



GULLÓN | PLAN AGUILAR: DISEÑO DE UN PLAN DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE LA ESCUCHA ACTIVA A LOS GRUPOS DE INTERÉS

GULLÓN | PLAN AGUILAR: DESIGN OF A SOCIAL TRANSFORMATION PLAN THROUGH ACTIVE LISTENING TO STAKEHOLDERS

Francisco Hevia Obras
phevia@gullon.es
Isabel López Triana,
isabel@canvasconsultores.com
Idoia Castillo García
idoia@canvasconsultores.com
Isabel Roser Hernández
iroser@hilosostenibilidad.com

INSTITUCIONES:
GALLETAS GULLÓN
CANVAS ESTRATEGIAS SOSTENIBLES
HILO SOSTENIBILIDAD



Video resumen del proyecto:

https://www.youtube.com/watch?v=CCzh132_66A



RESUMEN

La empresa, especialmente la que vive muy pegada al territorio, necesita de la comunidad local para entender las expectativas y necesidades de las personas. Esta es la premisa de la que Galletas Gullón parte para desarrollar su plan de transformación social en el municipio en el que desarrolla su actividad desde hace más de cien años: Aguilar de Campoo (Palencia). La zona donde se enclava la compañía, en la comarca de la Montaña Palentina, tiene por delante múltiples desafíos, especialmente los vinculados con la despoblación o el desempleo, como otras zonas de la denominada ‘España vaciada’.

Apoyada por dos firmas de consultoría estratégica especializadas en sostenibilidad (CANVAS Estrategias Sostenibles e Hilo Sostenibilidad), la compañía puso en marcha un proceso de más de seis meses de duración, en el que la colaboración multiactor ha sido esencial. El proyecto, con tres fases de trabajo, permitió identificar a más de 50 actores diferentes, críticos para la actividad de Gullón, y contó con la colaboración de 17 expertos tanto internos como externos para definir el rumbo del compromiso social y ambiental de la compañía vinculado a la comarca. El Plan Aguilar de Transformación Social, con cinco retos vinculados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), busca la máxima aportación de Gullón en cuestiones esenciales vinculadas con el empleo y la despoblación, la vida saludable, la acción y dinamización cultural, la biodiversidad o la inclusión social.

Palabras clave: Empresa, Transformación social, Colaboración multiactor, Stakeholders, Grupos de interés, Empleo local, Vida saludable, Acción y promoción cultural, Biodiversidad, Inclusión social.

ABSTRACT

Companies, especially the ones that grow up close to the territory, need the local community, in order to understand expectations and needs of the people.

This is the premise from which Galletas Gullón starts to develop its plan for social transformation in the municipality where it has conducted its activity for more than a hundred years: Aguilar de Campoo (Palencia). The area where the company is located, in the Montaña Palentina region, faces multiple challenges, especially those linked to depopulation or unemployment, like other areas of the so-called ‘Empty Spain’.

Supported by two strategic consulting firms specialized in sustainability (CANVAS Estrategias Sostenibles and Hilo Sostenibilidad), the company launched a process that lasted more than six months, in which multi-stakeholder collaboration has been essential. The project, with three phases of work, was able to identify more than fifty different actors, critical to Gullón’s activity, and had the collaboration of seventeen experts, both internal and external, to define the direction of the company’s social and environmental commitment, linked to the region.

‘Plan Aguilar’ for social transformation, with five challenges linked to the Sustainable Development Goals (SDGs), seeks the maximum contribution of Gullón in essential issues related to employment and depopulation, healthy living, action and cultural revitalization, biodiversity, or social inclusion.

Keywords: Business, Social transformation, Multi-stakeholder collaboration, Stakeholders, Local employment, Healthy living, Cultural action and promotion, Biodiversity, Social inclusion.



Hevia Obras, Francisco. Director Corporativo de Galletas Gullón y Presidente de la Fundación EXECyL. Es consejero de empresas y directivo multidisciplinar desde el inicio de su carrera profesional en el 2000. Centrado en convertir el propósito de las empresas en realidad a través de la gestión responsable que genere valor económico, social y ambiental para el conjunto de las personas que participan de su cadena de valor. Experto en gestión ética y buen gobierno, gestión de personas, del medioambiente del impacto social de las empresas y en construir relaciones a largo plazo con los grupos de interés. Ha desarrollado su carrera en la Consultora LLYC, en Grupo Siro, Calidad Pascual y Grupo José María. También ha sido Presidente de la Asociación Española de Directores de Sostenibilidad (ASG) DIRSE y vicepresidente del Clúster de la Industria Alimentaria de Castilla y León - Vitartis.

López Triana, Isabel. Cofundadora y directora general de CANVAS Estrategias Sostenibles. Isabel tiene una amplia trayectoria de más de 20 años dedicada a la consultoría en reputación corporativa y sostenibilidad, liderando proyectos con múltiples empresas del IBEX35, mercado continuo y empresas familiares. También es una experta en gestión del conocimiento para la formación y sensibilización en las organizaciones y dedica parte de su tiempo a la actividad docente.

Castillo García, Idoia. Experta en Sostenibilidad e Innovación en CANVAS Estrategias Sostenibles. Con una experiencia profesional de más de 6 años, en CANVAS es actualmente Experta en Sostenibilidad e Innovación, lo que le permite coordinar y desarrollar proyectos de consultoría en sostenibilidad garantizando la calidad, la excelencia y la innovación en los servicios, así como el alineamiento con el propósito corporativo. Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas y Máster en Comunicación de las Organizaciones por la Universidad Complutense de Madrid.

Roser Hernández, Isabel. Fundadora de Hilo Sostenibilidad, Consultoría Estratégica para la Transformación Sostenible. Senior Advisor & Social Broker en su firma y en Impact Hub. Activista, formadora y polinizadora de ideas para la acción y relaciones en sostenibilidad empresarial e innovación social desde 1998. Fue la idearia y creadora de DIRSE en 2012 y directora de la organización desde esa fecha hasta 2014. Cofundadora de Business and Human Rights (2012) y del movimiento Marcas con Valores (2015). Licenciada en Economía por la Universidad de las Islas Baleares (UIB), cuenta con otras titulaciones, la última de ellas el Máster en Transformación Social Competitiva por la Universidad Complutense de Madrid (UCM).



1. INTRODUCCIÓN: ¿POR QUÉ UN PLAN DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL?

La historia de Galletas Gullón, uno de los principales fabricantes de galletas de Europa, no puede ser contada sin hacer referencia al territorio donde está radicada: Aguilar de Campoo. Fundada en 1892, es la única empresa galletera familiar centenaria que se mantiene en el sector. En sus fábricas, Gullón y VIDA, situadas en esta comarca de la Montaña Palentina, producen galletas que se exportan a más de 120 países de todo el mundo.

La compañía, que emplea a más de 1.700 personas, depende de los habitantes de la zona. No solo de Aguilar de Campoo, sino de otros tantos municipios palentinos como Cervera de Pisuerga, Guardo o Barruelo de Santullán, por mencionar a los más grandes en población.

De igual forma, la comarca de la Montaña Palentina está totalmente vinculada a la empresa, especialmente si tenemos en cuenta uno de los principales retos de la provincia de Palencia, el mismo que otras zonas de la denominada 'España vaciada': la pérdida de población. En 2021, la comarca de la Montaña Palentina, formada por 18 municipios, cuenta con una población total de 20.693 habitantes, un 24% menos de habitantes que en el año 2000. Los datos muestran que casi todos los municipios han perdido más del 10% de su población en las últimas décadas (Fundación Santa María la Real, 2021).

No se trata del único desafío de la 'Castilla y León vacía'. La dinamización del empleo es, asimismo, uno de los objetivos clave de la Estrategia de Desarrollo Local Participativo de la Montaña Palentina 2020. Y una problemática asociada más, que dificulta a largo plazo el relevo generacional, es la población envejecida: la población más numerosa es la comprendida entre los 50 y los 70 años, que abarca un 35% del total (Fundación Santa María la Real, 2021).

Por todo ello, y como empresa familiar responsable ubicada en la zona, Gullón no puede entender el éxito del negocio sin alinearlos con el éxito de la comunidad. El entorno en el que opera la compañía es cada vez más competitivo y exigente y, conscientes de ello, en Gullón se apuesta fielmente por la generación de valor compartido.

Buscando conocer de primera mano cuáles son las necesidades principales de sus grupos de interés críticos para, desde la empresa, poder darles respuesta, Gullón puso en marcha, en abril de 2021, el Plan Aguilar de Transformación Social. Este proceso participativo ha llevado a definir los cinco retos críticos en materia de transformación social, la identificación de más de 50 actores relevantes para la compañía, o la puesta en marcha de sesiones participativas con más de 15 representantes de los grupos de interés. Las sesiones permitieron el diálogo y la colaboración directa entre los participantes y la definición de decenas de ideas a poner en marcha, vinculadas a cada uno de los retos planteados, en un extraordinario ejercicio de co-creación entre representantes de empresas, entidades sin ánimo de lucro, administraciones públicas y empleados.



2. FASES DEL PROYECTO: ¿CÓMO SE HA CONSTRUIDO?

Para desarrollar el Plan Aguilar de Transformación Social se han seguido tres fases de trabajo: el análisis de las necesidades de la compañía, la definición del mapa de grupos de interés y la celebración de las sesiones participativas.

2.1 ANÁLISIS Y NECESIDADES DE GULLÓN

En la primera fase del proyecto se buscaba identificar en detalle las razones para relacionarse con los stakeholders y los temas de interés en materia social y ambiental que se refieren a Gullón.

Para ello, se realizó un análisis documental de documentación interna y externa, tanto con perspectiva local como nacional e internacional, que permitió pulsar el estado actual del compromiso social y ambiental de la compañía e identificar los temas críticos, así como las necesidades en relación con la comunidad local. Para seleccionar la documentación a analizar se tuvo en cuenta la realidad actual y futura de Gullón y sus impactos directos.

Ejemplos de la documentación analizada

- Estrategia de Desarrollo Local Participativo: Montaña Palentina 2020 (Agrupación Comarcal de Desarrollo Montaña Palentina, 2016)
- Informe de situación económica de Castilla y León en 2019 (Consejo Económico y social de Castilla y León)
- El 70% de las empresas agroindustriales de Castilla y León tiene dificultades para encontrar el perfil profesional que necesita (El Economista, 2020)
- Directrices para la implementación de la Agenda 2030 en Castilla y León (Junta de Castilla y León, 2019)
- Estrategia One Health/Una Salud (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2021)
- La política agrícola común en pocas palabras (Comisión Europea, 2021)
- Informe Económico 2019 de la Federación Española de Industrias de Alimentación y de Bebidas (FIAB, 2019)
- Los productos de Gullón lideran el ranking de galletas saludables de la OCU (Gullón, 2020)

El análisis externo permitió identificar una serie de macro tendencias sociales y ambientales relevantes para Gullón, vinculadas con la España vaciada, el talento y el empleo local, el entorno ambiental, la cadena de valor de la compañía y la apuesta por una vida saludable.

Todas las macro tendencias tenían, de base, dos marcos de impulso esenciales:

- La Agenda 2030, que continúa siendo el marco esencial o la base para cualquier tendencia en temáticas sociales o medioambientales. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) incluyen referencias a todas las temáticas relevantes para Gullón en relación con la comunidad local.
- El Pacto Verde Europeo, que se erige en la UE como el plan de acción para impulsar la transición hacia una economía baja en carbono y que incluye entre sus estrategias cuestiones relevantes para el sector de la alimentación, como la estrategia 'De la granja a la mesa'.

Ilustración 1. Macrotendencias sociales para Gullón.



Fuente: CANVAS Estrategias Sostenibles, 2021.

La unión de las macrotendencias con el análisis interno realizado permitió la definición de cinco retos de transformación social para Gullón.

Ilustración 2. Cinco retos de transformación social para Gullón.



Fuente: Gullón, 2022.



Tras un proceso de revisión y validación se concretaron cinco retos de la siguiente forma:

- **Reto 1: la dinamización del empleo local.** El empleo en la zona es una preocupación destacada tanto de las administraciones públicas como de la sociedad. La provincia de Palencia y sus municipios han perdido población en los últimos años y las empresas destacan la dificultad de encontrar talento. Es esencial impulsar el empleo local para mantener viva la economía de la provincia y Gullón cuenta con una posición clave para ello.
- **Reto 2: la acción y promoción cultural de la zona.** La fábrica de galletas se encuentra en una zona de alto valor cultural, que impulsa el auge del turismo rural en la Montaña Palentina y potencia la economía y la riqueza de la zona. La protección del entorno cultural es, según el estudio de materialidad de la compañía, uno de los temas que más incide en la percepción de Gullón como empresa sostenible y socialmente responsable.
- **Reto 3: la apuesta por una vida más saludable.** La preocupación por una vida sana no para de crecer, más aún tras la pandemia de la COVID 19. Según datos de 2020, casi el 80% de la población entre 25 y 34 años afirma haberse vuelto “más consciente de su alimentación”. Gullón puede continuar manteniendo su papel clave en la puesta en marcha de iniciativas vinculadas con una vida sana, la salud y el deporte en la comunidad local.
- **Reto 4: el compromiso con la inclusión social.** Especialmente por el desarrollo de su actividad en un entorno rural, Gullón se encuentra en una posición idónea para poner en marcha iniciativas de impacto social en colaboración con entidades e instituciones regionales, que favorezcan la inclusión social y la inserción laboral.
- **Reto 5: la protección de la biodiversidad y el entorno natural.** La fábrica de galletas se encuentra en una zona de alto valor medioambiental. Ello supone que sea una zona con gran diversidad y riqueza de recursos naturales y paisajísticos, con colectivos implicados en la conservación y el desarrollo de los mismos.

Los cinco retos se vinculan a diferentes ODS de la Agenda 2030, un llamamiento a la acción compuesto por los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y ratificado por los Estados miembros de Naciones para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar la vida de las personas en todo el mundo. El Plan de Transformación Social se vincula especialmente con las temáticas de hambre cero (ODS 2), salud y bienestar (ODS 3), empleo decente y crecimiento económico (ODS 8), reducción de las desigualdades (ODS 10), ciudades y comunidades sostenibles (ODS 11), producción y consumo responsables (ODS 12) o vida de ecosistemas terrestres (ODS 15).

Todos los retos se trabajarían junto con los stakeholders prioritarios posteriormente, en la fase 3 del proyecto.



2.2 DEFINICIÓN Y PRIORIZACIÓN DEL MAPA DE GRUPOS DE INTERÉS

La siguiente fase del proyecto exigía entender y comprender cuáles eran los grupos de interés esenciales para la compañía: aquellos que se veían en mayor medida afectados por sus decisiones y actividad y que, de igual modo, más influían en la compañía y en su reputación.

Para ello, se elaboró un listado previo de grupos de interés, de siete tipologías diferentes, definidos teniendo en cuenta el impacto y colaboración de Gullón con los mismos:

- **Empleados:** trabajadores de la compañía y sindicatos
- **Administraciones y organismos públicos:** sector público, tanto a nivel local (Aguilar de Campoo como otros municipios) como a nivel regional
- **Centros educativos:** colegios e institutos de la zona con los que la compañía cuenta con convenio de colaboración
- **Organizaciones sectoriales:** organizaciones y entidades que defienden los intereses del sector de la alimentación
- **Entidades no lucrativas:** organizaciones y entidades sin ánimo de lucro, tanto sociales como medioambientales, con las que la compañía tiene colaboración o que tienen un impacto directo en la zona
- **Deporte y escuelas de deporte base:** entidades deportivas de la zona con las que la compañía tiene un convenio de colaboración para promover la vida activa y saludable
- **Otros stakeholders de interés:** otras empresas de la zona o con interés en la comarca, proveedores de empleo, agrupaciones comarcales, empresas de servicios, medios de comunicación regionales

En total, se detectaron más de 50 actores relevantes para la compañía. Con el objetivo de identificar cuáles de éstos eran prioritarios para la empresa, y seleccionar a los representantes que formarían parte de las sesiones colaborativas, se desarrolló un cuestionario de priorización de grupos de interés, con diversas variables:

Tabla 1. Variables de priorización de grupos de interés.

1 La capacidad del grupo de interés para difundir la reputación de Gullón	2 El impacto del grupo de interés en el futuro del negocio de Gullón
3 El impacto del grupo de interés en la confianza que genera Gullón en la comunidad	4 La relación actual con el grupo de interés (variable adicional)

Fuente: CANVAS Estrategias Sostenibles, 2021



El cuestionario fue respondido por los líderes de áreas clave para el proyecto en Gullón: Dirección Corporativa, Calidad, Recursos Humanos y Relaciones Laborales, Responsabilidad Corporativa y Relaciones Institucionales.

Los resultados de la priorización determinaron la importancia de cada grupo de interés según las diferentes variables, destacando como tipologías clave los empleados, la administración y organismos públicos, los centros educativos, las organizaciones sectoriales y las entidades no lucrativas.

2.3 CELEBRACIÓN DE LAS SESIONES PARTICIPATIVAS

A partir de los grupos de interés prioritarios, se realizó una selección exhaustiva de representantes de los grupos de interés a los que invitar a las sesiones participativas, que se celebraron presencialmente en la sede de Gullón, en septiembre de 2021. Se definió un máximo de 10 participantes por cada sesión (interna y externa), con el objetivo de facilitar la conversación y el diálogo fluido entre los participantes y promover la innovación y la generación de ideas.

Ilustración 3. Uno de los asistentes a las sesiones colaborativas.



Fuente: Gullón, 2021.

Tabla 2. Participantes de las sesiones colaborativas.

Participantes en la sesión interna	Participantes en la sesión externa
<ul style="list-style-type: none"> ● 4 representantes del Comité de Empresa ● 3 representantes de empresa de trabajo temporal ● 1 representante de la Dirección de RRHH en Gullón ● 1 representante del área de Gestión Ética, Responsable y Excelente ● 3 dinamizadoras de CANVAS Estrategias Sostenibles e HILO Sostenibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2 representantes de administración pública: Concejalía de Cultura, Turismo y Desarrollo municipal del Ayto. de Aguilar de Campo; Diputación de Palencia ● 2 representantes de entidades del entorno (Fundación Santa María la Real, Geoparque de las Loras) ● 1 representante de Ecoembes ● 3 representantes de entidades sociales (Cruz Roja, Cáritas, Banco de Alimentos) ● 1 representante de la Dirección de Calidad ● 1 representante de la Dirección de Relaciones Institucionales ● 3 dinamizadoras de CANVAS Estrategias Sostenibles e HILO Sostenibilidad

Fuente: Gullón, 2021.

Utilizando diferentes dinámicas de colaboración y co-creación (como World Café y Manual Thinking), se dividió a los participantes en un total de 4 grupos de trabajo para trabajar sobre los cinco retos de transformación social definidos. Una vez realizada una introducción al proyecto y tras unos minutos de presentación entre los asistentes, cada grupo trabajó en cuatro pasos:

- Identificación de las fortalezas para cada uno de los retos: cuestiones que podrían potenciar la contribución de Gullón al reto.
- Identificación de los desafíos para cada uno de los retos: cuestiones que podrían complicar la contribución al reto.
- Identificación de ideas y proyectos, nuevos o existentes, que pueden ponerse en marcha, vinculados a cada reto.
- Priorización de los cinco retos, ordenándolos de mayor a menor según la contribución real que Gullón podría generar en cada uno de ellos.

Cada grupo contó con un soporte físico para facilitar las tareas a trabajar por cada uno de los retos: un ‘mapa’ de Manual Thinking en el que plasmar cualquier idea.



Ilustración 4. Mapa de trabajo para las sesiones colaborativas.

Plan Aguilar	RETO 1	RETO 2	RETO 3	RETO 4	RETO 5	PROYECTOS
	Fortalezas	Fortalezas	Fortalezas	Fortalezas	Fortalezas	
Desafíos	Desafíos	Desafíos	Desafíos	Desafíos	Desafíos	○

PRIORIZACIÓN DE RETOS
 Ordena los retos según la contribución e impacto que puede generar Gullón en cada uno de ellos.

○ + [RETO 2] [RETO 5] [RETO 3] [RETO 1] [RETO 4] ○ -

Fuente: CANVAS Estrategias Sostenibles, 2021.

Posteriormente, un portavoz de cada grupo realizó una exposición del trabajo desarrollado en cada uno de los grupos, abriendo así un proceso abierto no solo al grupo sino al resto de participantes, en los que cada uno de los asistentes, libremente, podía comentar, construir o matizar cualquier idea de las comentadas.

La realización de las sesiones colaborativas permitió a Gullón tener claro que el reto prioritario para todos los participantes, y en el que la compañía puede tener un mayor impacto positivo, es el relacionado con la dinamización de empleo local.

3. RETOS, CONCLUSIONES Y PRÓXIMOS PASOS

El valor principal del Plan de Transformación Social de Gullón reside en la colaboración entre actores distintos: empresa, administración pública, sindicatos, entidades no lucrativas... Todos ellos trabajan juntos para resolver los retos sociales y ambientales de una misma comarca, la Montaña Palentina, y definir cómo Gullón puede mejorar su contribución al territorio.

Esta unión de personas, que a priori pueden tener necesidades y expectativas diferentes respecto a Gullón y en relación con la comarca, resultó un reto en sí mismo. Empresas y organizaciones de la sociedad civil, por ejemplo, tradicionalmente han protagonizado una relación compleja (Mataix, Viñuales y Martínez, 2021). Relacionado con ello, no todas las empresas están dispuestas a juntar personas tan diversas en una sala y escuchar lo que se tenga que decir sobre ellas. Este miedo a preguntar, a consultar, es quizá uno de los principales obstáculos a la hora de poner en marcha proyectos colaborativos en el sector privado.



No obstante, en el caso del Plan de Transformación Social de Gullón, lo común y la suma primaron sobre las posibles diferencias. Por ejemplo, se produjo un alto nivel de coincidencia y acuerdo entre los cuatro grupos a la hora de identificar las principales fortalezas y desafíos por cada uno de los retos. De igual modo, todos los participantes destacaron lo novedoso de la sesión, y muchos remarcaron que era la primera vez que observaban, de forma directa, que una empresa invitaba a sus diferentes grupos de interés en una dinámica colaborativa para resolver problemas a los retos de forma conjunta.

El feedback tan positivo solo nos hace pensar que, como nos recuerdan las metas del ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos, el trabajo en red es fundamental en el camino hacia la Agenda 2030: juntos, podemos lograr más valor, impacto y sostenibilidad. Las redes multisectoriales, debido a su estructura más flexible y descentralizada y a la diversa experiencia de sus miembros, potencian una gobernanza más basada en resultados, conectando cuestiones locales y globales (MacDonald, Clarke y Huang, 2019).

La realización de las sesiones colaborativas permitió a Gullón no solo tener clara la hoja de ruta a seguir y los lugares donde potenciar su contribución, sino también abrir un camino de diálogo e interacción con los grupos de interés que no tiene vuelta atrás. Este fue solo el primer paso, el momento de entender que la mejor forma de crear valor social para la comunidad es contando con las personas en las que la empresa influye, y siempre teniendo en cuenta el modelo de negocio de la compañía, tratando así de que éste sea el propio generador de valor.

En línea con esa hoja de ruta y ampliando la proyección de ese diálogo, en 2021 Gullón ha trabajado en nuevos caminos que han permitido crear espacios de intercambio con sus grupos de interés desde la óptica social, cultural o ambiental. Es un punto de inflexión en estos diálogos la definición de esos cinco ejes marcados en el plan Aguilar. Con ellos se ha definido con más claridad el foco de impacto, y la apertura de colaboraciones que han generado que Gullón sea un actor clave de la región.

Desde la visión generadora de empleo, Gullón ha establecido una alianza con la Diputación de Palencia para colaborar en el proyecto Arraigo, con el objetivo de insertar en la zona a personas migrantes de otros lugares (de dentro y fuera de España), facilitándoles un hogar, un trabajo y un soporte para la escolarización.

En lo relativo al trabajo realizado en la promoción cultural de la zona, la compañía parte de una relación ya activa con los organismos de la comarca, como el Ayuntamiento de Aguilar de Campoo, con el que Gullón trabaja dando soporte en sus iniciativas de carácter popular, entre las que se encuentra el festival de artistas callejeros ARCA, el festival de artes escénicas AESCENA o iniciativas musicales como el Galleta Rock.



Fuente: Gullón, 2022



En su apuesta por una vida más saludable, Gullón trabaja la concienciación a jóvenes sobre una dieta saludable, impartiendo jornadas de nutrición y fomentando almuerzos saludables, entre otras acciones.

En el reto de la inclusión social, Gullón ha fomentado la diversidad en su plantilla, entablando nuevas alianzas con organismos clave para la inserción laboral: ONCE, Fundación Randstad, Fundación Santa María la Real o Asociación Nueva Vida. Gullón también fomenta la involucración de su plantilla en las campañas para que sus trabajadores se conviertan en agentes de cambio, como la impulsada junto a Cáritas, con la instalación de un punto rojo de recogida de ropa, para potenciar la segunda vida de las prendas.



Fuente: Gullón, 2022

Gullón también tiene en cuenta su importante papel en la protección de la biodiversidad y el entorno natural. Es por ello que ha realizado colaboraciones que ponen en valor el patrimonio natural de la zona, principalmente con su colaboración con ARGEOL-Geoparque de las Loras. Junto a esta entidad, Gullón ha facilitado una beca de investigación de 10 meses para el estudio de temas relacionados con el patrimonio natural y cultural del Geoparque. Además, fomenta la participación de la plantilla, con la promoción de salidas a la naturaleza en las que los empleados aprenden la importancia de la riqueza que alberga este Geoparque.

Gullón continuará, en los próximos años, avanzando en un modelo de gestión ético, responsable y excelente del que formen parte esencial las personas y el entorno.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CANVAS Estrategias Sostenibles y Corporate Excellence. (2022). *Approaching the Future 2022*. Recuperado el 19 de agosto de 2022, de <https://www.canvasconsultores.com/approaching-the-future-2022/>
- Fundación Santa María la Real. (2021). *Estudio demográfico en la Montaña Palentina 2021*. Recuperado el 19 de agosto de 2022, de https://issuu.com/revistapatrimonio_fsmlrph/docs/estudio_demogr_fico_digital1
- Gullón. (2019). *Presentación e historia de Gullón*. Recuperado el 19 de agosto de 2022, de <https://gullon.es/nosotros/>
- MacDonald, A., Clarke, A., & Huang, L. (2019). *Multi-stakeholder partnerships for sustainability: Designing decision-making processes for partnership capacity*. *Journal of Business Ethics*, 160(2), 409-426. Recuperado el 27 de septiembre de 2022 de <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-018-3885-3>
- Mataix, C.; Viñuales, V. y Martínez, M. M., (2021). *Las alianzas multiactor en la Agenda 2030*. En *Objetivos de Desarrollo Sostenible* (pp. 87-120). Instituto Español de Estudios Estratégicos. Recuperado el 27 de septiembre de 2022 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8027918>
- Naciones Unidas. (2016). *La Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 19 de agosto de 2022, de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- Stibbe, D.T., Reid, S., Gilbert, J.; The Partnering Initiative y UN DESA. (2019). *Maximising the Impact of Partnerships for the SDGs*. Recuperado el 19 de agosto de 2022, de https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/2564Partnerships_for_the_SDGs_Maximising_Value_Guidebook_Final.pdf