes, se conseguirá bajar el nivel de desnutrición que se está sufriendo sobre todo en los niños menores de un año, seguido de adolescentes, mujeres embarazadas y personas de edad. Pero aun así las Naciones Unidas se comprometen a garantizar a las personas consideradas vulnerables un alimento sano y suficiente durante todo el año.

3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar a todas sus edades. Para lograr este objetivo todas las Naciones Unidas se han comprometido:
 - Bajar la tasa de mortalidad a menos del 70 por cada 100.000 nacidos vivos.
 - Intentar reducir la tasa de mortalidad de recién nacidos al menos de 12 y la de los menores de cinco años al menos 25 por cada 1.000 nacidos vivo.

- Poner fin a las epidemias como le sida, tuberculosis, malaria y las enfermedades tropicales desatendidas, combatiendo la hepatitis y otras enfermedades transmisibles.

- Reducir a un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles y darle la importancia que se merece a la salud mental.

- Fortalecer la prevención y el tratamiento por el consumo de sustancias adictivas.

Es muy importante que los gobiernos nacionales incluyan en sus programas estrategias sobre la importancia de la salud reproductiva, control de productos químicos que circulan por aire, tierra y agua, que generan multitud de enfermedades (NACIONES UNIDAS, 2015, págs. 18-19).

4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.

Todos los niños y niñas tendrán acceso a una educación gratuita que comenzará en preescolar y terminarán con primaria y secundaria.

Todos los hombres y mujeres tendrán acceso a una formación técnica, profesional y Universitaria.

Todas estas medidas pueden considerarse estrategias que consiguen aumentar el número de jóvenes y adultos que adquieren las competencias necesarias para acceder al mercado laboral por cuenta propia o ajena.

No olvidándose de las personas desfavorecidas y con discapacidades que tendrán acceso igualitario a todos los niveles de enseñanza y formación profesional.

Para conseguir todos estos objetivos tan ambiciosos habrá que construir y adecuar instalaciones educativas y aumentar a nivel mundial el número de becas disponibles (NACIONES UNIDAS, 2015, págs. 19-20).

5. Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

A través de reformas legales hay que poner fin a las discriminaciones, formas de violencia, prácticas nocivas por género de todas las mujeres y niñas de todo el mundo.

Igualdad de oportunidades en puestos de dirección y liderazgo a todos los niveles de la vida política, económica y pública.

6. Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento de todos.

Todos los Estados se han comprometido en crear programas relativos al agua y el saneamiento, como la captación del agua para su desalinización, con un uso eficiente, tratando las aguas residuales, reciclando e investigando sobre tecnologías para su reutilización. Se apoyará la participación de las comunidades locales en el saneamiento y la gestión del agua. Sin olvidar a las personas vulnerables, que se les garantizara el acceso a los servicios de saneamiento e higiene para conseguir la equidad buscada (NACIONES UNIDAS, 2015, pág. 21).

7. Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos.

Habrà un aumento de infraestructuras dedicadas a la investigación sobre las tecnologías necesarias para obtener una energía limpia, incluyendo fuentes renovables, consiguiendo eficiencia energética, menos contaminantes de combustibles fósiles.

8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

Con este objetivo las naciones promueven políticas para el crecimiento de la actividad productiva bajo un marco de creación de puestos de trabajo decentes, apoyando la creatividad, la innovación, el emprendimiento y fomentaran a través del acceso a la financiación del crecimiento de las PYMES.

Todo este crecimiento económico ligado al consumo y producción eficiente de los recursos del planeta evitando la degradación del medio ambiente.

Se persigue lograr el empleo pleno, igualitario en remuneración para los trabajos de igual valor, sin discriminaciones a los jóvenes y discapacitados.

Se garantizará un entorno de trabajo seguro y sin riesgos incluidos trabajadores migrantes, se erradicará trabajo infantil y la trata de personas (NACIONES UNIDAS, 2015, pág. 22).

9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.

Apoyo tecnológico, financiero, de innovación e investigación entre todas las Naciones para la creación de infraestructuras fiables, sostenibles que permitan una industrialización inclusiva y sostenible para contribuir al empleo y al PIB, consiguiendo un acceso asequible y equitativo a todos (NACIONES UNIDAS, 2015, pág. 23).

10. Reducir la desigualdad en los países y entre ellos.

Mediante políticas fiscales, salariales y de protección social se logrará de manera progresiva una mayor igualdad independientemente de edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión (NACIONES UNIDAS, 2015, pág. 24).

11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

La forma de conseguir cumplir este objetivo es garantizar a todas las personas un acceso a vivienda y a los servicios básicos asociados mejorando los barrios marginales. Al igual que un acceso a los sistemas de transporte asequibles y sostenibles con la mejora de la seguridad vial, prestando especial interés a discapacitados, niños y personas de edad.

Todo se resume en un esfuerzo por resguardar el patrimonio cultural y natural del mundo, reduciendo el impacto ambiental por cápita de las ciudades sobre todo prestar atención a la calidad del aire, proporcionar acceso universal a zonas verdes y espacios seguros (NACIONES UNIDAS, 2015, pág. 25).

12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

Hasta 2030 las Naciones se comprometen a gestionar de una manera sostenible los recursos naturales al igual que a reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per

cápita a nivel mundial, así como reducir la pérdida de alimentos en cadenas de producción, suministro y cosechas.

Reducir la emisión de gases a la atmósfera, agua y suelo por la utilización de productos químicos y por la eliminación de residuos que terminan repercutiendo en la salud humana y el medioambiente.

En los planes de actuación incluiremos actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización. Hay que generar una ola de información sobre el desarrollo sostenible para poder vivir en armonía con la naturaleza, las grandes empresas incluirán en sus informes sus actuaciones referentes a la sostenibilidad (NACIONES UNIDAS, 2015, págs. 25-26).

13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

Muy importante incorporar políticas, estrategias para poder combatirlo y planes a nivel nacional para que sea más efectivo. A través de la educación de campañas de sensibilización, y confiando en la responsabilidad y capacidad humana e institucional para llevar a cabo este gran reto.

Hacer uso del Fondo Verde para el Clima, puesto a disposición de las Naciones, para movilizar conjuntamente los 100.000 millones de dólares anuales para combatir este cambio climático (NACIONES UNIDAS, 2015, pág. 26).

14. Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

En la Convención de Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar, se establecen el marco jurídico sobre la utilización sostenible de los océanos y sus recursos, trata temas sobre (NACIONES UNIDAS, 2015, pág. 27):

- Contaminación marina y polución por nutrientes.
- Proteger y restaurar los ecosistemas marinos y costeros.
- Marco legal sobre explotación pesquera, pesca ilegal, pesca destructiva, restablecimiento de poblaciones de peces.

15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la diversificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad (NACIONES UNIDAS, 2015, pág. 28).

En este objetivo hablaríamos sobre planes de actuación acerca de:

- Detener la deforestación y recuperar y aumentar la forestación
- Rehabilitar las tierras afectadas por la desertización, sequía y las inundaciones.
- Conservar ecosistemas montañosos y su diversidad biológica, protegiendo las especies en peligro de extinción.
- Apoyo mundial para luchar contra el tráfico ilegal de animales, evitando la entrada de especies invasoras que inestabilicen los ecosistemas.

16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y contribuir a todos los niveles e instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas.

Estaríamos hablando de reducir el máximo posible todo tipo de violencia, mediante un acceso público a la información protegiendo mediante leyes nacionales e internacionales, en un entorno transparente los temas de maltrato, explotación, tortura de niños, terrorismo y delincuencia (NACIONES UNIDAS, 2015, pág. 29).

17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

- Finanzas: movilizar los recursos internos e intentar el sostenimiento de la deuda a largo plazo con políticas coordinadas para alcanzar el objetivo de destinar el 0,7% del ingreso nacional bruto destinado a los países en desarrollo y entre el 0,15% al 0,20% destinado a países en vías de desarrollo.

- Tecnología: desarrollo de tecnologías ecológicas y el intercambio de conocimientos para mejorar la coordinación entre los mecanismos existentes. El banco de tecnología y el mecanismo de apoyo a la creación de capacidad en materia de ciencia, tecnología e innovación en países menos adelantados.

- Creación de capacidad: respaldar los planes nacionales para implantar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y el acceso a los mercados a través de

exportaciones y con miras a que participen los países menos adelantados (NACIONES UNIDAS, 2015, pág. 30).

2.3.- ISO cosmética.

Como consecuencia de todo lo expuesto en el punto anterior la agenda de responsabilidad social en las empresas está cada vez más presente, algo que ha hecho necesario que la Organización Internacional de Normalización haya iniciado el desarrollo de la norma internacional ISO 26000, para las prácticas de Responsabilidad Social entre las organizaciones empresariales (ISO, 2010).

Nos encontramos en un mundo global y descentralizado es necesario para lograr una coordinación a nivel mundial, unos códigos de conducta y los estándares de la industria que nos ayudan a gestionar asimetrías y a encontrar sinergias dentro de las cadenas de suministro desde el punto de vista de la sostenibilidad del planeta (Moratis, 2018).

La adopción de estos estándares es voluntaria y las recompensas y sanciones son establecidas por los gobiernos centrales de cada país.

Si entendemos la Responsabilidad social como un compromiso a nivel mundial de las organizaciones a un comportamiento ético y a actuar de manera coherente para conseguir un desarrollo económico en equilibrio con la mejora de calidad de vida laboral y familiar de la sociedad en general y el entorno medioambiental que nos rodea.

Podemos encauzar las tomas de decisiones de las empresas en su agenda de Responsabilidad social, hacía tres líneas fundamentales: económica, social y medioambiental, para conseguir operar de una manera rentable y con una responsabilidad ética que va más allá del marco legal.

Esta norma tiene como objetivo:

- Mejorar el desempeño y los resultados
- Incrementar la confianza y satisfacción del cliente.
- Agendas de Responsabilidades sociales con una terminología común
- Coherencia para no entrar en conflicto con otras ISO y con tratados o documentos ya existentes.

ISO 26000 en una norma internacional que nos orienta (no es una norma del sistema de gestión) y no está destinada a obtener ninguna certificación frente a terceros.

“Ante la ausencia de una regulación específica y la confusión que supone para los consumidores la existencia de múltiples organismos certificadores no oficiales, en la pasada década se elaboró la norma ISO 16128 «Directrices sobre definiciones técnicas y criterios para ingredientes y productos cosméticos naturales y orgánicos», con el fin de establecer un estándar internacional. Esta norma consta de dos partes: «Definiciones de ingredientes» y «Criterios para ingredientes y productos»” (Del Arco & Ibañez, 2020).

“Las normas de gestión relacionadas con la implantación de sistemas de calidad, sería la familia de normas ISO 9000, y la familia de normas relacionadas con la implantación de sistemas de gestión medioambiental, las normas ISO 14000” (Saizarbitoria & Fa, 2005).

Cuando compra un cosmético orgánico etiquetado, tiene la garantía de que:

- La composición es limpia: nuestros cosméticos contienen al menos un 95% de ingredientes de origen natural y se abstienen de muchos ingredientes controvertidos que los consumidores ya no quieren;
- Se protege el medio ambiente: se regulan los procesos de fabricación y limpieza de tal manera que se excluyan técnicas nocivas para la naturaleza, y se razona el embalaje;
- Se valora a los empleados y socios: la cosmética orgánica ofrece condiciones de vida y de trabajo compatibles con la dignidad y el desarrollo personal, en particular a través de la solidaridad y el comercio justo.
- Se respeta a los animales: los cosméticos orgánicos solo utilizan ingredientes producidos naturalmente por los animales (como cera, miel o leche). Solo el carmín es una excepción, por falta de una alternativa vegetal. Algunas marcas van más allá y ofrecen cosméticos orgánicos y veganos¹.
- El marketing es responsable y se requiere transparencia: los cosméticos mencionan en el empaque toda la información que ayuda a los consumidores a ver con claridad, como la lista de ingredientes o porcentajes de origen natural y orgánico.

¹ La experimentación con animales está prohibida en Europa desde 2013

Un cosmético orgánico es necesariamente natural, pero un cosmético natural no siempre es orgánico. En pocas palabras, un cosmético natural debe contener un mínimo de 95% de ingredientes naturales, mientras que los cosméticos orgánicos también deben tener un mínimo de 95% de ingredientes agrícolas procesados físicamente de la agricultura orgánica (Anievas Arroyo, 2019).

El éxito de la cosmética ecológica es innegable. Las gamas han crecido, la distribución se ha ampliado y los consumidores han confirmado su deseo de productos más responsables.

La Asociación Española de Perfumería y Cosmética realizó el primer macro análisis europeo de "productos naturales en cosmética" basado en 3 estudios que cubren todas las perspectivas posibles: el mercado, las expectativas del consumidor y el ecosistema digital. (STANPA, 2019)

Los hallazgos del estudio muestran que el consumidor identifica la “belleza natural” con valores como el bienestar, la salud y el respeto por el medio ambiente. Sin embargo, algunos hallazgos indican que el interés declarado y el mercado no siempre se comportan de la misma manera. El 59% de los españoles cree que los alimentos naturales no necesariamente funcionan mejor que otros alimentos, y dos de cada tres (66%) cree que no deben ser más éticos que los alimentos que no entran en esta categoría (STANPA, 2019).

En España, el mercado se ha mantenido estable desde 2015, con un tamaño estimado de 780 millones de euros, lo que supone el 11% del mercado, a pesar de que el 30% de los lanzamientos están relacionados con la naturaleza. Existe un consenso favorable (92%) sobre el uso de la ciencia y la tecnología para mejorar la eficacia y los efectos en la salud de los productos naturales (STANPA, 2019).

3.- Metodología

El proyecto TFGi “Creación de empresa de cosmética sostenible y ecológica” ha sido desarrollado en colaboración con alumnos de diferentes disciplinas de la Universidad Miguel Hernández de Elche. Cada alumno desde sus áreas de conocimiento abordó

estrategias para alcanzar los objetivos generales de este trabajo. Desde el Grado de Farmacia se llevó a cabo una investigación de los ingredientes tóxicos usados en cosmética y se propuso una formulación alternativa. Desde los Grados de Ingeniería Electrónica y Mecánica se proponen unas infraestructuras, instalaciones y procesos de fabricación sostenibles medioambientalmente. Por último, desde el Grado de Administración y Dirección de Empresa se plantea la elaboración de un Plan Estratégico de Responsabilidad Social que nos ayude a alcanzar la sostenibilidad económica, social y medioambiental de la empresa. Todas las estrategias fueron desarrolladas detenidamente en los trabajos fin de grado de cada uno de los alumnos.



Ilustración 4. Esquema distribución de tareas TFGi. Elaboración Propia.

Desde el área de organización de empresas vamos a desarrollar la responsabilidad social empresarial (RSE), también llamada responsabilidad social corporativa (RSC), es esencialmente un concepto mediante el cual las empresas eligen voluntariamente contribuir a una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Se basa en la idea de que el desempeño general de una empresa debe evaluarse en términos de su contribución acumulativa a la prosperidad económica, la calidad ambiental y el bienestar social de la comunidad en la que está integrada. (Fernández García, 2009)

Tiene como objetivo la búsqueda de la excelencia en la empresa, centrándose en las personas y sus condiciones de trabajo, así como en la calidad de los procesos productivos, teniendo en cuenta las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y medioambiental, lo que contribuye a la consolidación de la empresa, contribuye a su éxito económico y refuerza sus previsiones de futuro.

Así, el debate se centra en qué grado de interacción debe tener la empresa con sus accionistas, con sus empleados, con sus clientes, con sus proveedores y con la comunidad en la que opera. Esto coloca conceptos como el desarrollo sostenible, la mejora continua de las condiciones de salud y seguridad en el lugar de trabajo o la ciudadanía corporativa en el centro de la discusión (Úbeda et al., 2011).

Los sucesivos escándalos financieros, la crisis económica y la crisis alimentaria que azotaron a la sociedad europea han desencadenado una crisis de confianza en las empresas. La sociedad exige cada vez más información sobre las actividades de las empresas a todos los niveles, así como sobre las consecuencias de sus actividades sobre el medio ambiente.

Sin duda, estamos en proceso de cambio de sistemas productivos. Hasta hace relativamente poco tiempo, las empresas se veían impulsadas por una competencia feroz y un deseo excesivo de aumentar su capitalización de mercado, lo que en algunos casos conducía a prácticas contables, ambientales y sociales deficientes que llevaron a las personas al borde de la bancarrota. Varias empresas y, como resultado, el dinero prometido invertido por los accionistas.

La diferencia entre la responsabilidad social empresarial (RSE), también llamada responsabilidad social de negocio o corporativa (RSC), y la responsabilidad social (RS) es unánime (Fernández García, 2009).

- La responsabilidad social se entiende como una obligación que todos los ciudadanos, instituciones, públicas y privadas, así como las organizaciones comunitarias en general, deben contribuir al bienestar de las sociedades locales y globales.

- La responsabilidad social de una empresa o negocio (RSC) debe entenderse como la filosofía y posición que la empresa asume en relación con el negocio y que se refleja en la consideración voluntaria de los problemas y expectativas de los distintos grupos de interés (stakeholders) con una visión a largo plazo. Una empresa socialmente responsable

busca en todo momento el punto óptimo entre la rentabilidad económica, la mejora del bienestar social de la sociedad y la preservación del medio ambiente (Moreno, 2005).

- La Responsabilidad Social Empresarial (RSC) amplía la responsabilidad social de la empresa para incluir agencias gubernamentales y otras organizaciones que tienen un claro interés en demostrar cómo hacen su trabajo.

Se diferencia de la responsabilidad legal en que carece de un proceso de decisión judicial institucionalizado, es decir, no existen tribunales especializados para decidir sobre responsabilidad social, lo cual no está previsto en las normas legales y la responsabilidad política, ya que no se limita a la valoración de la responsabilidad social y es respaldada a través del poder estatal (Ganzo, 2006).

A menudo, y a lo largo de este texto, los tres términos se utilizan indistintamente para referirse a la responsabilidad social empresarial.

Podemos decir que los principios por los que se guía son los siguientes:

- Cumplimiento de la legislación nacional aplicable y de las normas internacionales especialmente aplicables (OIT, Declaración Universal de Derechos Humanos, Normas de Naciones Unidas sobre la Responsabilidad de las Empresas Transnacionales y Otras Empresas Comerciales en el Ámbito de los Derechos Humanos, Lineamientos de la OCDE para Empresas Multinacionales, etc.).

- Tiene un carácter global, es decir, afecta a todas las áreas de la empresa y sus filiales, así como a todas las áreas geográficas en las que operan. En consecuencia, afecta a toda la cadena de valor necesaria para el desarrollo de actividades, la prestación de servicios o la producción de bienes.

- Incluye una obligación ética objetiva, que pasa a ser responsabilidad de quienes la contraen.

- Se manifiesta en el impacto de la actividad empresarial en los ámbitos social, medioambiental y económico.

- Está enfocado en cumplir e informar las expectativas y necesidades de los grupos de interés.

La web de Economía del Bien Común pone a disposición del público la Matriz del bien común como herramienta para evaluar a las empresas desde esta perspectiva (EBC, 2019).

La economía del bien común propone convertir el dinero en un medio más que en un fin. Hacer de la cooperación y el beneficio mutuo como principios fundamentales.

Para ello, debemos medir lo que realmente importa: el bien común. Antes de cualquier actividad económica, pregúntese qué impacto tiene en las personas y la naturaleza. Si se necesitan recursos económicos para cumplir sus objetivos, se buscan. Pero si el lucro implica la destrucción de personas, se evita.

Esta matriz entrelaza los valores de los que tienen que estar impregnadas todas las relaciones que establecemos con los distintos grupos de interés de la empresa, haciéndonos reflexionar sobre como todas las decisiones tomadas y los estilos de vida que seguimos tienen un impacto en nuestro planeta, por tanto, podemos vivir de una manera más sostenible y contribuir y construir un mundo mejor para todos (EBC, 2019).

Los ODS marcados en la Agenda 2030, han dado lugar a un cambio de estrategias de las empresas, donde a través de la elaboración de matrices como herramienta necesaria donde se puede apreciar de una manera más visual los valores éticos y morales que queremos que prevalezcan en las relaciones profesionales con nuestros grupos de interés.

Esta matriz del Bien Común nos permite asentar pensamientos de cómo queremos que se desarrollen todas nuestras relaciones en la cadena de valor, y nos ayudará a elaborar nuestro Plan de Responsabilidad Social, abarcando las dimensiones de sostenibilidad económica, social y medioambiental.

MATRIZ DEL BIEN COMÚN 5.0

VALOR	GRUPO DE INTERÉS	DIGNIDAD HUMANA	SOLIDARIDAD Y JUSTICIA	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA
		A1 Dignidad humana en la cadena de suministro	A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro	A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro	A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro
B: PROPIETARIOS Y PROVEEDORES FINANCIEROS		B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros	B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros	B3 Inversiones financieras sostenibles y uso de los recursos financieros	B4 Propiedad y participación democrática
		C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo	C2 Formalidad de los contratos de trabajo	C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de los trabajadores	C4 Transparencia y participación democrática interna
C: TRABAJADORES		D1 Actitud ética con los clientes	D2 Cooperación y solidaridad on otras empresas	D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios	D4 Participación de los clientes y transparencia de producto
		E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios	E2 Contribución a la comunidad	E3 Reducción del impacto medioambiental	E4 Transparencia y participación democrática del entorno social
D: CLIENTES Y OTRAS EMPRESAS					
E: ENTORNO SOCIAL					

Ilustración 5 - Matriz del Bien Común (EBC, 2019)

3.1.- Medidas generales.

Las medidas que se proponen en el Plan de RSC son las que se incluyen en el cuadro (Ceballos Duque, 2014).

Hoy en día, las personas usan productos de belleza no solo por razones de belleza, sino también por el bienestar emocional que generan. Según la investigación, las mujeres suelen consumir productos de belleza para satisfacer su deseo de verse bien, lo que reduce la ansiedad en cualquier situación en la que se encuentren (Díaz Escalante et al., 2016)

Esto ayudó a crear y desarrollar el sector de la cosmética, que actualmente destaca regiones como Asia y Europa Occidental, que son consideradas las más representativas, con el 53% de sus ventas, seguida de América Latina, que representa el 16% de estas ventas (Díaz Escalante et al., 2016).

Asimismo, una de las fortalezas más importantes de cualquier empresa son sus empleados, quienes son considerados parte fundamental de su crecimiento, ya que es a través de ellos que se puede lograr su objetivo de promover la belleza y la autorrealización (Díaz Escalante et al., 2016).

Así, el clima laboral se considera un factor importante dentro de la empresa, ya que los empleados pueden sentir satisfacción por pertenecer a una empresa donde se valora su bienestar. Sin embargo, el entorno laboral puede verse influido por el entorno competitivo y el desempeño de la empresa.

<p>Respeto por la persona.</p> <p>Igualdad y diversidad Incluye declaraciones de principios y acciones que están tomando las empresas, especialmente relacionadas con la prevención y sanción de la discriminación en la contratación, el acoso sexual y el trabajo infantil, y los esfuerzos para crear un entorno que fomente la conciliación de la vida laboral y personal de los empleados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reglas contra el acoso sexual y discriminación basada en el sexo. • Contratación, formación y promoción basado en calificaciones, habilidades y experiencia. • Cumplimiento de todos los requisitos legales. para proporcionar servicios para niños al personal Requiere. • La organización no contrata ni se beneficia de cualquier uso de trabajo forzoso u obligatorio. • Las horas extraordinarias obligatorias están prohibidas y no compensado. • Cumplimiento de la legislación nacional sobre el trabajo y la contratación de menores. • Enseñar al personal a respetar diversidad. • Estrategias de contratación que apoyen diversidad. Indicadores de identificación problemas de discriminación. • Beneficios adicionales a los que ya exige la ley que facilitan la protección y el cuidado mujeres trabajadoras embarazadas.
--	---

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Curso de formación de observadores en prevención de drogas en familia, empresa y comunidad.• Un programa de apoyo económico y moral para aquellos empleados que tengan cierto grado de dependencia.• Elaboración y promoción de un manual de lenguaje no sexista. |
|--|---|



<p>Compartir los beneficios de la empresa.</p> <p>Se incluyen las políticas de la empresa que permiten a los empleados acceder a beneficios que mejoran su calidad de vida como resultado del éxito de la sostenibilidad económica, social y ambiental de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de participación en resultados y / o bonificaciones a nivel individual y colectivo relacionados con los resultados. • Bonificaciones de incentivos para todos los empleados en función de los resultados comerciales y el desempeño de cada empleado. • Celebre colectivamente el progreso logrado o el reconocimiento recibido. • Dejar un plus en reconocimiento al trabajo. • Los empleados participan en la estructura accionarial de la empresa. • Préstamos en efectivo con tasas de interés por debajo del mercado. • Anticipos salariales sin intereses.
<p>Desarrollo profesional y empleabilidad.</p> <p>Se incluyen políticas de la empresa que permiten a los empleados tener la oportunidad de continuar sus estudios y mejorar su formación, aumentando su nivel de competitividad en la empresa y para el entorno laboral.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de un sistema de acceso equitativo a formación y promoción profesional para todos gente. • Promoción de eventos formativos centrado en tareas específicas. • Política de contratación interna. <p>Prácticas de SR</p> <p>universidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programas de desarrollo profesional para empleados. • Programas de desarrollo de habilidades y

	<p>conocimiento para los empleados.</p> <ul style="list-style-type: none">• Capacidad para intercambiar con otras empresas filiales en otras regiones o países
--	--



<p>Salud, Seguridad y Condiciones Laborales.</p> <p>Incluye las políticas y acciones de la empresa para asegurar la salud y el bienestar de sus empleados durante la jornada laboral.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de las obligaciones legales para garantizar buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad, y un sistema de gestión de seguridad y salud en funcionamiento. • Cumplir con las obligaciones legales en materia de subvenciones al transporte de empleados. • Seguimiento de la carga de trabajo de los empleados para mejorar su distribución. • Servicio de almuerzo a precio inferior al precio de mercado, si es necesario por la empresa. • Facilitar o ayudar a desplazarse al trabajo, según la ubicación de la empresa. • Programas de reconocimiento médico preventivo. • La empresa brinda atención médica y de enfermería para accidentes laborales o enfermedades generales que benefician a las familias de los empleados. • Espacios suficientes en la empresa para la recreación y cultura de los empleados.
<p>Distribución de los beneficios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Distribución anual del beneficio de la empresa, que oscila entre el 15% y el 17% según el comportamiento ventas y rentabilidad de la empresa por año inmediatamente precedente. • Sistema de ahorro 50/50 con aportes de la organización y empleado.

	<ul style="list-style-type: none"> • Bono de incentivo para todos los empleados basado en resultados de la empresa. • Bonificaciones extralegales pagadas a los empleados al final del año. • Licencia adicional para empleados. • Bonificaciones en función de la antigüedad de los empleados en la empresa. • Asistencia para la vivienda. • Préstamos para seguros (vida y vehículos). • Fondo de personal.
<p>Calidad de los proveedores</p> <p>Incluye la elección y supervisión de proveedores cercanos e implicados, en la medida de lo posible, en sus propias políticas de RSE.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Asegurar la procedencia de los ingredientes. • Emplear preferentemente productos de Km. 0 para la elaboración del producto terminado. • Observar las acciones de RSE de los proveedores.
<p>Distribución.</p> <p>Incluye notas sobre la cadena de distribución del producto terminado</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contactar con empresas de transportes que garanticen el uso de vehículos 0 emisiones. • Emplear embalajes 100% reciclados y, de no ser posible, optar por los embalajes reciclables.

Ilustración 6- Temáticas y prácticas de RSE (Ceballos Duque, 2014)

3.2 Presentación de la empresa “PURA “

La empresa de nueva creación de cosmética ecológica “PURA “, va a sacar al mercado una línea de productos de cosmética ecológica natural libre de tóxicos y plásticos, en formato sólido y con un envasado reciclable y reciclado, compuesta por:

- Gel de ducha
- Champú
- Hidratante corporal
- Desodorante

Esta empresa se va a presentar a todos sus grupos de interés a través de:

- **Propuesta de valor**

“Nueva línea de productos corporales sólidos como referentes de responsabilidad social y medioambiental para concienciar e influir en los hábitos de consumo de las actuales y futuras generaciones “

Para poder terminar de conocer a la empresa de una manera más general y conocer la raíz de este proyecto seguiremos hablando de la visión, misión y valores como la guía necesaria para que toda la organización se dirija hacia un mismo rumbo y se consiga transmitir la misma imagen en nuestro proceso de crecimiento y desarrollo donde tendremos que ir introduciendo ajustes tanto estratégicos como organizativos, sin perder nuestra raíz, siempre pensando en el bien común, que es nuestra diferencia y valor en el mercado (Guerras Martin & Navas López, 2015).

- **Visión**

“Concienciar a la población de consumir productos que generen un impacto positivo en el medioambiente dentro de un clima laboral y social acorde con los valores y cultura de la empresa siendo un producto de cosmética ecológica de referencia en el mercado “

- **Misión**

“Integrar estrategias a través del PRS que abarque a todos los grupos de interés y a toda la cadena de valor de la empresa, elaborando productos de cosmética ecológica respetuosos con el medio ambiente “

- **Valores**

- Trabajar con transparencia
- Valorizar a empleados y colaboradores
- Aportar siempre más al medioambiente
- Involucrar a socios y proveedores
- Proteger a clientes y consumidores
- Compromiso con el bien común

Las actitudes y aptitudes de todos los integrantes del proyecto van a ser transparentes respetando las opiniones y la participación democrática y todas las inversiones financieras necesarias para llevar a cabo la actividad empresarial van a ser sostenibles.

Las relaciones que estableceremos con nuestros trabajadores van a estar impregnadas de los siguientes valores:

- Dignidad humana en el trabajo
- Formalidad en los contratos de trabajo
- Promoción de la responsabilidad medioambiental de los trabajadores
- Transparencia y participación democrática interna

Si miramos hacia el exterior la relación con nuestros clientes y otras empresas se va a caracterizar por una cooperación solidaria, intentando un impacto medioambiental positivo de la gestión de los recursos haciendo uso de una política de economía circular.

Con todas estas medidas vamos a contribuir con nuestro entorno social y con el medioambiente intentando dejar la menor huella ecológica como consecuencia de nuestra actividad empresarial, y siempre pensando en el bien común.

3.3 Objetivos generales en PURA

Los objetivos generales del proyecto TFGi están estrechamente relacionado con los objetivos de desarrollo sostenible. Nuestras metas son:

Elaborar un plan estratégico integrado en toda la cadena de valor acorde con la visión, misión y valores de PURA.

Proponer una infraestructura moderna y sostenible, promoviendo la adopción de tecnologías limpias, económica y ambientalmente racionales.

Procurar desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente, consumiendo de forma eficaz los recursos naturales, a través de la utilización de energía renovable y de la selección responsable de la materia-prima.

Lograr una gestión ecológica y racional de los productos químicos, del agua y de todos los desechos, a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente.

Aportar información, a nuestros clientes, para que adhieran a un estilo de vida sostenible, garantizando una vida sana, promoviendo el bienestar y consumo consciente de los productos cosméticos.

Apoyar y cooperar con todos los departamentos de la empresa para comprobar que se cumplen los parámetros de sostenibilidad, incorporando informaciones relevantes en el ciclo de presentación de informes de la empresa.

3.4 Presentación del Producto.

Pura tiene el reto de introducir en el mercado una línea de productos de uso diario de cuidado e higiene de la piel. Los productos son elaborados con ingredientes ecológicos. Los productos PURA tienen el objetivo de cuidar la piel preservando la salud y el medio ambiente, por esa razón damos especial atención a la selección de cada uno de los

ingredientes, que componen una formulación mejorada, libre de plásticos y sustancias tóxicas.

Ofrecemos a nuestros futuros clientes una línea de productos sólidos de cuidado personal compuesta por gel de ducha, champú, desodorante e hidratante corporal.

Tras el análisis de los productos cosméticos de uso común presentes en el mercado, identificamos ingredientes potencialmente tóxicos tanto para el consumo humano como para los océanos y vida marina. A fin de evitar la contaminación y promocionar la salud seleccionamos una serie de ingredientes que componen formulaciones alternativas a las comúnmente comercializadas en la actualidad. Nuestra meta es proponer una formulación mejorada, sana y funcional que sea de beneficio para todos (Miralles Ibarra, 2019).

La variedad de ingredientes naturales que formarán parte de la composición de nuestra línea de productos de cosmética sólida sería:

- Emulgentes
 - Cetearyl Wheat Straw Glycerides, Cetearyl Alcohol
 - Potassium palmitoyl hydrolyzed wheat protein, glyceryl stearate and cetearyl alcohol
- Mantecas
 - Manteca de cacao, manteca de karité o manteca de cupuaçú
- Alcohol cetílico
- Aceite vegetal
 - Aceite de oliva, de girasol, de hipérico, de coco, de almendras, de jojoba.
- Vitaminas
 - pantenol, tocoferol, palmitato ascorbilo.
- Aceite esencial (activo, y aroma)
 - Aceite de Moringa, Aceite de Geranio, Aceite de Palo de Rosa, Aceite de Ylang Ylang, Absoluto de Vainilla.

La composición de este producto hace que podamos contribuir al ODS 3: Salud y bienestar, evitando la aparición de enfermedades a largo plazo, con un producto mejorado libre de toxinas y plásticos sostenible medioambientalmente.

3.4.- El alcance de la Responsabilidad Social en PURA.

El Plan de Responsabilidad Social de “PURA” muestra nuestro grado de compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, siempre pensando en el bien común para conseguir el crecimiento económico como empresa.

La herramienta que utilizaremos como punto de partida, que nos ayudará a reflexionar sobre qué tipo de valores queremos que prevalezcan en las relaciones con nuestros grupos de interés que interactuaran en toda la cadena de valor y conseguirá que el plan pueda ser implantado de una manera eficiente y los resultados sean los esperados es la “Matriz del bien común”.

En ella vamos a establecer relaciones entre cada grupo de interés y los valores que queremos que existan en todos nuestros puntos de conexión con estos grupos.

En las relaciones con nuestros proveedores en toda la cadena de suministro van a prevalecer valores como: dignidad humana, solidaridad y justicia, sostenibilidad medioambiental, y todo ello envuelto en una transparencia y participación democrática.

En este punto vamos a enumerar una serie de medidas a implantar en toda la cadena de valor de la empresa PURA como plan estratégico y recogido en el Plan RSC, tiene como objetivo alcanzar la sostenibilidad medioambiental, social y económica, participando en la consecución de los ODS de la Agenda 2030.

- **Medioambiente**

Las medidas medioambientales que se proponen a continuación contribuyen a que nuestro producto final sea respetuoso con el medioambiente porque todos los departamentos implicados en la fabricación del producto se implementan planes de acción pensados en la sostenibilidad. Terminando el empaquetado con materiales reciclables y reciclados. Por tanto, se eliminan el uso de tóxicos y plásticos y se reducen los procesos industriales para evitar la emisión de gases a la atmósfera.

DEPARTAMENTOS	OBJETIVO	METODOLOGIA	OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE
FARMÁCIA	<p>-Introducir en el mercado un producto mejorado en composición, formato y empaquetado.</p> <p>-Formulación de una línea corporal hidratante sólida en unidosis de fácil aplicación para la piel</p>	<p>-Investigar los ingredientes potencialmente tóxicos uso en cosmética.</p> <p>-Búsqueda de compuestos ecológicos con sustitutivos.</p> <p>-Desarrollo de una formulación sólida libre de plásticos y tóxicos.</p>	<p>3 SALUD Y BIENESTAR </p> <p>14 VIDA SUBMARINA </p> <p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES </p>
INGENIERIA ELECTRÓNICA	<p>-Instalación eléctrica de baja tensión de la nave industrial</p>	<p>-Dimensionamiento de la potencia necesaria, en función de receptores.</p>	<p>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE </p> <p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA </p>

	<p>- Complementar el suministro eléctrico de la red con paneles fotovoltaicos</p> <p>-Utilizar energía eléctrica de la manera más eficiente posible</p> <p>-Fácil identificación de las salidas de emergencia a través de un Plan detallado de Emergencia.</p>	<p>-Dimensionamiento de paneles fotovoltaicos.</p> <p>-Utilización de diferentes softwares (Cypelec y Dialux) para el cálculo y emplazamiento de los distintos elementos de la instalación.</p>	<p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p> 
<p>INGENIERIA MECÁNICA</p>	<p>-Diseño y desarrollo del espacio de trabajo y ocio de la empresa.</p> <p>-Distribución del edificio para la sede de la empresa.</p>	<p>-Diseño que optimice al máximo la distribución en la planta del edificio con un diseño 3D</p> <p>- Cálculo de las estructuras que lo sustentarán.</p> <p>-Terminaremos con los anexos referidos al cálculo de instalación</p>	<p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>  <p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p>  <p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p> 

	-Los objetivos de desarrollo de la empresa como bases en PURA	de saneamiento, la evacuación de aguas y la climatización.	
ADM. DIRECCIÓN EMPRESA	Y -Elaborar un plan estratégico integrado en toda la cadena de valor acorde con la visión, misión y valores de PURA - Apoyo y cooperación con todos los departamentos que integran la empresa para comprobar que se cumplen los parámetros de sostenibilidad	PLAN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA <ul style="list-style-type: none"> - Sostenibilidad Económica - Medioambiental - Social (sociedad y equipo humano) 	    

--	--	--	--

Ilustración 7. Departamentos, objetivos, metodología, ODS, en PURA. Elaboración propia.



Plantearíamos las siguientes medidas concretas a implantar en nuestra empresa:

- Cadena de valor eficiente social y medioambientalmente en todas sus fases, para conseguir un impacto positivo en los distintos ámbitos con los que la empresa tiene relación.
- Infraestructuras sostenibles
- Eficiencia energética en las instalaciones y maquinarias, todos nuestros equipos son A+ y con los paneles fotovoltaicos ahorramos energía en las horas de sol.
- Producto libre de tóxicos y plásticos.
- Envases reciclados y reciclables
- Certificados ecológicos en el etiquetado, genera una confianza y transparencia en nuestra relación con los consumidores.
- Filtrado de aguas para poder reutilizarla en la limpieza de maquinaria y contribuir a evitar que los recursos finitos se agoten. También evitaremos con la filtración el embotellamiento en recipientes de plástico.
- Elaboraremos sistema de gestión para el tratamiento de los residuos.

- Nuestros proveedores estarán cerca de la empresa, evitando la emisión de gases por los transportes de la materia prima.

Todas estas medidas consiguen que participemos en los ODS 4: Agua Limpia y Sana, ODS 7: Energía Asequible y no Contaminante, ODS 9: Industria Innovación e Infraestructuras, ODS 12: Producción y Consumo Responsable, ODS 13: Acción por el clima, ODS 14: Vida Submarina, ODS 17: Alianzas para lograr los Objetivos.

- **Medidas sociales.**

Cuando en la RSE se habla de aspectos sociales, nos referimos a los impactos producidos por la empresa en las personas que trabajan en la empresa y en las comunidades donde opera. Dentro de los aspectos sociales podemos diferenciar las siguientes áreas: Relaciones laborales con nuestro equipo humano, relaciones con la sociedad, siempre hay que tener en cuenta los grupos de interés estableciendo con ellos relaciones responsables y comprometidas para poder desarrollar una actividad sostenible. La acción social, sería todo aquello que aportamos a la sociedad al margen de nuestra actividad empresarial y siempre pensando en el bien común, a continuación, enumeramos una serie de medidas o proyectos en los que la empresa PURA tiene pensado invertir e ir alineándolos con los objetivos estratégicos:

- Fomentar la educación y salud medioambiental divulgando a través de jornadas de puertas abiertas nuestra labor social y medioambiental en universidades.
- Colaborar a través de contratos de trabajo a personas en riesgo de exclusión social a erradicar la pobreza.

- Destinar el 1% de los beneficios a la investigación, la actual crisis sanitaria del COVID ha destapado la importancia que tiene poder seguir investigando para poder encaminarnos hacia un futuro incierto marcado por el cambio climático.

- **Equipo humano**

Estas estrategias hacen posible que la organización mire hacia sí misma y reconozca los impactos que estas prácticas tienen sobre sus miembros, asumiéndolas no solo exclusivamente como actividades que le genera ganancias económicas y visibilidad en el escenario social, sino como parte integral de su forma de concebir y administrar su talento humano (Rios, 2013).

En “PURA” ponemos mucho interés en los empleados y en el valor que aportan, interesándonos por su bienestar emocional.

Reconocemos el valor intangible que aportan y lo necesarios que son para que la empresa consiga sus objetivos económicos, sociales y medioambientales.

El Plan de RSC que queremos implantar detalla una serie de medidas para que nuestro equipo humano sienta que forma parte del proyecto que queremos llevar a cabo y se sienta identificado con los valores de la empresa “PURA”.

Las medidas serían:

- Promover un buen clima laboral
- Formación continua desarrollado al máximo las capacidades
- Políticas sobre igualdad de oportunidades y no discriminación
- Medidas de conciliación sobre la vida laboral y familiar
- Retribuciones justas y variables como reconocimiento al mérito
- Salud y seguridad en el trabajo, a través de una empresa de riesgos laborales y con nuestro plan de emergencia.
- Información y formación para la adaptación al cambio.

4.- Resultados de la aplicación del Plan RSC

Los beneficios de la implantación de un plan de RSC en la empresa, y que se reflejen en el producto ofertado, son múltiples. Enumeramos las más importantes:

- Funcionamiento eficaz y equilibrado para cumplir con tres requisitos: medioambiental, social y económico.
- Al adherirse a estos requisitos, la empresa se asegura de que, al trabajar para implementarlos, siga metodologías que ayuden a mejorar la eficiencia y aumentar la rentabilidad empresarial interna. Por ello, la empresa también acaba compitiendo con ventajas en los mercados en los que opera.
- Al cuidar y tomar acciones obvias y efectivas en el ámbito social con el que interactúa, crea vínculos mucho más efectivos de innovación y colaboración con sus empleados y socios, lo que le permite superar crisis y fallos del mercado mucho mejor que sus competidores (Moya & Villacrés, 2011).
- La responsabilidad ambiental y social mejora la imagen de marca y la percepción de la calidad de los bienes y servicios que ofrece la empresa, generando automáticamente una diferenciación tan valiosa para el consumidor final.
- Imagen de marca consistente, fuerte y diferenciada, clientes leales que se convierten en las mejores fuerzas impulsoras para futuras ventas y entrada al mercado de la empresa. Y también atraer a los mejores talentos para trabajar en él (Moya & Villacrés, 2011).

5.- Conclusiones

Podemos concluir este proyecto asegurando que hemos desarrollado un producto ecológico a través de su composición sostenible, infraestructuras e instalaciones sostenibles, cumpliendo los protocolos establecidos en el plan estratégico de responsabilidad social de la empresa.

El resultado que obtenemos es consecuencia del trabajo de un equipo interdisciplinar donde compartimos valores de respeto hacia la naturaleza y el ser humano, nuestro

proyecto participa de forma responsable en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En nuestro proyecto de empresa cada uno de los componentes de los diferentes grados ha utilizado los Objetivos de Desarrollo Sostenible como bases fundamentales para la elaboración de cada uno de los módulos que integran el Proyecto, que están estrechamente relacionados con la visión, misión y valores de PURA.

Las economías siguen avanzando y hay que hacerlo pensando en el bien común del planeta donde habitamos y de las personas que con nuestros comportamientos sepamos cuidar los recursos que son finitos. Ser capaces de elaborar Planes de Responsabilidad Social como medio de conseguir la sostenibilidad económica, social y medioambiental, partiendo Agenda 2030 con la elaboración de unos Objetivos de Desarrollo Sostenible, como base se inspiración para elaborar las estrategias de empresa.

El Plan de Responsabilidad Social que proponemos contribuirá a la sostenibilidad medioambiental, social y económica de la empresa de nueva creación ecológica, participando en la consecución de los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 12. Producción y consumo responsables.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 14. Vida submarina.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.

El área de RRHH de cualquier empresa implicada en la RSE debe ayudar a los empleados a cumplir con las metas de la empresa a través de actividades que profundizan la relación entre el empleado y la empresa (Camejo & Cejas, 2009).

PURA, cuida a sus empleados garantizando un trabajo seguro y un ambiente de trabajo estable donde puedan equilibrar sus vidas en diversos aspectos personales y profesionales sin descuidar ninguno de ellos. Nuestra empresa cuenta con una sala de ocio adaptada a las necesidades del personal en su tiempo libre.

Es importante que las empresas realicen sus negocios de tal manera que el entorno de trabajo en la empresa sea óptimo. Los empleados deben estar motivados para identificarse con la empresa y sus objetivos, por eso existen diversas herramientas para lograr buenas condiciones laborales para todos los empleados, por lo que su implementación asegura el bienestar de los empleados (Ceballos Duque, 2014).

La RSE, responsabilidad social corporativa, proporciona orientación y metas de mejores prácticas a un nivel integral para todas las empresas para alcanzar sus metas y objetivos.

Aumentan la capacidad de las empresas para permanecer en los mercados al fidelizar a sus empleados, retener el talento, desarrollar la innovación dentro de la empresa y estructuralmente, y, sobre todo, fidelizar a los clientes que atraen, convirtiéndolos en números de referencia dentro de la receta de nuevos consumidores (Schwalb et al., 2003).

Concluiríamos este trabajo con la siguiente reflexión:

“La sostenibilidad solo puede ser alcanzada mediante la acción coordinada de todos los grupos y agentes sociales que actúan en el escenario económico, político y social tanto a nivel global, regional como local; las empresas no pueden hacerlo por sí solas, no obstante, teniendo en cuenta que estas son una parte importante del problema, también deben serlo de la solución. Para lograr la sostenibilidad, el liderazgo en los negocios debe alcanzar un nuevo nivel. Un nivel visionario, proactivo, que trabaje intensamente en función del cambio en el sistema” (Dixon, 2003).

6.-Bibliografía

- Anievas Arroyo, L. (2019). *Impacto del certificado ecológico en la cosmética española*.
- Bom, S., Margarida Ribeiro, H., & Marto, J. (2020). Calculadora de sostenibilidad: Una herramienta para evaluar la sostenibilidad en productos cosméticos. *Sustainability*, 12(4),1437.
- Bueno González, E. (2019). " *La Huella Ecológica*". Obtenido de https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/recursos/documentos/huella_tcm30-172158.pdf
- Camejo, A., & Cejas, M. (2009). *Responsabilidad Social: factor clave de la gestión de los recursos humanos en las organizaciones del siglo XXI. Nómadas. Critical journal an social and juridical sciences*, 21(1).
- Ceballos Duque, J. (2014). " *Responsabilidad Social Desde Las Percepciones de Los Trabajadores En Una Empresa Vallecaucana Des Sector de Clase Mundial Cosméticos y Productos de Aseo*".
- Coppelli Ortiz, G. (2018). La globalización económica del Siglo XXI. Entre la mundialización y la desglobalización. . *Revistas Académicas de la Universidad de Chile, Estudios Internacionales*, 50(191), 57-80.
- Del Arco, J., & Ibañez, D. (2020). Cosmética Natural una apuesta por el futuro. *El Farmacéutico: profesión y cultura*, (543), 26-29.
- Del Prado, J. (2000). *Las Naciones Unidas y su Democratización*.
- Diaz Escalante, S. K., Latorra Farfan, B. S., & Padilla Giurfa, K. A. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial En el Sector de Cosméticos. Análisis de Una Empresa Local a Través Del Benchmarking de 3 Empresas Extranjeras En Buenas Prácticas Para El Desarrollo de Un Clima Laboral Socialmente Responsable*. Lima.
- Dixon, F. (2003). Responsabilidad Corporativa Total. Alcanzar la Sostenibilidad y Prosperidad Real. *Ethical Corporation*.
- EBC. (2019). *MATRIZ DEL BIEN COMÚN 5.0 DIGNIDAD HUMANA SOLIDARIA Y JUSTICIA SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL TRANSPARENCIA Y*

PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA. Obtenido de <https://economydelbiencomun.org/>

EUROSTAT. (2019). *Tu clave para las estadísticas europeas.¿ Cuántos residuos de envases de plásticos reciclamos?* Obtenido de <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/ddn-20191105-2>

Fernández Durán, R. (2010). *El Antropoceno: La crisis Ecológica se hace mundial. La expansión del capitalismo global choca con la Biosfera.* Madrid: Coeditores Virus y Libros de acción.

Fernández García, R. (2009). *" Responsabilidad Social Corporativa. Una Nueva Cultura Empresarial.*

Fortunati, S., Martiniello, L., & Morea, D. (2020). El papel estratégico de la responsabilidad social corporativa y la economía circular en la industria cosmética. *Sustainability*, 12(12):5120.

Ganzo, E. (2006). La Responsabilidad Social Corporativa: su dimensión normativa: implicaciones para empresas españolas. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de León*, (3), 1-20.

Guerras Martin, L., & Navas López, J. (2015). *La dirección estratégico de la empresa. Teoría y aplicaciones.* Thomson-Reuters Civitas, Cizur Menor .5ª Edición.

Herrero, Y. (2013). *Miradas Ecofeministas para tramitar a un mundo justo y Sostenible.*

ISO. (2010). *Organización Internacional de Normalización. Guía de responsabilidad social (ISO 26000).* Obtenido de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/sp/PUB100258_sp.pdf

Miralles Ibarra, P. (2019). *" Desarrollo de Métodos Analíticos para la eliminación de Sustancias de interés relacionadas con la Eficacia y la Seguridad del los Productos Cosméticos".*

Miralles Massanés, J. (2005). Ética empresarial y globalización. *ICADE. Revista de las facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales.*

- Moratis, L. (2018). *¿Responsabilidad de señalización? Aplicación de la Teoría de la señalización a la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social.*
- Moreno, F. (2005). *La empresa ambientalmente responsable. Una visión de futuro. Economía*,(21), 39-58.
- Moya, J., & Villacrés, M. (2011). *La Responsabilidad Social como modelo de Gestión Empresarial.*
- NACIONES UNIDAS. (2015). *Resolución aprobada por la Asamblea General el 25 de septiembre de 2015. Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.*
- ONU. (2015). " *La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*". Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Pombo Arias, M., Catro-Feijóo, L., Barreiro Conde, J., & Cabanas Rodriguez, P. (2020). Una revisión sobre los disruptores endocrinos y su posible impacto sobre la salud de los humanos. *Revista Española Endocrina Pediátrica*, Volumen 11 (2).
- Rios, J. (2013). *Responsabilidad Social y Gestión de Conocimientos como Estrategias de Gestión Humana.*
- Saizarbitoria, I., & Fa, M. (2005). Análisis de un modelo de la difusión internacional de las normas ISO 9000 e ISO 14000. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 14(4), 81-100.
- Schwalb, M., Ortega, C., & García, E. (2003). *Casos de Responsabilidad Social.*
- STANPA. (2019). " *Cosmética Natural: Primer Macroanálisis Europeo Neutral y Objetivo*".
- Úbeda, J., de Burgos Jiménez, J., & Urena, L. (2011). *Grupos de interés, gestión ambiental y resultado empresarial: una propuesta integradora. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(3), 151-161 .

WWF. (2020). *Informe Planeta Vivo España*. Obtenido de https://www.wwf.es/informate/biblioteca_wwf/?55320/Informe-Planeta-Vivo-2020



7.- Anexos

Ilustración 1 - Resumen del Informe Planeta Vivo (WWF, 2020).....	9
Ilustración 2 - Proceso de freno de la destrucción de los recursos (WWF, 2020).....	10
Ilustración 3 - Ranking de los 20 países con la mayor desigualdad en la distribución de los ingresos 2017, basada en el coeficiente de Gini. Elaboración propia con datos de Statista (2020).....	13
Ilustración 4. Esquema distribución de tareas TFGi. Elaboración Propia.....	23
Ilustración 5 - Matriz del Bien Común (EBC, 2019)	27
Ilustración 6- Temáticas y prácticas de RSE (Ceballos Duque, 2014).....	34
Ilustración 7. Departamentos, objetivos, metodología, ODS, en PURA. Elaboración propia.....	43

