

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA MULTILINGÜE DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**

**TRABAJO DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TITULO DE LICENCIADA MULTILINGÜE EN NEGOCIOS
Y RELACIONES INTERNACIONALES**

**ANÁLISIS DE LA CONTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS PRIVADAS SOCIALMENTE
RESPONSABLES EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DEL MILENIO
RELACIONADOS CON EL TRIPLE BOTTOM LINE**

JENNY GABRIELA ERREIS DURÁN

QUITO, 2013

DEDICATORIA

A:

*Mi mamita,
por ser el pilar de mi vida.
Por todos los valores inculcados,
sus consejos, paciencia y amor.
Por creer en mí y sobrellevar mis locuras.*

*Mis hermanos,
por ser mi más grande alegría,
mi constante ejemplo y fuente de cariño.
Por inspirar mi locura.*

*Mi papá,
por su apoyo en mi educación
y brindarme cariño a pesar de la distancia.
Por los buenos recuerdos.*

*Mi ñaña Zoilita y mi abuelito Ángel,
que desde el cielo siempre
cuidan mis pasos.*

AGRADECIMIENTO

A mis padres, por ser mis primeros maestros.

A todos quienes conforman mi gran familia quiteña y lojana, por su cariño y continuo apoyo y motivación para dar este paso en mi vida.

A quienes con su gran ejemplo han marcado mi vida y nunca dejaron que olvide la meta:

Ricardo y Darío, Natalie Pazmiño y Cristina Buitrón.

A quien me ha acompañado en la luz y oscuridad, inspirándome día tras día:

David Flores

A quienes con su amistad que ha perdurado en el tiempo, me han llenado de alegría:

Linda Castillo, Verónica Ramón, Soledad Pérez, Francisco Rivadeneira...

A mis profesores que estuvieron a lo largo de este proceso de formación académica, especialmente *Wilson Torres, Roberto Díaz y Francisco Pacheco*, por su tiempo y guía en el desarrollo del presente trabajo de grado.

Así también, al personal administrativo de la PUCE, en quienes he tenido la oportunidad de encontrar profesionales con gran calidad humana, siempre dispuestos a brindar su ayuda y consejo: *Yoly, Marthita, Carmita, Santiago, Manuel, Rodrigo, Patty, Fernandita...*

ÍNDICE

1.	TEMA	1
2.	INTRODUCCIÓN	1
	CAPITULO I	
	RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	
1.1.	Generalidades	8
1.1.1.	Evolución de la concepción de Responsabilidad Social Corporativa	8
1.1.2.	Definición de Responsabilidad Social Corporativa	10
1.1.3.	Fundamentos de RSC.....	12
1.2.	Impacto de las prácticas empresariales socialmente responsables	14
1.2.1.	Dimensiones de la RSC	14
1.2.2.	Grupos de interés de la RSC	16
1.2.3.	Beneficios de la gestión empresarial responsable.....	22
1.3.	Panorama internacional.....	29
1.3.1.	Expansión de la RSC en países desarrollados.....	29
1.3.2.	Organismos internacionales promotores de RSC.....	30
1.3.3.	Empresas con políticas responsables	31
	CAPITULO II	
	RSC EN EL CONTEXTO LATINOAMERICANO	
2.1.	Percepción de la gestión corporativa socialmente responsable en América Latina	35
2.1.1.	Iniciativas adoptadas en Latinoamérica.....	35
2.1.2.	Modelos Regionales.....	37
2.1.3.	Situación de las Pymes latinoamericanas	39
2.2.	Sostenibilidad Empresarial en Ecuador	41
2.2.1.	Organismos nacionales de control y promoción de RSC.....	42
2.2.2.	Programas de evaluación de prácticas empresariales responsables	45

2.2.3.	Reconocimientos a la gestión empresarial	49
2.3.	Empresas sobresalientes en gestión sostenible en Quito	53
2.3.1.	Multinacionales grandes con gestión sostenible.....	53
2.3.2.	Empresas nacionales grandes con RSC	55
2.3.3.	Pequeñas y medianas empresas nacionales responsables	58

CAPITULO III
 APOORTE DE LAS EMPRESAS CON RSC EN LOS OBJETIVOS DE
 DESARROLLO DEL MILENIO

3.1.	La Responsabilidad Social Corporativa y los Objetivos de Desarrollo del Milenio	62
3.1.1.	El sector privado y los Objetivos de Desarrollo del Milenio.....	62
3.1.2.	Importancia de la contribución empresarial en los ODM	63
3.1.3.	ODM relacionados con el Triple Bottom Line de las empresas socialmente responsables.....	63
3.2.	Rol de las empresas en la consecución del ODM 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre.....	68
3.2.1.	El Objetivo del Milenio 1 y su progreso en América Latina	68
3.2.2.	Estado de cumplimiento en Ecuador del Objetivo del Milenio 1	69
3.2.3.	Contribución empresarial privada respecto al empleo productivo y decente como meta del ODM 1	71
3.3.	Papel de las empresas en la consecución del ODM 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.....	75
3.3.1.	El Objetivo del Milenio 7 y su estado de cumplimiento en América Latina .	75
3.3.2.	Situación en Ecuador respecto al Objetivo del Milenio 7	76
3.3.3.	Contribución empresarial en la incorporación de principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales e invertir la pérdida de recursos del medio ambiente como meta del ODM 7.....	77
3.4.	Incidencia de las empresas en la consecución del ODM 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.....	79
3.4.1.	El Objetivo del Milenio 8 y el panorama en América Latina	79
3.4.2.	Ecuador y el Objetivo de Desarrollo del Milenio 8	80

3.4.3.	Contribución empresarial privada en el desarrollo de un sistema comercial y financiero abierto como meta 16 del ODM 8.....	81
3.	ANÁLISIS	83
4.	CONCLUSIONES	87
5.	RECOMENDACIONES	91
	BIBLIOGRAFÍA	93
	ANEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 MODELO DE GESTIÓN DE RSE.....	15
CUADRO 2 GRUPOS DE INTERÉS DE RSC	16
CUADRO 3 BENEFICIOS INTERNOS Y EXTERNOS DE LA RSC EN LA EMPRESA.....	23
CUADRO 4 ANÁLISIS FODA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	28
CUADRO 5 INICIATIVAS INTERNACIONALES EN RSC.....	30
CUADRO 6 INICIATIVAS LATINOAMERICANAS EN TORNO A LA RSC.....	36
CUADRO 7 MODELOS DE ORGANIZACIONES ECUATORIANAS ACREDITADAS Y RECONOCIDAS.....	50
CUADRO 8 RECONOCIMIENTO GENERAL RUMIÑAHUI	52
CUADRO 9 RSC EN TELEFÓNICA ECUADOR.....	54
CUADRO 10 RSC EN CERVECERIA NACIONAL S.A.	56
CUADRO 11 RSE EN GRÁFICAS PAOLA	60
CUADRO 12 RELACIÓN ODM 1, RSC Y EL TRIPLE BOTTOM LINE (EJE SOCIAL).....	65
CUADRO 13 RELACIÓN ODM 7, RSC Y EL TRIPLE BOTTOM LINE (EJE AMBIENTAL).....	66
CUADRO 14 RELACIÓN ODM 8, RSC Y EL TRIPLE BOTTOM LINE (EJE ECONÓMICO).....	67
CUADRO 15 ODM 1 - PROGRESO DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE	68
CUADRO 16 ODM 7 - PROGRESO DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE	76

CUADRO 17	
ODM 8 - PROGRESO DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE	80

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	
RESULTADOS DE SOSTENIBILIDAD DE UNILEVER NV.....	33
GRÁFICO 2	
RESULTADOS DE SOSTENIBILIDAD – ITAU SA	38
GRÁFICO 3	
ACTIVIDADES EN RSE INTERNA MÁS Y MENOS DESARROLLADAS POR LAS PYMES LATINOAMERICANAS.....	40
GRÁFICO 4	
ECUADOR Y EL OBJETIVO DEL MILENIO 1	70
GRÁFICO 5	
TASA DE DESEMPLEO Y POBREZA EXTREMA ECUADOR	71
GRÁFICO 6	
ESTADISTICAS ECUADOR – META 8.F DEL ODM 8.....	81

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1	
EMISIONES EMPRESARIALES DE GEI.....	46
IMAGEN 2	
MDG SCAN - RESULTADOS ECUADOR	48
IMAGEN 3	
OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO.....	62
IMAGEN 4	
TRIPLE BOTTOM LINE.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	
TELEFÓNICA MOVISTAR ECUADOR - DIMENSIÓN SOCIAL.....	73
TABLA 2	
ESTADÍSTICAS ECUADOR – OBJETIVO DEL MILENIO 7	77
TABLA 3	
TELEFÓNICA MOVISTAR ECUADOR - DIMENSIÓN AMBIENTAL.....	78
TABLA 4	
TELEFÓNICA MOVISTAR ECUADOR - RESULTADOS DIMENSIÓN ECONÓMICA	82

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A	
PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE LA ONU	
ANEXO B	
LÍDERES DE SUPERSECTORES 2012	
ANEXO C	
UNILEVER NV - DESEMPEÑO DE LA DIMENSIÓN ECONÓMICA	
ANEXO D	
ITAUSA- DESEMPEÑO DE LA COMPAÑÍA EN DIMENSIÓN ECONÓMICA	
ANEXO E	
PROMOTORES DE RSE EN ECUADOR	
ANEXO F	
ODM 1 - METAS E INDICADORES	
ANEXO G	
TELEFÓNICA MOVISTAR ECUADOR - RESULTADOS DE CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO	
ANEXO H	
TOTAL DE BENEFICIADOS POR TIPO DE ACTIVIDAD Y DE ODM	
ANEXO I	
ODM 7 - METAS E INDICADORES	
ANEXO J	
ODM 8 - METAS E INDICADORES	

1. TEMA

ANÁLISIS DE LA CONTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS PRIVADAS SOCIALMENTE RESPONSABLES EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DEL MILENIO RELACIONADOS CON EL TRIPLE BOTTOM LINE.

2. INTRODUCCIÓN

La tierra provee lo suficiente para satisfacer las necesidades humanas, mas no la codicia humana, según lo afirmó Mahatma Gandhi. El fenómeno de industrialización ha llevado a las empresas a sobreponer los intereses económicos a los sociales y ambientales agudizando la problemática mundial debido a procesos de producción insostenibles que originan mayor contaminación, devastación de recursos naturales, el detrimento de las condiciones de vida y la inevitable pérdida de biodiversidad. Al mismo tiempo, la globalización ha dado paso a la apertura económica y comercial de los mercados y con ello se ha planteado nuevos retos para las empresas competitivas. Reorientando su rol de generador de riqueza y empleo hacia un compromiso para contribuir al desarrollo sostenible como agentes de cambio y desarrollo para las comunidades en las cuales se desenvuelven.

La responsabilidad del impacto generado por las acciones empresariales en el ámbito social, ambiental y económico ha ido cobrando mayor interés en las compañías internacionales, desde que en los años setenta nació en Estados Unidos; y nacionales desde la última década. Esta nueva tendencia en los negocios es la inversión responsable que promueve proyectos y gestiones internas con el fin de mitigar los efectos de la pobreza, el desempleo y el detrimento social y medioambiental. La Responsabilidad Social Corporativa forja entonces el escenario ideal donde la rentabilidad económica va de la mano con la preservación ambiental y la equidad social. Esta armonía parte una serie de acciones orientadas a generar negocios sustentables a través de estrategias administrativas que se apliquen de manera integral, convirtiéndose en políticas glocales¹ que satisfacen las necesidades de la población civil, corporativa y gubernamental.

¹ *Glocal*: neologismo resultante de globalización y localización. Según el autor de *Glocalización: tiempo-espacio y homogeneidad-heterogeneidad*. *Cansancio del Leviatán: problemas políticos de la mundialización*, R. Robertson, es empleado para expresar que lo local puede ser considerado como un aspecto de la globalización; refiriéndose de este modo a la interacción entre las dinámicas globales y locales. Término resumido en la famosa frase: "pensar globalmente y actuar localmente".

Las empresas se deben, a través de sus actividades, no solo a los accionistas, como establecía en primera instancia Friedman, sino también a la sociedad. Sin embargo, al inicio el enfoque era meramente comercial por lo cual se la empezó a conocer como marketing social, en donde la empresa mediante acciones filantrópicas promocionaba su marca. A ésta se la conoce como Responsabilidad Social Empresarial 1.0 o RSE 1.0. La Responsabilidad Social Corporativa 2.0 en su marco general establece que tanto las empresas como organizaciones estatales y no gubernamentales contribuyan voluntariamente al progreso a través de su gestión encaminando el impacto de la misma en favor de los grupos de interés denominados stakeholders. Es decir, las corporaciones al tomar los aspectos de orden social, económico y ambiental, dan paso a la Triple Cuenta de Resultados en la cual el gobierno, proveedores, empleados, clientes, competencia y entorno ambiental, de igual forma que los accionistas, tengan una visión amplia de la gestión corporativa sostenible y perciban sus beneficios.

Al mantener prácticas sostenibles, las empresas se apegan a estándares y normativas internacionales que parten del Global Reporting Initiative, GRI, utilizada como guía para el reporte de resultados y la medición de gestión organizacional. En este sentido las empresas elaboran Memorias de Sostenibilidad de manera anual basadas en los índices establecidos por el GRI, con el fin de rendir cuentas públicamente. Este reporte está alineado con los diez principios promovidos por el Pacto Global o Global Compact, que se refieren a derechos humanos, trabajo y ambiente. Por otro lado, para la auto-aplicación de RSE las empresas optan por los indicadores ETHOS que parten del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial (PLARSE), mismos que evalúan y miden la gestión corporativa. Además existen normas de apoyo como la ISO 26000 como Guía en Responsabilidad Social, ISO 9000 que es un conjunto de 5 Normas Internacionales de Estandarización sobre Gestión y Aseguramiento de la Calidad, estándares de desarrollo sostenible del Banco Mundial y de la Corporación Financiera Internacional, ISO 14000 sobre Gestión de Calidad, World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Así también, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) sugiere normas directrices para empresas multinacionales. De igual forma, la certificación SA8000 o Social Accountability International sobre RS abarca temas como el trabajo infantil,

trabajos forzados, salud y seguridad en el trabajo, libertad de asociación y derecho de negociación colectiva, discriminación, medidas disciplinarias, horario de trabajo, remuneración y sistemas de gestión.

En una encuesta chilena se refleja que el 74% de las pequeñas, medianas y grandes empresas consideraron que las prácticas de responsabilidad social empresarial son relevantes debido a las ventajas que representaban para su gestión. Específicamente, los beneficios comerciales se reflejan en la imagen pública, la reputación, el acceso a mercados globales, las ventas y fidelidad de los clientes. Además, se encamina al cumplimiento de requerimientos legales y las exigencias de los reguladores y entes fiscales. Así también, se cumple estándares en los aspectos laborales tales como el reclutamiento de personal capacitado y la retención de talentos; y finalmente en el ámbito financiero, se incrementa la confianza de accionistas y la calificación de riesgo, así como el acceso al financiamiento (SOFOFA, 2003).

En el caso de los países en vías de desarrollo la implementación de estas prácticas relacionadas con responsabilidad social corporativa tienden a tener más obstáculos que en países desarrollados. La poca acogida en América Latina, responde básicamente a las prioridades de cada país como los temas relacionados con la disminución de la pobreza y la educación que tienen mayor atención que el comercio justo, políticas verdes, defensa al consumidor, inversión responsable, entre otras. Es decir, la escasa institucionalización y formalización como sistemas o estándares no permiten desarrollar prácticas corporativas responsables. A pesar de ello, los países de la región que figuran dentro de esta tendencia sostenible son Argentina, Brasil y México (VISSER, 2009).

En el Ecuador, de acuerdo a estadísticas de Deloitte, el 84% del sector corporativo considera que la RSC es esencial para el futuro del negocio. Sin embargo, solo un 55% ha asumido su responsabilidad para con el medioambiente y la comunidad, implementando parcialmente políticas responsables (DELOITTE, 2012). En aras de promover estas políticas, el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha (GADPP) ha desarrollado el Reconocimiento General Rumiñahui para resaltar las gestiones de responsabilidad social corporativa de

empresas que operan al menos en un 30% en la ciudad de Quito. Toma en consideración las organizaciones de diferentes sectores y sin distinguir tamaños.

Las empresas como motor de desarrollo sostenible están vinculadas con los principios del Buen Vivir, así como también a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) ya que sus metas coinciden con las dimensiones de RSE que están ligadas con la libertad, la justicia y la dignidad de la sociedad y los stakeholders encaminadas al desarrollo social, económico y sostenible. Se ha definido metas nacionales que vayan de la mano con la realidad y recursos de cada país, a fin de alcanzar 8 Objetivos del Milenio planteados para el 2015. La comunidad internacional, en especial la Organización de Naciones Unidas, ha buscado que a esta iniciativa se sumen los esfuerzos del sector privado y la sociedad civil, mediante el Pacto Global y *Business Call to Action* (KINIGSBERG *et al.*, 2008).

Dentro de los ocho ODM, tanto el primero, séptimo como octavo objetivo se vinculan estrechamente con los resultados de mantener gestiones fieles a la responsabilidad social. Es decir, a través de los planteamientos de los Objetivos de Desarrollo se busca reducir a la mitad la proporción de personas con ingresos inferiores a un dólar diario, lograr el empleo pleno y productivo, así como el trabajo decente para todos, incluyendo a mujeres y jóvenes, reducir a la mitad el porcentaje de personas que padecen hambre, intención plasmada en el objetivo primero. Además, se intenta incorporar en las políticas y programas de cada país los principios de desarrollo sostenible y con ello disminuir la pérdida de biodiversidad, referente al objetivo séptimo. En el plano económico, la asociación mundial para el desarrollo, respecto a alianzas entre potencias y países pobres se tomará en consideración la necesidad de éstos últimos de poseer tecnología, medicamentos y puestos de trabajo enfocándose principalmente en el caso de los jóvenes mismo que se destaca a través del octavo objetivo (PNUD, 2012).

El presente trabajo investigativo está desarrollado en tres capítulos con el fin de profundizar sobre la situación local y la incidencia que tiene la adopción de políticas enmarcadas en Responsabilidad Social Corporativa y la repercusión de éstas en el cumplimiento de las metas nacionales planteadas en torno a los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Para esto, se estudiarán las iniciativas

internacionales y nacionales, además de tres casos de estudio para analizar los beneficios obtenidos por multinacionales, empresas nacionales grandes y Pymes de la ciudad de Quito reconocidas por sus Buenas Prácticas de RSC del periodo 2010 -2012, y su impacto en la consecución de las metas los Objetivos de Desarrollo del Milenio, ODM.

La presente investigación y su análisis serán realizados bajo la escuela de pensamiento del Desarrollo Sostenible (o Sustentable) a través del cual, según enfatiza Gro Harlem Brundtland, se procura satisfacer las necesidades presentes sin que las capacidades de las futuras generaciones para satisfacer las propias se vean comprometidas; priorizando el aumento y la generación de flujos óptimos del ingreso tomando en cuenta los costos sociales y ambientales, sin dejar a un lado el capital humano (ONU, 1987). Sin limitarse así únicamente al aspecto ambiental, ya que en el año 2000 Reed considera que esta teoría se centra en tres pilares fundamentales vinculados entre sí: economía, sociedad y medio ambiente (MESINO, 2007). Dado que las políticas de RSC abarcan los resultados e impacto de las inversiones responsables en sus dimensiones comerciales, filantrópicas y sustentables, tanto a nivel interno como externo, se denota la concordancia con los lineamientos del Desarrollo Sostenible que velan por conseguir armonía entre el desarrollo social, el crecimiento económico y el uso y conservación de recursos naturales.

En el Capítulo I se describe el tema de la Responsabilidad Corporativa partiendo por la evolución de su concepción, así como su definición y fundamentos. A continuación se tratará el impacto de las prácticas empresariales socialmente responsables por dimensiones, grupos de interés y los beneficios económicos, sociales y ambientales que genera; para finalmente analizar el panorama internacional a través de la expansión de RSC en países desarrollados y los organismos internacionales de promoción; así como las empresas que se destacan por políticas responsables.

En el Capítulo II se presenta a la Responsabilidad Social Corporativa en el contexto latinoamericano y su percepción, así como las iniciativas adoptadas en América Latina, los modelos regionales y la situación respecto a las pymes

latinoamericanas. Se trata también de la sostenibilidad empresarial en Ecuador mediante los organismos nacionales de control y promoción de RSC, los programas de evaluación de prácticas empresariales responsables y los reconocimientos a la gestión empresarial. Para así analizar las empresas sobresalientes en gestión sostenible en Quito tomando para ello a las multinacionales grandes, las empresas nacionales grandes y las pequeñas y medianas empresas nacionales con prácticas responsables.

En el Capítulo III se aborda el aporte de las empresas con responsabilidad social corporativa en los Objetivos de Desarrollo del Milenio, partiendo de la importancia del sector en los ODM y como éstos están relacionados con el Triple Bottom Line de las empresas socialmente responsables. Con ello, se analiza el rol del sector privado en la consecución del objetivo del milenio 1, 7 y 8, la situación de éstos en Ecuador y el impacto de las acciones de tres casos de estudio: Telefónica Movistar Ecuador (multinacional), Cervecería Nacional (empresa nacional grande) y Gráficas Paola (pequeña empresa nacional).

A través del estudio de estos temas se pretende analizar el impacto de las gestiones sostenibles de las empresas de Quito, que han sido reconocidas por sus Buenas Prácticas de RSC, en la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, con el fin de comprobar la siguiente hipótesis: La gestión empresarial estructurada de acuerdo a las Memorias de Sostenibilidad del GRI, incidiría positivamente en el panorama socio-económico de Quito, gracias a los beneficios que conlleva la aplicación de políticas de Responsabilidad Social Corporativa; y ésta inversión privada responsable representaría a su vez un aporte en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio compatibles con la Triple Cuenta de Resultados.

Los negocios responsables se expanden alrededor del mundo, en consecuencia los verdaderos líderes empresariales están conscientes de la necesidad de agregarle valor a sus organizaciones a través de un pensamiento que involucre tres dimensiones: social, ambiental y económico. A lo largo de estos años de estudio, muchos de los conocimientos adquiridos se enfocan en negocios y relaciones económicas a los que necesariamente confluyen temas de inversión

responsable, desarrollo económico, marketing, relaciones comerciales regionales y mundiales. Razones por las cuales el tema de investigación se encuadra en los lineamientos de la carrera.

CAPITULO I

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1.1. Generalidades

1.1.1. Evolución de la concepción de Responsabilidad Social Corporativa

A finales del siglo XIX, el rol de las empresas tuvo mayor impacto e importancia en la sociedad, desde entonces se ha acentuado la controversia sobre la responsabilidad que tienen las empresas en cuanto al desarrollo social y el medio ambiente. En primera instancia, los empresarios han delimitado su papel a la producción y comercialización de bienes y servicios, a la generación de puestos de trabajo, así como al cumplimiento de sus responsabilidades fiscales. Mientras, otras organizaciones tienen una visión más incluyente, haciendo que su alcance se extienda al compromiso con el bienestar social y económico, sin descuidar el aspecto ambiental. Es allí cuando surge el modelo de gestión basado en políticas de responsabilidad social empresarial (BID, 2011).

La concepción de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Empresarial (RSE) ha ido evolucionando en el tiempo debido al enfoque con el cual se lo ha manejado. Es así que a inicios de los años setenta se dejaba de lado las premisas de Friedman, que estimulaban a las empresas a responder únicamente a accionistas, para pasar a acciones empresariales filantrópicas, que pronto derivaron en marketing social, para responder ante la sociedad (MARTINEZ, 2005).

Para llegar a lo que hoy se conoce como responsabilidad empresarial se ha pasado por varias etapas. Basándose en un enfoque defensivo planteado por Visser, surge la Era de la Codicia que comprende un periodo delimitado entre el año 1972 hasta el 2008, donde se tenía amplia confianza en la mano invisible del mercado, se daba prioridad a los intereses de los accionistas y primaba la idea de privatizar las ganancias y socializar los costos. Entre los líderes de este periodo se destaca a Lehman Brothers, (VISSER, 2011) que siendo una firma multinacional de servicios financieros y que además ocupaba el cuarto puesto entre los bancos de inversión más importantes de Estados Unidos, se declaró en banca rota en el 2008 (BRIS, 2010).

Desde el enfoque caritativo, nace la Era de la Filantropía. Misma que se enmarca después de la crisis del 2008, donde empezó la tendencia en que las empresas a través de donaciones, administradas por fundaciones, brindaban apoyo a causas sociales o ambientales. Por otro lado, en la Era del Mercadeo se da un enfoque promocional, ya que las operaciones sostenibles o responsables usualmente vinculadas con temas ecológicos son consideradas como una oportunidad para realzar el nombre de la empresa, su reputación e imagen; es decir, se limita a las relaciones públicas. Mientras que en la Era de la Gestión, se tiene un enfoque estratégico. Las empresas tienden a implementar sistemas de gestión ambiental y social siempre y cuando éstas se relacionen de manera específica con su actividad; para ello, desarrollan políticas de RSC, establecen metas corporativas y programas, con lo cual se da paso a los procesos de auditoría y emisión de reportes. (VISSER, 2011).

Estos cuatro primeros periodos corresponden a la Responsabilidad Social Corporativa denominada 1.0 (DIAZ, 2012), que puede ser tomada como RSC primaria. Considerada por el profesor Visser como una responsabilidad periférica que se interesa únicamente por cumplir con los intereses de accionistas y la obtención de beneficios. Con un enfoque sistémico, radical o integral se puede alcanzar la RSC 2.0, o proactiva, en la Era de la Responsabilidad, misma que centra sus actividades en la identificación y eliminación de las causas de la actual insostenibilidad a través de modelos de negocios innovadores, procesos, productos y servicios revolucionarios; así como el impulso de políticas nacionales e internacionales progresistas. En otras palabras, las empresas cambian su estrategia para optimizar los resultados en el reto de combatir la problemática socio-ambiental. (VISSER, 2011).

La concepción del tema de responsabilidad empresarial, en la actualidad, varía de acuerdo al país en el que se aplique, pues el papel que se desempeña depende del contexto cultural y corporativo. Por ejemplo, mientras que la visión empresarial concibe las prácticas de RSC como una adopción voluntaria, para las organizaciones no gubernamentales esto representa un deber (DÓMINA, 2007).

1.1.2. Definición de Responsabilidad Social Corporativa

De manera general a la Responsabilidad Social Corporativa se la puede definir como una nueva forma de hacer negocios donde la empresa gestiona sus operaciones en forma sustentable; reconociendo los intereses de distintos públicos con los que se relaciona: accionistas, empleados, comunidad, proveedores, clientes; y que a su vez considera el medio ambiente y las generaciones futuras. Es decir, la Responsabilidad Social Corporativa implica un desarrollo equilibrado en tres grandes dimensiones: económica, ambiental y social (HEXAGON CONSULTORES, 2012).

Organismos e instituciones internacionales han presentado definiciones y consideraciones sobre el tema de RSC, a pesar de que no existe una oficial, éstas son tomadas como guías para las empresas tanto en su gestión como en la emisión de reportes de sostenibilidad. A continuación se presentan las opiniones más relevantes para la presente investigación. Por un lado, mediante el Libro Verde, la Comisión Europea considera que la RSC es *“la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”* (COMISIÓN EUROPEA, 2001:7) Y en su comunicación más actualizada sobre el tema, reafirma lo que las empresas deben hacer para mantener responsabilidad en las acciones que tienen impacto en la sociedad (EUROPA, 2011).

Para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) a través de su propuesta de Líneas Directrices para Empresas Multinacionales, toma a la RSC como la contribución que hacen las empresas multinacionales al desarrollo sostenible; garantizando así, el balance entre los objetivos sociales, económicos y ambientales (BENBENISTE, 2002). Así también, para el Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD, World Business Council on Sustainable Development) la RSC es el *“compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida”* (WBCSD, 2000:10).

Por otro lado, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) durante el Foro Económico Mundial de Davos celebrado en 1991, promovió el Pacto Mundial

o Global Compact con el fin de promover los diez principios que debe mantener una empresa responsable (BENBENISTE, 2002); y a pesar de que no emite una definición, se considera a estos principios en sí como un delinear de la misma. El grupo de trabajo a cargo de la formulación de la ISO 26000, considera que la RS es precisamente la:

Responsabilidad de una organización respecto de los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

- *Que sea coherente con el desarrollo sostenible incluyendo el bienestar general de la sociedad;*
- *Considere las expectativas de sus partes interesadas; [...]*
- *Y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones. (ISO, 2010:4)*

En una publicación del Centro Mexicano para la Filantropía, CEMEFI, su autor coincide con las definiciones antes mencionadas, y además establece que RSE es “una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad” (CAJIGA, 2012:2).

Uno de los conferencistas más destacados en este tema, el Dr. Wayne Visser define de forma diferente a la RSC, quien en una entrevista para la revista dominicana Gestión expresó que:

Las siglas RSC representan Responsabilidad y Sostenibilidad Corporativa, en vez de Responsabilidad Social Corporativa. Mi definición es la siguiente: la RSC es la manera en la cual las empresas consistentemente crean valor compartido en la sociedad a través del desarrollo económico, el buen gobierno, la receptividad de los stakeholders o grupos de interés y el mejoramiento del ambiente. La RSC es un enfoque integrado y sistémico que crea y construye, en lugar de erosionar y destruir el capital económico, social, humano y natural. (DÍAZ, 2012:1)

En la misma entrevista la consultora Dra. Kellie Mc Elhaney añadió que:

La RSC no es acerca de cómo las empresas gastan el dinero que producen, sino acerca de cómo producen el dinero que gastan. [...] Yo utilizo el término “sostenibilidad” como sinónimo de la RSC, refiriéndome al mismo tiempo no solo a la sostenibilidad ambiental, sino también a la social y económica. (DÍAZ, 2012:4)

Cabe resaltar que la RSC, debido a su no obligatoriedad, opera como un complemento del marco legislativo respecto a derechos sociales y ambientales. Además, como se menciona en el Libro Verde, es importante que todo tipo de

empresa desde las microempresas, las PYMEs hasta las multinacionales, desarrollen prácticas socialmente responsables, con una mayor sensibilización y difusión, por su contribución económica (COMISIÓN EUROPEA, 2001).

En nuestro país una de las entidades más destacadas en este tema es el Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social (CERES) que considera a la RS como un mecanismo de gestión como respuesta ante las acciones empresariales; es decir, *“las organizaciones son socialmente responsables cuando adquieren un compromiso con el desarrollo social, político y económico de su ambiente, en los contextos internos y externos de sus actos”* (ABREU y BADII, 2007:64). Compromiso que se vuelve necesario ya que, como lo manifiesta la Coordinadora de Desarrollo Corporativo de CERES, *“el empeño por maximizar el beneficio financiero, causó que los pilares sociales y ambientales queden en segundo plano, en consecuencia, las brechas de distribución de riqueza son cada vez mayores.”* (VÁSQUEZ, 2012: 62)

1.1.3. Fundamentos de RSC

El Instituto de Responsabilidad Social Empresarial del Ecuador (IRSE) considera que la RSC tiene 5 vértices o fundamentos: Valores y principios, Guía ISO 26000 de Responsabilidad Social, Objetivos de Desarrollo del Milenio, Principios del Pacto Global y la Norma SGE 21 como certificación en Gestión Ética y Socialmente Responsable. En cuanto a los valores, éstos están enmarcados en la verdad, justicia y libertad. Mientras que los principios se refieren a la subsidiariedad, solidaridad, bien común y dignidad humana que son considerados el pilar y esencia misma de la RS. A continuación se describe brevemente los Objetivos del Milenio y los Principios del Pacto Global que al nacer en el seno de la ONU representan consensos mundiales; así también sobre la Norma ISO 26000 junto con el Sistema SGE 21 y el Global Reporting Initiative que delinean la forma en la que se llega a las prácticas empresariales socialmente responsables (IRSE, 2012).

Objetivos del Milenio

La RSC va de la mano con este compromiso pactado en el año 2000 entre las naciones, en el cual se incluye a Ecuador, mismo que busca erradicar la pobreza extrema y el hambre, brindar educación básica para todos, promover la

igualdad de oportunidades para el hombre y la mujer, reducir la mortalidad infantil, mejorar la salud en la maternidad, avanzar en la lucha contra el VIH y otras enfermedades de transmisión sexual, asegurar un ambiente sano y seguro, y lograr una sociedad global para el desarrollo (IRSE, 2012).

Principios del Pacto Global

En el 2000, se propuso a los empresarios seguir los principios (ver ANEXO A) que respetan los derechos humanos y laborales, promueven la protección al medio ambiente y anticorrupción (GLOBAL COMPACT, 2012)

Norma ISO 26000 y SGE 21

La norma internacional ISO 26000, no obligatoria, fue actualizada en el 2010, tras seis años de trabajo se definió un documento en el que se establece una guía para las empresas u organismos tanto públicos y privados sobre el desarrollo de un sistema de gestión basado en Responsabilidad Social (ISO, 2010). En él se trata siete temas principales: gobierno de la organización, derechos humanos, relaciones y condiciones de trabajo, medio ambiente, prácticas acorde a la legislación, consumidores y comunidades y desarrollo local (FORETICA, 2013).

La orientación que brinda este estándar está dirigida a la contribución empresarial y cómo se deben poner en práctica los principios éticos que a su vez tengan concordancia con el desarrollo sostenible y el bienestar de la comunidad (ARGANDOÑA, ISEA, 2011). Por otro lado, el estándar europeo SGE 21 propuesto en el año 2005, funciona como una certificación en Gestión Ética y socialmente Responsable, basado en nueve áreas de gestión: Alta Dirección, clientes, Proveedores, RRHH, Entorno Social, Entorno Ambiental, Inversores, Competencia y Administraciones Públicas (FORÉTICA, 2006).

Global Reporting Initiative

El Global Reporting Initiative (GRI) o Iniciativa de Reporte Global es una organización sin fines de lucro que promueve la implementación del *Triple Bottom*

*Line*² a través de su Guía para elaboración de informes llamados Memorias de sostenibilidad que cuenta con indicadores y protocolos propios y se basan en cuatro principios: la materialidad, la participación de los grupos de interés, el contexto de sostenibilidad y la exhaustividad (GLOBAL REPORTING INITIATIVE, 2012). Para garantizar el éxito de estos reportes la información corporativa deberá mantener siempre el equilibrio, comparabilidad, precisión, periodicidad, claridad y fiabilidad (ETICAGRO, 2007).

Además de los fundamentos mencionados, se puede señalar que el alcance de la RSC es resultante de la combinación de los sistemas de gestión más utilizados a nivel empresarial, relacionándose así con normas o estándares que a su vez velan por los intereses de stakeholders en particular de:

- Empleados – SA 8000 sobre Condiciones Laborales, así como la OHSAS 18001 sobre Prevención de Riesgos Laborales
- Clientes – ISO 9000 sobre Calidad
- Medio Ambiente – ISO 14000 sobre Gestión Ambiental
- Accionistas, Proveedores, Gobierno, etc. – AA 1000 sobre Dialogo con los stakeholders
- Sociedad y Comunidad – GRI a través de su Comunicación de Resultados, y como se mencionó anteriormente la ISO 26000 sobre Responsabilidad Social.

1.2. Impacto de las prácticas empresariales socialmente responsables

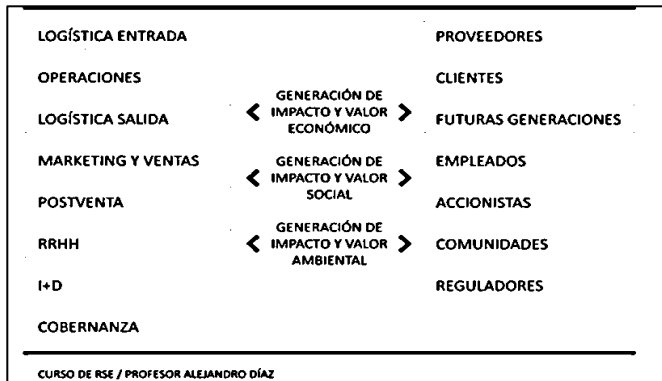
1.2.1. Dimensiones de la RSC

El tema de la Responsabilidad Social Empresarial se enfoca, como se ha mencionado anteriormente, en que a través de la actividad diaria se genere valor para la empresa y a su vez para la sociedad. En la práctica, tiene que ver con las relaciones entre los Stakeholders (grupos de interés), la cadena de valor y el desarrollo sostenible como meta. Es por ello que a lo largo de la historia se han propuesto diferentes modelos de gestión, la siguiente ilustración realizada por

² *Triple Bottom Line*: Cuenta de Triple Resultado o Línea de Triple Balance. Término usado para hacer referencia al desempeño de una empresa en las dimensiones: económica, social y medioambiental (ver sección 3.1.3.)

ACCION RSE en su revisión de casos en Chile y el Mundo, plantea que cada proceso llevado a cabo a lo largo de la cadena de valor propuesta por Porter y Kramet en el 2006, conlleva un triple impacto; es decir en el aspecto económico, social y ambiental, sobre los grupos de interés (ACCIÓN RSE, 2010).

CUADRO 1
MODELO DE GESTIÓN DE RSE



Fuente: Acción RSE
Elaborado por: Acción RSE

Dimensión Interna

La Responsabilidad Social Corporativa interna engloba lo que se refiere a gobierno corporativo, empleados y clima laboral, así como accionistas (FORETICA, 2012). En cuanto a lo económico, se busca la sostenibilidad de los negocios de la empresa basándose en los principios de la RSC y de acuerdo a las exigencias del mercado se centra principalmente en la generación de valor agregado entre colaboradores y accionistas. Respecto a lo social, se enfoca en garantizar la calidad de vida y el desarrollo integral concebidos a partir de la corresponsabilidad de inversionistas, directivos, colaboradores así como proveedores. Así como la responsabilidad en los procesos de producción y sus efectos en el plano ecológico (CAJIGA, 2012).

Dimensión Externa

En esta dimensión, existen dos niveles: el primero compuesto por los clientes, proveedores, administraciones y mercado; mientras que el segundo tiene que ver con lo referente a desarrollo, derechos humanos y laborales, impacto

medioambiental global y medios de comunicación. La empresa a través de su gestión debe velar por la consecución de planes económicos nacionales, y a la vez generar servicios rentables para la sociedad. De igual manera, debe fortalecer el espíritu empresarial y el entorno del mercado sin descuidar el desarrollo social. La preocupación por la conservación de recursos ambientales para la actual y futuras generaciones es promovida mediante programas específicos (FORETICA, 2012).

1.2.2. Grupos de interés de la RSC

Debido a su naturaleza integral, la RSC tiene ocho niveles de acción, mismos que conforman los grupos de interés o stakeholders de la empresa: el medio ambiente, el Estado, la comunidad y sociedad, los clientes y consumidores, los proveedores, la competencia, los empleados y los accionistas. (CORPORACIÓN FENALCO SOLIDARIO, 2012).

CUADRO 2
GRUPOS DE INTERÉS DE RSC



Fuente: HEXAGON Consultores
Elaborado por: Gabriela Erreis Durán

Empleados

Abarca a directivos y no directivos, los trabajadores con contrato laboral y aquellos que son intermediarios; que generalmente tienen representación sindical (REYNO, 2006). Considerando una política de RSC, se reafirma que el factor humano es la base del éxito y sostenibilidad de toda empresa ya que está en su labor diaria

el materializar las estrategias delineadas así como los objetivos corporativos. Por ello, el trato que se le dé al personal repercutirá en los resultados de la actividad empresarial. Mediante la gestión responsable se promueve la inversión en recursos humanos, salud y seguridad ocupacional, igualdad de género, de oportunidades y diversidad en la contratación y el trato, métodos de conciliación y capacitación para el desarrollo profesional y personal (DE MIGUEL, 2011).

Accionistas

Considerando dentro de este grupo a aquellos con participación dominante, minoritaria, individual o institucional en la empresa (REYNO, 2006). Los accionistas esperan que a través de las inversiones y negocios responsables su dinero genere frutos y con muy poco riesgo (CEPAL, 2008).

Medio Ambiente

A más de los recursos naturales renovables y no renovables, se incluyen dentro de esta categorización al patrimonio cultural y artístico (REYNO, 2006). Tal como establecen las nociones de RSC, las acciones empresariales no deben comprometer los recursos naturales ya que se pone en riesgo el equilibrio del ecosistema. Por ello se propone un modelo orientado al crecimiento económico ecológicamente sostenible a través del uso de tecnologías limpias que minimicen el impacto de las actividades de las empresas (FORETICA, 2012).

A través de políticas empresariales enmarcadas en responsabilidad social corporativa, se exige un control en el consumo de recursos, la generación de gases contaminantes, entre otros. Por ello se espera lograr sostenibilidad ambiental y económica a través de la integración de ésta preocupación en los procesos de producción, para así lograr la disminución de su impacto en el medio ambiente. Así también, mediante el cumplimiento de las regulaciones existentes, la implementación de certificaciones como la Etiquetas Ecológica (Eco-label) en el caso de la Unión Europea, la ISO 14001, el sometimiento a estudios de impacto ambiental y auditorías verdes. Se apuesta por la inversión en el tratamiento de desechos ya que la prevención, a pesar de representar un gasto sustancial, es

menor al monto que se debería invertir para recuperar la imagen de la compañía ante el interés público, en caso de ser afectada por sus propias acciones tras haber ocasionado daños a la salud humana, la flora, fauna y otros recursos (DE MIGUEL, 2011).

Estado y administraciones públicas

Además del papel intrínseco del gobierno, se toman dentro de esta clasificación a administraciones públicas, comunidades autónomas y locales encargadas del modelamiento del marco jurídico (REYNO, 2006). Las empresas a través de alianzas con entidades estatales promueven iniciativas y proyectos en las zonas donde operan, además es aquí precisamente donde son fuentes generadoras de empleo y riqueza. Es por ello que las Administraciones públicas promueven la incorporación de principios de igualdad de oportunidades en la contratación tomando en cuenta a los colectivos desfavorecidos (DE MIGUEL, 2011).

La RSC promueve principalmente una política de fiscalidad en la cual se cumpla con las leyes; es decir el pago puntual de impuestos para evitar la morosidad y la evasión fiscal. Se supone también la aplicación de esta política en la contratación de proveedores que cumplan con esta legislación. De igual manera, alienta a las empresas a colaborar con el Gobierno en la lucha contra la corrupción, a través del control y sanción de actos ilícitos de los empleados. Además, incita el cumplimiento de contratos, la participación en iniciativas públicas vinculadas con la sostenibilidad y RSC, como es el caso del Plan de Acción (Agenda 21) que llevan a cabo los estados para cumplir con los objetivos establecidos en la Cumbre de la Tierra, y el seguimiento del impacto empresarial en el medio ambiente; es decir, que en la adjudicación de contratos públicos se de relevancia a las organización que emplean métodos y procedimientos de producción amigables con el ecosistema: uso eficiente de recursos naturales, gestión responsable de residuos, utilización de materiales reciclados y ecológicos, entre otros (DE MIGUEL, 2011).

Comunidad y Sociedad

Se refiere a las entidades públicas o privadas locales, organizaciones y público en general que influye indirectamente en las actividades de la empresa, y viceversa (REYNO, 2006). El área inmediata donde opera la empresa comprende un entorno afectado, tanto de manera positiva como negativa, por las operaciones propias de la misma como son: mayores niveles de contaminación ambiental y acústica, oscilación del avalúo, afectación a la salud, detrimento del paisaje, entre otros. Mismos que son compensados mediante acuerdos de mejora de las vías de acceso, fuentes de trabajo y desarrollo, y otros tipos de convenios que buscan solventar las necesidades de la colectividad (FORETICA, 2012).

Dentro del compromiso que asume la empresa al incorporar políticas responsables, es mantener un diálogo permanente con la comunidad, es decir con las autoridades locales, las asociaciones, centros educativos y por supuesto medios de comunicación. De esta manera establecerá un vínculo que lo conllevará al conocimiento integral de sus necesidades y los acuerdos serán cumplidos de forma más eficiente. Es así, que a través de un diagnóstico se podrá identificar los colectivos específicos a los cuales se puede dar preferencia en la contratación y subcontratación; así como, la cooperación con los colectivos estratégicos para enriquecer los proyectos sociales que tenga la organización (DE MIGUEL, 2011). Otras acciones concretas son:

- Las compras solidarias y la priorización de proveedores locales.
- El patrocinio y difusión de actividades culturales, deportivas o de otra índole que desarrolle la comunidad.
- Las donaciones económicas y en especie a entidades no lucrativas.
- El financiamiento de investigaciones
- El marketing con causa para recaudar fondos a favor de una causa social, que esté relacionada con la actividad de la empresa
- El involucramiento del personal de la empresa en actividades que favorezcan a la sociedad, llamado voluntariado corporativo (DE MIGUEL, 2011).

Clientes

El target mismo de la empresa, quienes se benefician de los productos o servicios generados (REYNO, 2006). La empresa debe mantener el diálogo con los consumidores guiándose por los principios de calidad, servicio y protección de públicos vulnerables. Como parte de su gestión responsable: principios éticos en lo referente a la publicidad y marketing, así como el respeto a los derechos y normas establecidas por las legislaciones y asociaciones civiles (FORETICA, 2012).

Por ello, mediante la gestión responsable se promueve que el nivel de calidad del producto o servicio que el consumidor espera tenga coherencia con el precio a pagar y satisfaga sus intereses y expectativas sin comprometer su salud. Además, la calidad en la atención que recibe en los puntos de venta abarca el trato eficiente y cordial del personal en la asesoría al momento de adquirir el bien o servicio, el respeto a la privacidad del consumidor, la postventa y de la manera diligente en que se manejen los reclamos; así como también las facilidades y ubicación del establecimiento. También se debe brindar la información requerida por el cliente, tanto ventajas como limitaciones del bien o servicio. Se debe procurar que tanto la publicidad como cualquier práctica de promoción cumpla con normas legales y leales. Finalmente, conjuntamente con el manejo responsable de desechos, las acciones empresariales deben estar alineadas a la promoción del reciclaje o reutilización de productos y el consumo sostenible (SCHWALB, 2011).

En síntesis, la empresa debería tomar ciertos puntos fundamentales como parte de su estrategia para desarrollarlas como políticas de RSC, además de los mencionados, los canales de comunicación son una herramienta indispensable para poder conocer el grado de satisfacción que el cliente presenta en relación a los productos o servicios ofertados y contratados; por ello, éstos deben ser abiertos y eficientes. En el caso de existir reclamos por parte del cliente se debe someter a arbitraje o mediación (DE MIGUEL, 2011).

Proveedores

Entes que sin pertenecer a la empresa prestan sus servicios o productos

para la consecución de las actividades de la empresa (REYNO, 2006). Las cadenas de operaciones de aprovisionamiento suponen uno de los más importantes puntos de la RSC ya que contempla el respeto a las condiciones laborales, enfatizando en la problemática sobre explotación infantil. En la elección de proveedores se debe mantener la misma línea de ideales; así, se establece lealtad entre los proveedores y la empresa promoviendo la estabilidad y continuidad con los negocios (FORETICA, 2012).

Por ser una de las partes centrales en el proceso, se destaca el papel tanto de la empresa en la búsqueda de proveedores, así como en el rol mismo de los distribuidores. En ambos casos, la RSC da prioridad a la contratación local siempre que se cumplan los códigos de ética y se implementen sistemas de gestión adecuados; por tanto, la política de compras se rige sobre una base ambiental promoviendo el comercio justo y la adquisición de bienes amigables con el planeta (DE MIGUEL, 2011).

Competidores

Dentro del sector de actividad, existen otras empresas que ofrecen productos o servicios similares, y con las cuales a fin de tener un mejor aprovechamiento del mercado se realizan alianzas (REYNO, 2006). De acuerdo al derecho mercantil y la ética comercial, en los negocios se debe mantener los principios de competencia leal y la buena fe, para así no caer en fraudes, por ejemplo haciendo uso de información privilegiada (FORETICA, 2012).

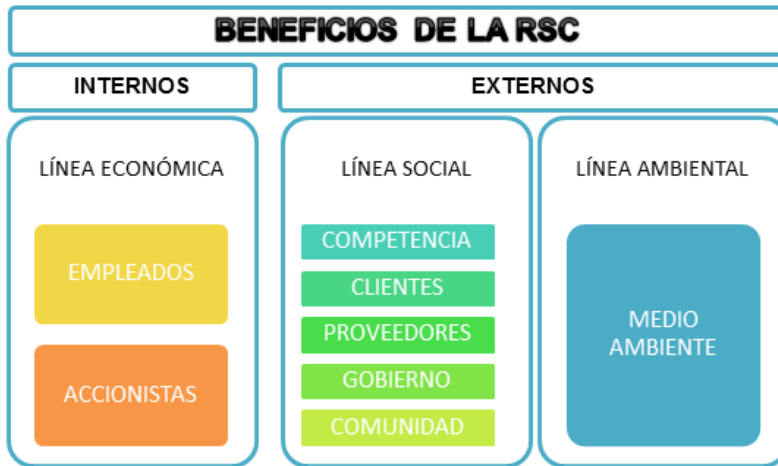
La RSC favorece al ejercicio de la libre competencia, direccionándola de una manera leal e incluso cooperativa ya que en conjunto se pueden satisfacer estratégicamente las necesidades del mercado desatendidas aprovechando oportunidades comerciales, generando mayor innovación, menos costes y consentimiento justo de precios que no afecten la calidad del producto o servicio ofertado ni la remuneración salarial de sus nóminas. Además, manteniendo esta línea de gestión responsable, el prestigio y credibilidad de la empresa, así como la posibilidad de ingresar en nuevos mercados aumentan (DE MIGUEL, 2011).

1.2.3. Beneficios de la gestión empresarial responsable

Toda empresa se plantea como meta principal la generación de utilidades; así como, su crecimiento y permanencia en el mercado. Con el fin de cumplir con esta premisa, se desarrollan todo tipo de estrategias a nivel interno y externo tanto en lo que se refiere a marketing, producción y otras áreas de interés en las que se desee invertir de acuerdo a las necesidades. Lo que muchos empresarios no comparten es que a través de la incorporación de un modelo de gestión basado en RSC se puede generar de manera paralela beneficios, entre otros, económicos para la organización. De acuerdo a la encuesta realizada en el 2005 por The Economist, el 42% de empresarios consideran que los costos son un obstáculo para la implementación de RSE, mientras que el 40% opinan que es la comprobación de sus beneficios (ACCION RSE, 2010).

Son considerados beneficios tangibles aquellos que pueden ser medidos, tales como las ventajas que se dan en el aspecto legal, laboral, comercial, financiero y ambiental; y por otro lado están los intangibles (REYNO, 2006). Se debe partir entonces de la idea de que la Responsabilidad Social Corporativa no debe ser tomada como un gasto, sino una inversión ya que genera beneficios a corto y largo plazo, derivados de mantener políticas responsables en la empresa. Así como las acciones de RSC se llevan a cabo en el plano interno y externo, sus beneficios se generan en los mismos niveles. Es decir, la empresa a través de su gestión responsable para con los empleados, genera un clima laboral y productivo de calidad, considerándose éste como un beneficio interno. Si además ha llevado a cabo proyectos sociales que beneficien a la comunidad, los niveles de credibilidad y mejora de imagen constituyen entonces beneficios externos. Por tanto, la clasificación de los beneficios empresariales presentados a continuación tomará en cuenta los aspectos económicos, sociales y ambientales; vinculados con su repercusión en los grupos de interés internos y externos.

CUADRO 3
 BENEFICIOS INTERNOS Y EXTERNOS DE LA RSC EN LA EMPRESA



Fuente: REYNO
 Elaborado por: Gabriela Erreis Durán

Beneficios económicos:

Ventajas Laborales

Al ofrecer mejores condiciones laborales y un clima adecuado para el crecimiento, los trabajadores y directivos se sienten más motivados para realizar sus actividades y cumplir con sus responsabilidades denotándose un mayor compromiso de la nómina y mejora del aprendizaje organizacional. Todo esto genera que la gestión interna empresarial sea mejor, se dé un incremento de la productividad e innovación, y por ende de la reputación de la empresa; con ello, se da una mejor convocatoria y retención de talentos, evitando la rotación del personal (DE MIGUEL, 2011). Por los beneficios que reciben los empleados, se da una considerable disminución en cuanto a las paralizaciones laborales que a su vez repercuten en la disminución de conflictos con los stakeholders, y con ello los costos de seguridad. Resumiéndose esto en relaciones estables con los empleados y accionistas, así como proveedores y competencia. (DÓMINA, 2007).

Ventajas Comerciales

El mantener estrategias responsables en los negocios representa valor agregado, y como tal éste genera una ventaja competitiva ante otras empresas

(CAJIGA, 2012). Además, muestra mayor competitividad al tener un mejor conocimiento del mercado; con ello se logra la diferenciación de la marca y su reputación es reconocida. Al incursionar en negocios verdes o inclusivos, tiene mayor oportunidad de encontrar nuevos nichos de mercado (ACCIÓN RSE, 2011). El incremento en el valor de las acciones debido a la sostenibilidad del negocio es el principal beneficio para los accionistas (GUÉDEZ, 2012).

Ventajas Financieras

Basándose en los resultados de varios estudios realizados por diferentes instituciones se determinó que las empresas muestran un desempeño financiero positivo al mantener prácticas socialmente responsables. Es así que, mediante el estudio de Business and Society Review de 1999, el compromiso ético de la empresa es tomado como valor agregado en el mercado y por lo tanto las empresas que han hecho público tal alineamiento muestran un desempeño financiero tres veces mayor ante las organizaciones que aún no mantienen esta línea de acción (ACCIÓN EMPRESARIAL, 2003).

Beneficios Sociales:

Ventajas competitivas

Las políticas responsables que desarrolla la empresa para con los clientes contribuye en las relaciones con los mismos, por tanto la fidelidad de la clientela se incrementa; así como, el conocimiento de la organización sobre el mercado lo cual representa para la empresa una ventaja esencial ya que se puede anticipar a los cambios y requerimientos, traducidos en ventajas competitivas. Además, ya que el número de clientes aumenta, la producción es estable y rentable. En tanto que los consumidores se benefician de la calidad, innovación y precio justo de los bienes y servicios ofrecidos (GUÉDEZ, 2012). Las ventajas de mantener relaciones estables y fluidas con los proveedores se enmarcan generalmente en asociaciones y contratos a largo plazo, con lo cual se da una reducción de costes en los procesos de producción y una mayor innovación y respuesta a las demandas del mercado (DE MIGUEL, 2011).

Una vez que se dan acuerdos empresariales de colaboración con la competencia, es factible acudir a ellas en situaciones en las que la empresa por sí sola no pueda responder, y aprovechando este flujo de información se puede generar innovación y tener acceso a mejores contratos, se reducen costes y se diversifica el negocio. La introducción en nuevos mercados incrementa el prestigio y credibilidad de la empresa frente a los consumidores y el gobierno. Por esta razón, en los concursos públicos y licitaciones, se da preferencia en la participación a las empresas con RSC. La buena relación con las administraciones públicas, permite a la empresa tener conocimiento de la legislación habilitando la adaptación a cambios o exigencias legales sobre los diversos sectores de actividad con anticipación. Asimismo, el gobierno se convierte en un apoyo en situaciones difíciles o delicadas para reducir tensiones y prevenir riesgos (DE MIGUEL, 2011), beneficiándose mutuamente, dándose una corresponsabilidad; y a su vez, estas alianzas se traducen en economías de escala (GUÉDEZ, 2012).

Ventajas reflejadas en el nivel de vida

Gracias a las capacitaciones que realiza la empresa para con sus empleados, a nivel de comunidad también se evidencia el crecimiento personal y el desarrollo de habilidades de los trabajadores; además, el ambiente de trabajo propicio y la seguridad generan menores niveles de estrés y un mejor estilo de vida de los empleados. Quienes, por esta satisfacción, desarrollan un compromiso con la organización, un mayor sentido de pertenencia (GUÉDEZ, 2012). A nivel local, la imagen corporativa mejora, y representa mayor peso y relevancia social, lo que conlleva a una diferenciación frente a la competencia, reforzando su posición en el mercado (DE MIGUEL, 2011).

Otras Ventajas

Las empresas que dentro de la comunidad, auspician investigaciones o programas sociales solidarios, puede desgravar en su declaración, el monto del desembolso realizado a favor de la sociedad, ya que este tipo de patrocinios se realizan sin ánimo de lucro. Mientras que la sociedad se beneficia de los resultados y efectos derivados de estos proyectos. Debido a que la empresa

asume un compromiso con la comunidad y sus acciones son más responsables, se reducen las denuncias por malas prácticas empresariales. Y con ello, la disminución de costos en marketing para limpiar la imagen de la empresa. Esto a su vez tiene repercusión en los medios de comunicación locales, generando así una participación mayor en el mercado, que sin duda se traducirá en incremento de ventas (GUÉDEZ, 2012).

Beneficios Ambientales:

Ventajas ecológicas

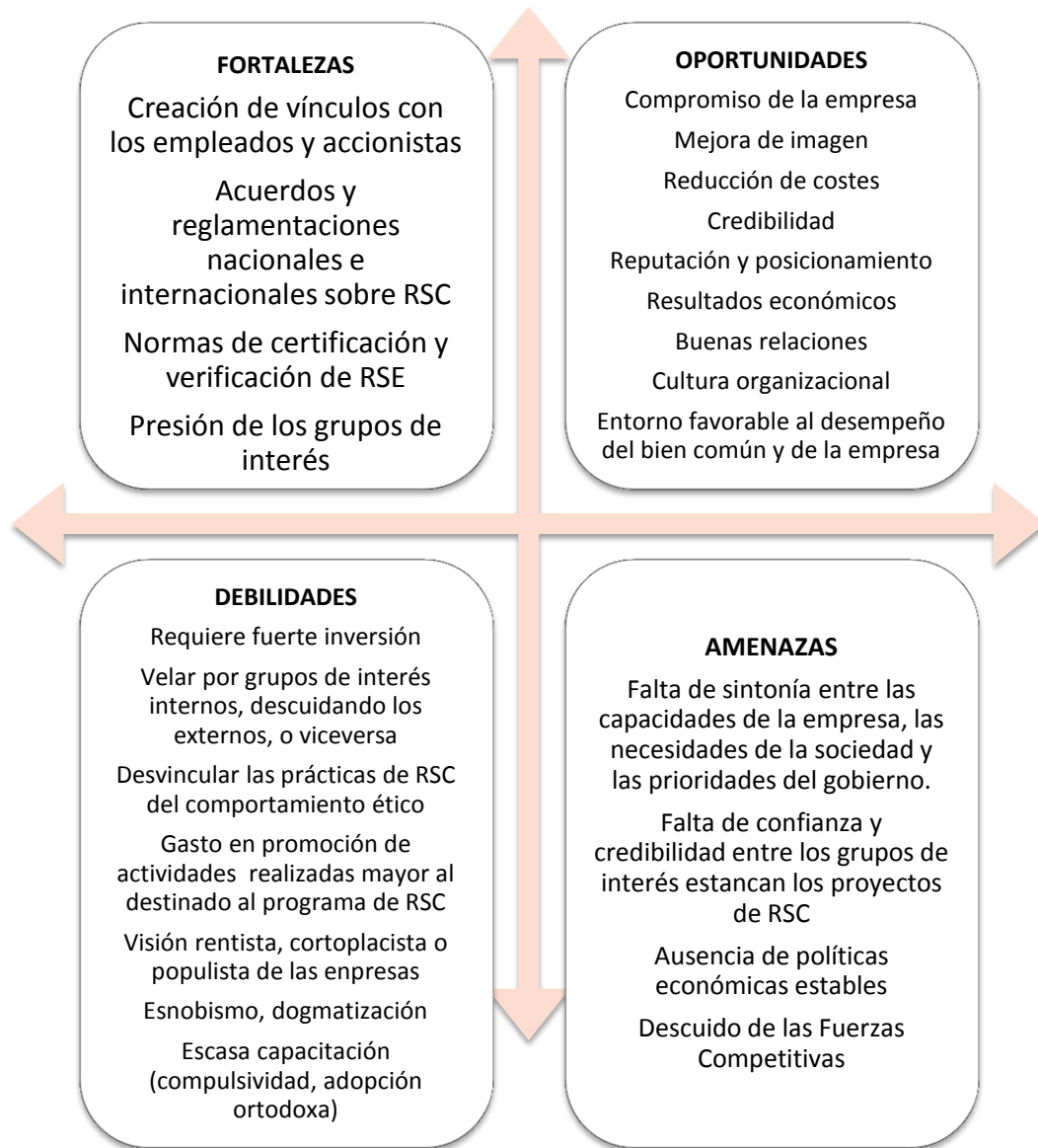
Una empresa que desarrolla políticas amigables con el medio ambiente, presenta un ahorro en los costes por consumo responsable de energía, agua y otros recursos. Además, al cumplir con exigencias de calidad, y sellos verdes, tiene mayores oportunidades de internacionalización ya que se puede alinear con los requerimientos ambientales de exportación. Debido a que el accionar de la empresa no descuida la protección del entorno, se le otorgan beneficios fiscales, así como mayores oportunidades de ganar contratos con grandes empresas que priorizan la RSC (DE MIGUEL, 2011:27).

Al mantener buenas relaciones con la comunidad y el gobierno gracias a un comportamiento ambiental responsable y la publicación de sus progresos, mejora su imagen, aumenta la credibilidad, y por lo tanto tiene *“mayor capacidad de atracción y retención del talento, pues las personas prefieren trabajar en empresas ecológicamente responsables.”* (DE MIGUEL, 2011:27)

Sin embargo, tras revisión literaria se encontraron muchos desacuerdos en lo que se refiere a las ventajas de la responsabilidad social empresarial; por ello, cabe resaltar que la RSC no es una ciencia, por tanto los resultados de mantener prácticas responsables de acuerdo a 167 estudios realizados para la publicación para el Fondo Multilateral de Inversiones del BID, titulada “La responsabilidad social de la empresa en América Latina”, no se muestran estadísticas concluyentes sobre la relación positiva o negativa entre la rentabilidad y la responsabilidad. Por lo tanto, no se puede establecer como una regla general si partiendo de una gestión responsable se llega a ser rentable (BID, 2011).

Del análisis FODA de la Responsabilidad Social Corporativa presentado a continuación cabe recalcar que tanto las fortalezas como oportunidades generadas de ésta práctica, no son independientes a la gestión de la empresa, en realidad se relacionan estrechamente con el liderazgo, las actividades diarias, la realidad del entorno, los resultados en el tiempo; y de la misma forma ocurre con las amenazas y debilidades.

CUADRO 4
ANÁLISIS FODA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



Fuente: Guédez, Victor. *Dudas que rodean a la RSE*
 Elaborado por: Gabriela Erreis Durán

1.3. Panorama internacional

1.3.1. Expansión de la RSC en países desarrollados

La Responsabilidad Social Corporativa se ha expandido a lo largo del mundo debido a los acuerdos asumidos por las empresas a través del Pacto Mundial de la ONU desde 1999, donde se han comprometido voluntariamente a perseguir los principios en favor de los derechos humanos, laborales, ambientales y contra la corrupción; sin embargo, su aplicación es diferente ya que se ajusta a la realidad de cada empresa y a la situación específica de cada país (GERRALDA, 2008).

En Europa, la tendencia de negocios responsables se evidencia en las grandes empresas, y una ligera incursión de las pequeñas y medianas organizaciones que están siguiendo el ciclo de innovación, o bien una corriente de marketing (GERRALDA, 2008). De acuerdo a una encuesta realizada en el año 2000, el 70% de los consumidores de 12 países europeos consideran importante que las empresas tengan políticas de RSC (LAZZARINI, 2000).

En América del Norte, principalmente Estados Unidos, el número de empresas suscritas al Pacto Mundial o Global son menores a las cifras de Europa. Para las organizaciones americanas, el motivo para adoptar RSC está ligado básicamente a la sustentabilidad frente al cambio climático; por ello, las industrias con mayores índices de inversión responsable son las aseguradoras, inmobiliarias y parques de ocio (GERRALDA, 2008). En el estudio mencionado anteriormente, se destaca que el 50% de los norteamericanos ha premiado el comportamiento empresarial, mientras que el 42% penaliza el accionar socialmente irresponsable (TRIMBOLI, 2005).

Deloitte realizó un análisis entre el año 2009 y 2010 en el cual participaron 48 grandes organizaciones a nivel mundial, de diversos sectores, y se conoció que 45 de estas corporaciones toman como un tema prioritario en su gestión la RSC, como una estrategia de negocios a través de los procesos de manufactura (REVISTA EKOS NEGOCIOS, 2012).

1.3.2. Organismos internacionales promotores de RSC

Alrededor del mundo se ha ido generando la necesidad de contar con iniciativas internacionales de control y promoción de esta corriente de sostenibilidad. Estas iniciativas son sin duda el motor de la Responsabilidad Social Corporativa, ya que abarcan los intereses a nivel mundial, tal es el caso del Pacto Global que actualmente reúne 140 países a través de 7000 adhesiones corporativas (ONU, 2012).

CUADRO 5
INICIATIVAS INTERNACIONALES EN RSC

ORGANIZACIÓN	CONFORMACIÓN	ACCIONES VINCULADAS A RSC
Organización De Las Naciones Unidas (ONU)	193 países miembros	Pacto Global con 10 Principios de conducta y acción (2006) Programa de Investigación sobre RSE Principios para la Inversión Responsable
Banco Mundial (BM)	186 países	Programa sobre RSE y Competitividad Sostenible Oficina de Prácticas de RSE del Dpto. de Servicios de Asesoría del Sector Privado
Business in the Community (BiTC) - CSR 360	120 organizaciones independientes de 64 países	Global Partner Network
Organización Internacional De Normalización (ISO)	165 países	Normas voluntarias: ISO 26000 sobre Responsabilidad Social, ISO 14001, ISO 9001
Organización Para La Cooperación Y El Desarrollo Económico (OCDE)	34 Estados	Líneas Directrices para Empresas Multinacionales en la promoción de RSE
Organización Internacional del Trabajo (OIT)	185 países	Declaración Tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social. Programa de colaboración con el Pacto Mundial
Social Accountability International	3000 empresas, de 65 países en 66 sectores industriales	Norma SA8000 (1999) que certifica la implementación de estándares internacionales de trabajo velando por prácticas éticas y respeto de derechos humanos.
World Business Council for Sustainable Development WBCSD	Más de 200 empresas	Plataforma para que las compañías puedan explorar, compartir y promover el desarrollo sostenible.
Dow Jones Sustainability Indexes	Compañías líderes en RSE a nivel mundial	Índice bursátil con criterios ambientales y socialmente responsables (1999) que observan el performance financiero. Cooperación entre índices Dow Jones, STOXX Limited y SAM
Global Reporting Initiative (GRI)	4984 organizaciones	La Iniciativa del Reporte Global GRI o G3
Comunidad Europea	27 Estados	Libro Verde (2002)

Fuente: FORETICA.ORG
Elaboración: Gabriela Erreis Durán

En países desarrollados este tema es tratado con mayor relevancia; por ejemplo, la Comisión Europea que mediante el Grupo de representantes de Alto nivel difunde las buenas prácticas responsables a través de la experiencia de otros países, promoviendo así la concordancia entre las políticas de los miembros de la Unión Europea. Así también, como es el caso del encuentro “Las Mejores Prácticas Empresariales para la RSC” que ha sido llevado a cabo en el 2001, y promueve el enfoque y se busca el diálogo sobre la RSC a través de estos foros y conferencias (MARTÍNEZ, 2005).

1.3.3. Empresas con políticas responsables

Las empresas con mayor tendencia a incluir políticas de RSC en sus actividades, son las multinacionales que están en la lista de Líderes 2012 (ver ANEXO B) por haber adoptado modelos de gestión de responsabilidad social empresarial de acuerdo al Índice de Sustentabilidad Dow Jones (DJSI, por sus siglas en inglés) que mide el rendimiento de las 800 compañías de mercados emergente a nivel global desde 1999 (DOW JONES SUSTAINABILITY INDEXES, 2012).

De esta lista de 19 líderes en sustentabilidad de acuerdo a los índices Dow Jones, actualizada al 24 de septiembre de 2012, se revisará el caso específico de Unilever NV, por la relación que guarda de acuerdo a la presencia que han tenido en nuestro país.

Dentro de los parámetros de evaluación, se ha destinado el 43% a Criterios Generales conformado por: 33% destinado a la Dimensión Económica (Gobierno Corporativo, Cumplimiento del Código de Conducta, Gestión de Riesgo y Crisis, Gestión de la Relación con los Clientes, Gestión de Innovación), 33% a la Dimensión Ambiental (Sistema de Gestión Ambiental, Comportamiento Ambiental, Estrategia Climática, Administración de Productos, Biodiversidad) y 33% a la Dimensión Social (Desarrollo del Capital Humano, Captación y Retención de Talento, Salud y Seguridad Ocupacional, Participación de Stakeholders, Reporte Social). Y el 57% a criterios específicos de la Industria (SUSTAINABILITY INDEXES, 2013).

Unilever NV

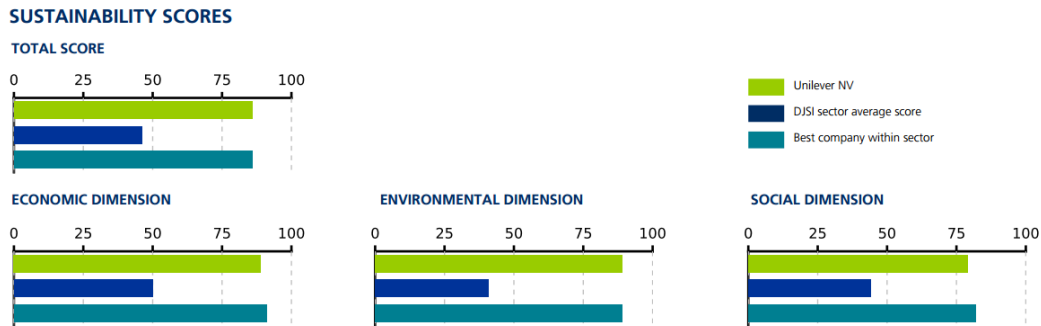
Multinacional fundada en 1930 y establecida en Holanda, dueña de alrededor 400 marcas en 14 categorías de bienes, con cerca de 2 billones de consumidores en más de 190 países de Asia, África, América y Europa. Presenta un desempeño ejemplar al integrar sustentabilidad en su modelo de negocios, a través de sus esfuerzos por satisfacer las necesidades de los consumidores junto con el manejo proactivo de la huella ecológica, a través de la adopción de iniciativas estratégicas. Una fuerte gerencia innovadora junto con un claro enfoque en mercados emergentes le ha permitido a Unilever beneficiarse de las nuevas oportunidades y satisfacer las demandas cambiantes de los clientes, y a la vez facilitando un crecimiento sustentable (SAM y UNILEVER, 2012).

Bajo el enfoque de Responsabilidad Social Corporativa, Unilever desarrolló un Plan de Vida Sustentable (Sustainable Living Plan) en noviembre del 2010, bajo el lema de pequeñas acciones, gran diferencia; con el cual se pretende el crecimiento de la empresa mientras se reduce su huella ambiental y se aumenta su contribución positiva a la sociedad. En el Plan se estableció objetivos cuantificables así como tiempos para cumplir dichas metas basadas en tres pilares principales: Mejorar la Salud y el Bienestar, Reducir el Impacto Ambiental y Mejorar las Comunidades a través de su preocupación por la gente, salud e higiene, nutrición, gases de efecto invernadero, agua, residuos, fuentes sustentables y mejores comunidades. Para cada uno de estos factores se ha estimado el número de beneficiarios; por ejemplo, hasta el 2012, 135 millones de personas han sido beneficiadas por sus acciones al mejorar su salud y bienestar. Se espera que para el 2020, esta cifra crezca al billón de personas, y que 500 millones puedan acceder a agua potable (UNILEVER, 2012). Unilever anunció en enero del 2013 que su meta de Cero Residuos ha sido alcanzada en más del 50% de sus plantas en el 2012, por lo tanto se espera que para finales de 2015, 252 plantas no produzcan residuos peligrosos (COMUNICARSE, 2013).

De acuerdo a los resultados de sostenibilidad de esta compañía, de manera general supera el puntaje promedio del sector establecido por los indicadores Dow Jones, como se puede apreciar en las tablas siguientes

publicadas por Sustainability Indexes:

GRÁFICO 1 RESULTADOS DE SOSTENIBILIDAD DE UNILEVER NV



Fuente: Unilever NV Supersector Leader Report
Elaborado por: SAM Sustainability Investing

En el caso estudiado de Unilever NV en su Dimensión Económica (ver ANEXO C) se tomó en cuenta los siguientes criterios sobresalientes: Gobierno Corporativo, Salud y Nutrición, Estrategia para Mercados Emergentes y Administración de la Cadena de Abastecimiento. Siendo Salud y Nutrición el criterio en el cual Unilever se destaca con el puntaje mayor en su rendimiento, seguido muy de cerca por la Cadena de Abastecimiento. Mientras que en la Dimensión Ambiental, los criterios evaluados comprendieron Eco-Eficiencia Operacional, Riesgos asociados con el Agua, Reportes Ambientales y Abastecimiento de Materia Prima. De los cuales, se destaca principalmente en la Eco-Eficiencia Operacional obteniendo los más altos resultados dentro del top 19 del índice Dow Jones para la sostenibilidad.

Finalmente, Unilever NV en cuanto a su Dimensión Social mantiene resultados que rodean los 75 puntos, siendo superior a la puntuación media establecida por DJSI, mas no alcanza la mejor puntuación dentro del sector. De acuerdo a sus resultados podemos deducir que esta compañía prioriza los Derechos Humanos y los Indicadores de Prácticas Laborales, seguido por el Desarrollo del Capital Humano (SAM y UNILEVER, 2012).

Mediante su plan de sostenibilidad, programado hasta el 2020, Unilever ha logrado cumplir con su meta de duplicar el tamaño del negocio y a la vez reducir el

impacto de sus actividades. Para el reporte de abril del 2012, Unilever alcanzó 51 billones de euros en ventas anuales, mientras que para el año 2010 fueron de 40 billones de euros. Mientras que en 18 países ha implementado, en un 100%, plantas de producción bajo el esquema de Cero Residuos a vertederos, este modelo sostenible pretende que cada nueva planta produzca 50% menos residuos, y que éstos a su vez sean tratados internamente, para lograr reducir, reutilizar, reciclar y recuperar (COMUNICARSE, 2013).

A modo breve es importante recalcar, para efectos de la presente investigación, que el 91% de empresas incluidas en el índice Dow Jones utilizan la metodología GRI para el reporte de sus actividades de RSC. En una investigación llevada a cabo en el 2012 por la organización norteamericana Governance & Accountability Institute sobre Reportes de Sustentabilidad se determinó que el 63% de las empresas a nivel global utilizan el GRI, principalmente aquellas dedicadas a la alimentación y el sector energético, además quienes realizan el reporte con GRI muestran un desempeño mejor financiero en los mercados de capitales, tienen mayor reconocimiento, mayor ventaja frente a los inversores y se posicionan en altos lugares en los Rankings mundiales, como el DJSI (RED CERES, 2013).

CAPITULO II RSC EN EL CONTEXTO LATINOAMERICANO

2.1. Percepción de la gestión corporativa socialmente responsable en América Latina

2.1.1. Iniciativas adoptadas en Latinoamérica

En América Latina, la RSE ha tenido un enfoque principalmente filantrópico. Las empresas caen en el paternalismo, asistiendo a las comunidades locales con ayuda no relacionada a las actividades de la organización (GERRALDA, 2008). La situación económica y social de Latinoamérica no permite a las empresas pasar de la *ciudadanía corporativa*³ a la RSC, salvo en los casos de las grandes multinacionales que mantienen las políticas de la casa matriz. En el caso de la pequeña y mediana empresa, como ya se ha establecido, la labor desempeñada en las comunidades no es sistemática, pero debido a su cercanía con la comunidad lo hace de manera espontánea (BID, 2011).

A pesar de que en América Latina se ha presentado el fenómeno de concebir la RSC como filantropía o como una opción de mercadeo, existen empresas que la han tomado como una herramienta competitiva o una guía de buenas prácticas. Por lo tanto, a partir del surgimiento de organizaciones no gubernamentales, en la región se acogió la propuesta de trabajar en comunidad para lograr el bienestar colectivo. Es así que paulatinamente se ha visto la necesidad de contar con organizaciones latinoamericanas que regulen y promuevan programas de RSC.

El Forum EMPRESA, red de RSE de las Américas que congrega a gran parte de países latinoamericanos, cuenta entre sus miembros con: Fundación del Tucumán (Argentina), Instituto Ethos (Brasil), COBORSE (Bolivia), CBSR (Canadá), Acción RSE (Chile) CECODES (Colombia), AED (Costa Rica), CERES (Ecuador) BSR (Estados Unidos), FUNDEMÁS (El Salvador), FUNDAHRSE (Honduras), Cemefi (México), UniRSE (Nicaragua), SUMARSE (Panamá), ADEC

³ *Ciudadanía Corporativa (CC)*: el Foro Económico Mundial (World Economic Forum) define a la CC como la contribución que hace una compañía a la sociedad a través de las buenas prácticas que tiene desde su estructura interna, hasta su inversión social, los programas filantrópicos que emprende y su trabajo con las políticas públicas de un país.

(Paraguay), Perú 2021 (Perú), DERES (Uruguay) y Cedice (Venezuela). Esta es una plataforma de intercambio de información y asistencia técnica, de coordinación de proyectos para la región y alianzas entre organizaciones comprometidas con RSE (EMPRESA, 2009).

Al contar con al menos 12 organizaciones de la región, EMPRESA junto con World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) se han convertido en las organizaciones con mayor cobertura en América Latina que promueven la eco-eficiencia, elementos de desarrollo sostenible que estimulan la maximización del retorno de inversiones alineada con la agenda social (NÚÑEZ, 2003).

CUADRO 6
INICIATIVAS LATINOAMERICANAS EN TORNO A LA RSC

ORGANIZACIÓN	CONFORMACIÓN	ACCIONES VINCULADAS A RSC
Forética Argentina	Filial de Forética España	Gestión estratégica de la RSE tras la implantación de la norma SGE 21
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	48 países	El Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) da apoyo a las normas regionales de RSC Implementación de medidas de RSC en PYMES, enfatizando en la asociación con grandes empresas que realicen inversiones responsables.
Instituto de Responsabilidad Social Empresarial del Ecuador (IRSE)	16 organizaciones promotoras	Primera iniciativa institucional en el Ecuador para el fomento de RSE
Red Iberoamericana de Universidades por la Responsabilidad Social Empresarial (UNIRSE)	Universidades privadas, públicas, semipúblicas de Iberoamérica	Cooperación regional e interregional en torno a las buenas prácticas

Fuente: FORETICA.ORG
Elaborado por: Gabriela Erreis Durán

2.1.2. Modelos Regionales

América Latina ha intentado replicar la cultura empresarial responsable de países en desarrollo a partir de la creación de asociaciones en 1965 en Brasil, convirtiéndose en pionero, y que finalmente en la década de los 90 la promoción de RSC se extendió por el continente sudamericano. Sin embargo, en relación con países europeos o norteamericanos donde priman las multinacionales, en nuestra región no existe la misma acogida a los temas de Responsabilidad Social Corporativa como el comercio justo, políticas verdes, defensa al consumidor e inversión responsable. Esto se debe principalmente a que se da prioridad a problemáticas relacionadas con la educación y la disminución de la pobreza. No obstante, los países que se destacan por sus políticas empresariales sostenibles son Argentina, México y Brasil (VISSER, 2009).

Como en el resto del continente latinoamericano, en Argentina se vinculaba el concepto de RSC con la filantropía y los programas comunitarios. A partir del año 2001, época en la que este país tuvo que atravesar una crisis financiera, se empezó a propagar la tendencia de adoptar políticas responsables, pasando por la transición de filantropía a buenas prácticas empresariales para lograr desarrollo sostenible. Chile es otro ejemplo de RSC, ya que ha fortalecido la visión de este concepto con la inclusión de éste en el capítulo de desarrollo sostenible del acuerdo de libre comercio firmado con Estados Unidos en pos de establecer un compromiso por mantener la sostenibilidad ambiental, las buenas prácticas respecto a la gobernabilidad empresarial y los derechos de los trabajadores (NÚÑEZ, 2003).

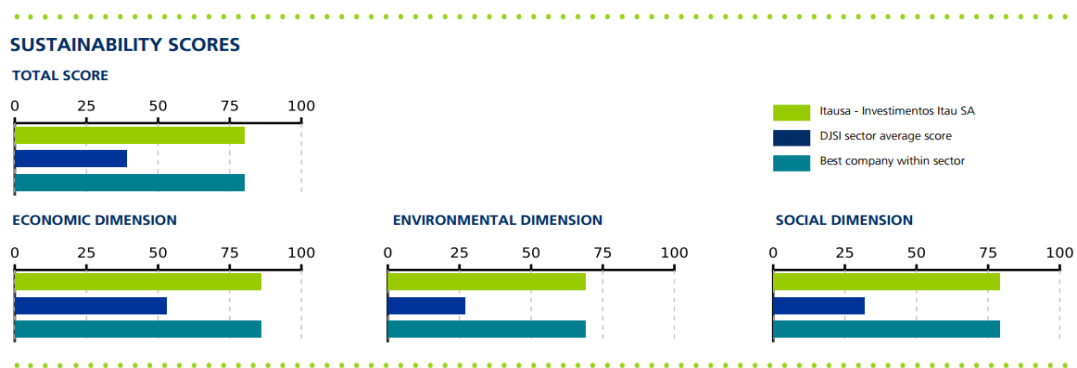
Dentro de la región, Brasil ha sido el país donde el concepto de RSC se ha difundido con mayor éxito, anualmente es cada vez mayor el número de empresas nacionales y multinacionales que presentan informes sociales y de sostenibilidad, así como el número de consultoras en Responsabilidad Social Corporativa (NÚÑEZ, 2003). La empresa brasileña Itau SA ha sobresalido de Latinoamérica y el mundo al formar parte del listado top 19 de empresas sostenibles de Dow Jones Sustainability Index.

Itau SA

Investimentos Itau opera en Sao Paulo, Brasil. Para el año fiscal 2011 el grupo ITAUSA comprendía alrededor de 122,000 empleados a nivel global, operando a través de sus instituciones financieras con 4900 sucursales en 18 países. Al ser una compañía holding monitorea de cerca la gestión sustentable de todas sus divisiones con el fin de que sus actividades estén alineadas con lo ambiental, social y cultural. Esta empresa se enfoca principalmente en el capital humano y la participación de los stakeholders para poder lograr un crecimiento a largo plazo, por ello realiza significativa inversión en el desarrollo profesional de sus empleados, a través de orientación vocacional y mapeo de habilidades. Además, favorece la inclusión al otorgar servicios financieros a clientes con bajos ingresos, micro-empresarios y pequeñas empresas (SAM e ITAUSA, 2012).

En el reporte del año 2012, se evidencia que las actividades desempeñadas en favor de la sostenibilidad en el puntaje general se equiparan con el más alto obtenido dentro del sector como se puede encontrar en los siguientes datos:

GRÁFICO 2
RESULTADOS DE SOSTENIBILIDAD – ITAU SA



Fuente: Itausa Investimentos - Supersector Leader Report, septiembre 2012
Elaborado por: SAM Sustainability Investing

Respecto al desempeño de la empresa brasileña de acuerdo a los criterios del Triple Bottom Line (ver ANEXO D), en donde su gestión se destaca en la dimensión económica en lo que respeta a las medidas o políticas anti delinuenciales con la totalidad de la puntuación, seguida por el Sistema de Gestión

y Políticas Ambientales en lo que respecta a la Dimensión Ambiental, y finalmente de la Dimensión Social se visualizan las buenas prácticas en lo relacionado a los indicadores de Prácticas Labores y Derechos Humanos (SAM e ITAUSA, 2012).

2.1.3. Situación de las Pymes latinoamericanas

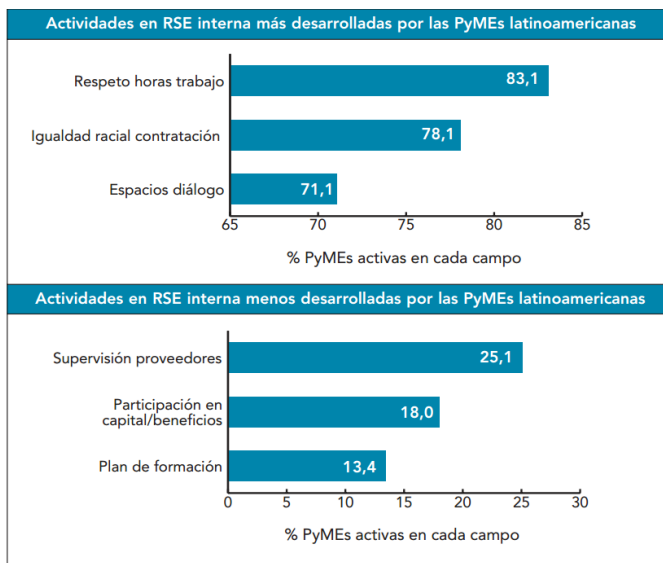
De acuerdo a estadísticas divulgadas en la publicación “*Social and Environmental Responsibility in Small and Medium Enterprises*”, en Latinoamérica el 95% de las empresas son PYMEs y contribuyen con el 30 al 50% del Producto Interno Bruto de sus países (VIVES, 2005). Debido a la importancia de éstas en la economía de América Latina al generar el 88% de empleos, según la Fundación para el Desarrollo Sostenible (DIARIO HOY, 2011), y por el contacto permanente con la comunidad, resulta indispensable tomar en consideración la relación de la RSE con las pequeñas y medianas empresas latinoamericanas, ya que el rol en la sociedad que se empezaba a delegar a las grandes empresas en la década de los 90’, paulatinamente se fue extendiendo a las acciones responsables de las pequeñas y medianas empresas (VIVES *et al.*, 2005).

En relación a las multinacionales o grandes empresas, el impacto de las prácticas responsables de una PYME es de menor escala; por ello, los informes de resultados en sostenibilidad de la mayoría de pequeñas y medianas empresas no han sido elaborados o publicados. Sin embargo, una investigación comparativa realizada por el Banco Interamericano de Desarrollo en el año 2005 revela datos importantes sobre el comportamiento de las PYMEs.

En primer término, a pesar de que en la región existe desconocimiento sobre la Responsabilidad Social Corporativa, la mayoría de micro pequeñas y medianas empresas realiza actividades ligadas a este concepto. La realidad social latinoamericana caracterizada generalmente por la desigualdad y el 31% de la población en pobreza (CEPAL y OCDE, 2012) resultan ser finalmente la razón del compromiso de las empresas con las comunidades a través de acciones de RSC; y a la vez, la falta de recursos corporativos es el mayor obstáculo para la implementación y continuidad de programas en favor del colectivo (VIVES *et al.*, 2005).

Para el año del estudio sobre América Latina existía un número total aproximado de 10.461.200 PyMEs. Chile y Argentina son los países en los que se registró mayor actividad responsable de sus PyMEs. La Responsabilidad Social Corporativa implementada es predominantemente interna, cerca del 95% desarrollan programas dirigidos a sus empleados al velar por su salud y bienestar, participación, conciliación trabajo/familia, así como por la igualdad de oportunidades.

GRÁFICO 3
ACTIVIDADES EN RSE INTERNA MÁS Y MENOS DESARROLLADAS POR LAS PYMES LATINOAMERICANAS



(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE interna en 2003. Porcentajes pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

Fuente: Vives *et al.*

Elaborado por: BID

En cuanto a la RSC externa sus esfuerzos se dan a través del apoyo a grupos menos favorecidos, donaciones económicas o de bienes y servicios. Sin embargo, éstas últimas son ejecutadas esporádicamente, ya que están ligadas a la ética, la religión y las relaciones con la comunidad y gobierno. De las empresas muestra encuestadas, el 52% realiza programas de RSC de carácter ambiental como el consumo responsable de agua y energía; el porcentaje restante sostiene que sus actividades no generan impacto en el ecosistema (VIVES *et al.*, 2005). Lo cual evidencia que los beneficios económicos es lo que mayormente se persigue al adoptar políticas socialmente responsables.

Desafortunadamente, el proceso de progreso no se ha dado por igual en la región; y el mismo retraso se replica en la aplicación del concepto de responsabilidad social empresarial en el Ecuador en comparación con el resto de países latinoamericanos. En la siguiente sección se dará mayor cobertura a la situación de las Pymes ecuatorianas.

2.2. Sostenibilidad Empresarial en Ecuador

Nuestro país a través de sus continuas participaciones en iniciativas como CSR de las Américas, su adherencia al Pacto Global, su intervención y aportes en Rio +20 y el planteamiento de metas nacionales para con los Objetivos del Milenio, ha dejado muy en claro su posición y compromiso para encaminarse a la sostenibilidad y responsabilidad social corporativa. Además dentro de las políticas públicas se ha ido incorporando el tema de RSC. En la Constitución de la República del Ecuador (2008) se vela por la responsabilidad empresarial con las partes interesadas como un modelo de gestión; caso similar en el Plan Nacional del Buen Vivir 2009 - 2013 que promueve en los programas nacionales la ética, sostenibilidad, equidad, desarrollo. En el ámbito quiteño, contamos con la Ordenanza Metropolitana de Responsabilidad Social que promueve la meta de un territorio responsable y socialmente sostenible (MORALES, 2012).

De acuerdo al Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), en nuestro país el volumen empresarial es de 179.830 divididas en 11 sectores, de ellas 146.021 son sociedades y 33.809 pertenecen a personas naturales. En Pichincha, se registran más de 6.689 empresas (EL TELÉGRAFO, 2012).

De una investigación realizada por Deloitte con la participación de 94 empresas de Ecuador se concluye que tanto para la gestión como para el futuro de los negocios la RSC es un tema de suma importancia, pues así coincidió el 84%. A pesar de esta concepción, del total de empresas encuestadas, el 55% han implementado parcialmente un modelo de gestión basado en RSC y un 22% aún no lo ha incorporado (DELOITTE, 2012). De acuerdo con Alejandra Camacho, expositora de CERES en la capacitación llevada a cabo en Cuenca en el 2011, en Ecuador no existen lineamientos específicos a seguir en materia de RSC.

Lo que el país ha adoptado son las bases para la implementación de proyectos basados en los indicadores ETHOS, desarrollados en el instituto brasileño del mismo nombre, ya que se han ajustado a la realidad de las empresas ecuatorianas y sus grupos de interés (EL MERCURIO, 2011). No obstante, a partir del lanzamiento de la Red del Pacto Global de Ecuador realizado a mediados del 2011, nuestro país asumió nuevos compromisos a ser desarrollados desde el 2012, dentro de ellos el trabajo conjunto del sector público, privado y la sociedad civil para lograr un Territorio Socialmente Responsable en el cual se completen los sectores en lo que respecta a la competitividad, el desarrollo sostenible, la ciudadanía responsable, la multilateralidad, la gobernanza y RSC (CERES, 2012).

2.2.1. Organismos nacionales de control y promoción de RSC

En la teoría de desarrollo sostenible se propone que para garantizar el progreso se debe combinar el crecimiento en términos económicos con los de bienestar social. En el Ecuador el impulso en estos temas de responsabilidad social corporativa se dio con mayor fuerza desde el 2011, con varias propuestas públicas, *“es decir, el Gobierno Nacional ya reconoce la necesidad de una producción con responsabilidad social y que tengan como fin el Buen Vivir”* (LEÓN, 2012: 53).

A nivel nacional existen diversos organismos y entidades públicas y privadas para el seguimiento, promoción y control de las gestiones de responsabilidad social corporativa o empresarial, con el fin de ir fortaleciendo con mayor formalismo estas prácticas. Esto se ha ido dando paulatinamente de manera directa como indirecta, ya que existen instituciones especializadas en el tema y quienes a través de sus proyectos realizan grandes aportes para la consecución de la sostenibilidad social, económica y ambiental.

Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES)

Es la entidad gestora de esta temática en el país y está encargada de brindar apoyo, promueve la investigación, sensibilización y el involucramiento de las empresas hacia la gestión socialmente responsable. Al momento cuenta con 36 socios en su Red, entre los cuales se encuentran: Banco Pichincha, Cervecería

Nacional, Corporación Favorita, Diners Club International, Corporación Nacional de Telecomunicaciones, ETAPA EP, Floralp, The Coca Cola Company, Fundación Dale, Esquel, Fundación Futuro, General Motors, Holcim, JW Marriot, Kimberly-Clark, Kinross Ecuador, OCP Ecuador, Pinturas Cóndor, Pfizer, Plasticaucho Industrial S.A., Pronaca, TC Televisión, Telefónica Movistar, Yanbal (CERES,2012).

Los principales servicios que se ofrece a estas empresas engloban la asesoría en temas como la herramienta de auto-evaluación de acuerdo a los indicadores CERES-ETHOS que toma en cuenta los valores, transparencia y gobernanza, el público interno, medio ambiente, proveedores, consumidores y clientes, comunidad, gobierno y sociedad; así como también lo relacionado a la medición de la Huella de Carbono, la eficiencia energética, la Medición del aporte de las empresas a los Objetivos de Desarrollo del Milenio a través de MDG Scan, la elaboración del informe anual sobre el Progreso del Pacto Global de la ONU llamado *Communication On Progress*. Asimismo, a través de las publicaciones y revista de prensa especializada, las capacitaciones y cursos para la alta gerencia se logra la difusión e implementación del concepto de RSC (CERES,2012).

Ceres mantiene dos proyectos que se dan en siete países de la región para la divulgación de RSC, que comprende una capacitación de comunicadores denominada *Red de Periodismo Responsable*, y un incentivo a la labor periodística *Premio de Periodismo Responsable e Inclusivo*; en los cuales se involucra a los medios de comunicación para fomentar la democracia, ética, los derechos y obligaciones. Además cuenta con 14 aliados a nivel nacional: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Soluciones Ambientales Totales (Sambito), Plataforma de Responsabilidad Social Ecuador, Inclusys, Agencia Municipal de Desarrollo Económico - Conquito, Andrade & Asociados, Asociación Coordinadora del Voluntariado del Guayas (ACORVOL), Cámara de Comercio de Guayaquil, Cámara de Comercio de Quito, Cámara de Industrias de Guayaquil, Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano – Alemana, Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador y la Universidad Espíritu Santo. Y a nivel internacional cuenta con 8 aliados: Avina, CapacitaRSE, Carbon Masters, Forum EMPRESA, Instituto ETHOS, Mapeo RSE, Merco y Vincular (CERES, 2012).

Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE)

Organización privada pionera en la inducción de la aplicación técnica y metodológica de RSC, a través de orientación, investigación, selección, análisis, y desarrollo de las herramientas y modelos de responsabilidad basados en valores y ética, que se ajuste a la realidad ecuatoriana y que sea eficaz en el impulso de la cultura de RSC. Este instituto *“inculca a que las acciones empresariales y sus metas no descuiden los valores auténticos que permitan el desarrollo de la persona, el bienestar de la sociedad, el cuidado del medio ambiente y la consolidación del desarrollo sostenible”* (IRSE, 2013).

Su labor se enfoca principalmente en la difusión del verdadero concepto de RSC, ya que como se ha mencionado a lo largo de esta investigación, en nuestro país se relaciona la responsabilidad social empresarial con la filantropía y marketing social. Por ello, se trabaja en la formación mediante conferencias, encuentros, seminarios y capacitaciones. Además ofrece el servicio de Diagnóstico de la empresa en relación a la RSE, Planificación a mediano y largo plazo, guía en el relacionamiento estratégico con stakeholders, elaboración de las Memorias de Sostenibilidad basadas en GRI, y planificación de proyectos sociales sostenibles. Entre sus promotoras contamos con empresas de prestigio, nacionales y multinacionales, pequeñas y grandes como: Telefónica Movistar, Adelca, Nestlé, Espae, Eternit, Corporación Maresa, Orgu Ford, Hospital Metropolitano, Microsoft, Diners, GPS Track, Avis, Pacificard, Repsol YPF, Kawamotors, Maz Motors, More Srpehens Profile, Maresa Ensambladora, OCP Ecuador, Amanco, Mutualista Pichincha, Pronaca, Holcim y General Motors (IRSE, 2013).

A lo largo de esta investigación se ha mencionado que la cultura socialmente responsable se puede afianzar más en el común accionar de las empresas si éstas conocen sus beneficios y se da la inversión en políticas de sostenibilidad; es por esta razón que en Latinoamérica surgió en el 2007 la herramienta gratuita denominada Mapeo de Promotores de RSE para unir esfuerzos en la investigación, análisis y difusión de información sobre las organizaciones de Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, México, Perú, Uruguay, Venezuela y Ecuador. En nuestro país los promotores (ver ANEXO E) practican RSC en uno o más ámbitos; y a la vez, abren el diálogo para desarrollar esta cultura de

gestión responsable mediante asesorías, capacitación, financiamiento, investigación y reconocimientos (MAPEO RSE, 2013).

2.2.2. Programas de evaluación de prácticas empresariales responsables

El respeto a la biodiversidad y a la Pacha Mama no sólo se encuentra establecido en la Constitución de la República, sino que además se han ido implementando políticas gubernamentales para exigir que las empresas cumplan con uno de los pilares del desarrollo sostenible, el medio ambiente. De acuerdo a los datos del Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos, el 84% de las compañías no han realizado un estudio de impacto ambiental, ya que 8 de cada 10 no contemplan dentro de su presupuesto gastos en protección ambiental.

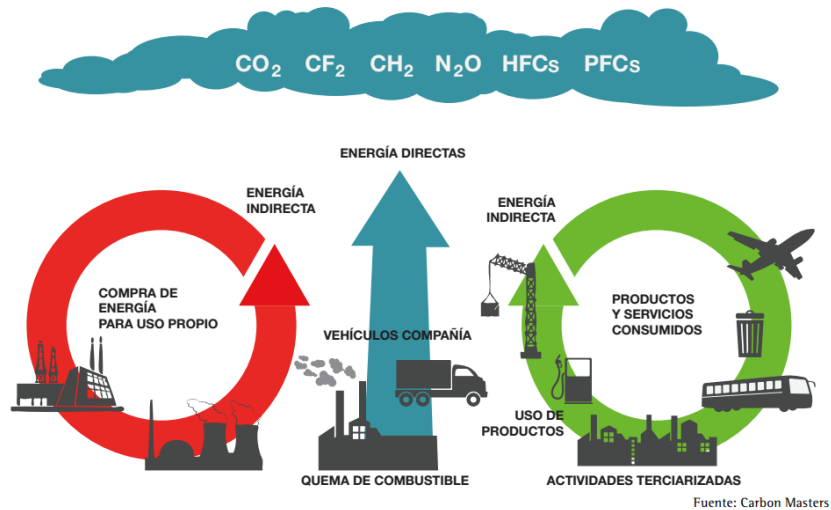
A pesar de la legislación, tan solo el 10,7% de las compañías cuentan con licencia ambiental. Tal como lo sintetiza la multinacional SGS del Ecuador S.A. *“En Ecuador actualmente la Responsabilidad Social es un tema de interés para todos pero ciertamente las organizaciones aun no aceptan el reto de implementar un sistema de gestión basado en esta normativa en sus organizaciones”* (SGS, 2012:43).

Huella de Carbono

Se ha dado una iniciativa conjunta entre la compañía británica Carbon Masters y CERES denominada “Huella de Carbono”. A través de esta propuesta se plantea medir, gestionar, reducir y reportar las emisiones de carbono de las organizaciones (CARBON MASTERS, 2013), con el fin de crear conciencia del impacto que éstas generan durante todo el proceso de producción.

Esto se da a través de la medición de las emisiones directas o indirectas de los gases de efecto invernadero, GEI, *“que provienen de sus edificios (uso de electricidad, gas y otros combustibles), de la basura que envían a los rellenos sanitarios, de las emisiones que se producen en los viajes de negocios y de los combustibles usados en sus vehículos o los de propiedad de terceras personas”* (HOUSTON, 2012:59).

IMAGEN 1 EMISIONES EMPRESARIALES DE GEI



Fuente: Carbon Masters
Elaborado por: Carbon Masters

Los beneficios ligados a esta evaluación son la reducción de costos al tener eficiencia energética, mejor manejo de riesgos producidos por el cambio climático, incrementar la responsabilidad social corporativa y por tanto la comunicación con stakeholders y la diferenciación positiva de la marca. Empresas como Pfizer Ecuador y Adelca se han sometido a esta evaluación. Sin embargo, el Ministerio del Ambiente revela que existen pocas empresas que reportan su huella de carbono. Para ampliar el alcance, y beneficio, en el 2012 la CEPAL junto con este Ministerio propusieron a la CORPEI el proyecto denominado “Huella de Carbono para las Exportaciones de América Latina y el Caribe” (HOSUTON, 2012).

Memorias de Sostenibilidad

A raíz de la Cumbre de Johannesburgo se dio paso a los Informes o Memorias de Sostenibilidad basados en el triple bottom line que engloba el área económica, social y medioambiental (ARCHEL. 2002). A través de esta herramienta disponible en la red, toda organización puede evaluar su desempeño sostenible en el ámbito económico, social y ambiental, para con ello medir el cumplimiento de metas, el nivel de gobernanza, realizar cambios en las áreas desatendidas y en su estrategia.

Las memorias de sostenibilidad se realizan principalmente bajo el marco establecido por el Global Reporting Initiative (GRI), y al ser una plataforma de comunicación internacional y ser realizados bajo parámetros homogéneos, reflejan los impactos positivos o negativos que pueden ser comparados y evaluados por los stakeholders. Esto a su vez mejora las relaciones con las partes interesadas, amplía la comprensión de los riesgos y oportunidades y su reputación mejora. Para este procedimiento se dispone de la Guía G3, y el GRI revisa que esta información cumpla los parámetros establecidos (GLOBAL REPORTING INITIATIVE, 2013). Sin embargo, esto no garantiza ni certifica que las empresas ingresen información cien por ciento veraz.

Tomando en cuenta que esta actividad está vigente desde el año 1999, su acogida en los últimos años ha sido creciente, entre los países que más reportaron hasta el año 2008 se encuentran España con 123 empresas, Estados Unidos con 99, 60 de Brasil, 53 de Australia, 46 de Japón y Alemania con 40 empresas (GESTION CALIDAD, 2009). En nuestro país el informe de sostenibilidad es realizado por pocas organizaciones, entre ellas Pronaca, Telefónica Movistar Ecuador, principalmente las multinacionales que siguen los lineamientos de la matriz. Tal es el caso de General Motors del Ecuador Omnibus BB que invirtió 316 mil USD en el manejo de aguas, mantenimiento forestal y reducción de emisiones, y el aporte a la comunidad a través de su participación en "Un techo para mi País", "Conductor Elegido" y "Huella Verde" (DIARIO HOY, 2012) y publicó su primera Memoria de Sostenibilidad en el 2012; y en abril 2013 GM-OBB fue acreditado por General Motors Company con la certificación *Built – In Quality*⁴ nivel III al ser reconocida mundialmente como la mejor planta de ensamblaje, por su competitividad, el desarrollo y la calidad (CERES, 2012).

Millennium Development Goals Scan (MDG Scan)

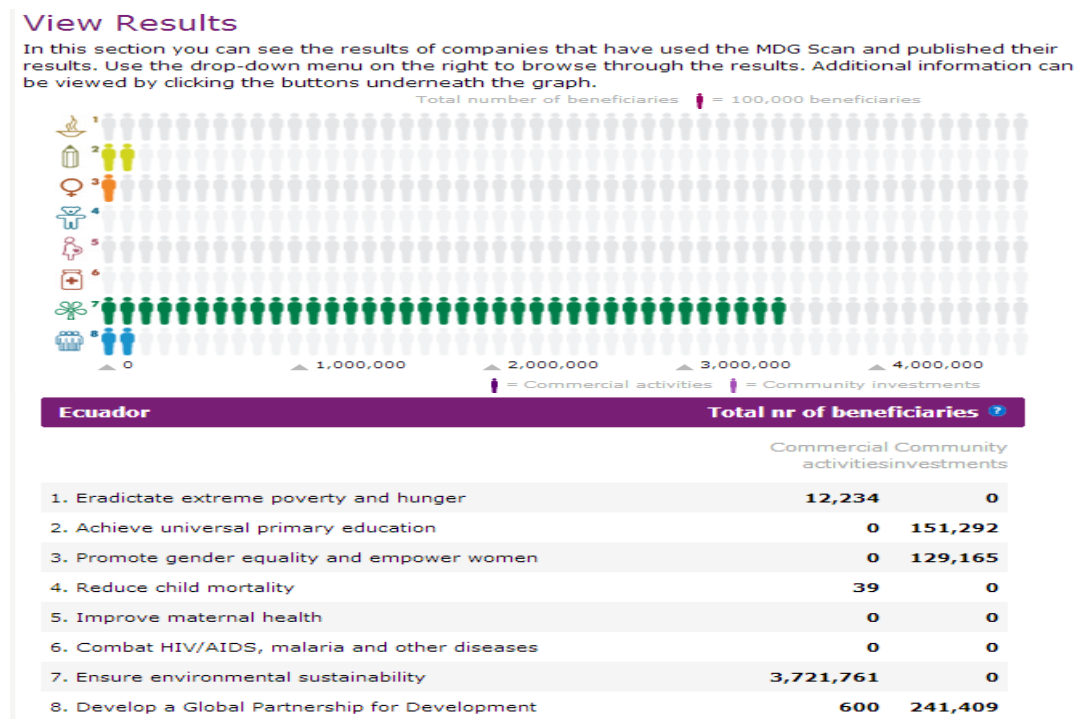
CERES brinda asesoría a las empresas ecuatorianas en la utilización de esta herramienta virtual, desarrollada por NCDO Business in Development junto con Sustainability, con el fin de conocer el impacto de sus actividades en relación a la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Es decir, a través del

⁴ *Built-In Quality nivel III* o BIQ III Hecho con Calidad

ingreso a MDG Scan de las actividades de la empresa como la creación de empleo, los servicios y productos que tengan valor para las metas del milenio y la inversión que realiza en la comunidad como las actividades de RSC alineadas con las metas de trazadas en cada ODM para conocer su papel en el sector, en su país y a escala internacional (MDG SCAN, 2013).

Los resultados de este análisis servirán a la organización a tomar medidas correctivas y continuar con las iniciativas sociales y ambientales. Además, como es tema central de la presente investigación, la herramienta da un reporte conciso del impacto empresarial en los ODM a través de las actividades propias del negocio que buscan el desarrollo sostenible, logrando a su vez la sensibilización corporativa. Diners Club y Telefónica Movistar Ecuador son las empresas que han publicado sus informes a través del Millennium Development Goals Scan. En conjunto con su actividad comercial e inversión en la comunidad, 100 000 son beneficiados; y principalmente se da un aporte importante en el objetivo del milenio séptimo referente a la sustentabilidad ambiental (MDG SCAN, 2013).

IMAGEN 2 MDG SCAN - RESULTADOS ECUADOR



Fuente: Millennium Development Goals Scan (MDG Scan)
Elaborado por: Millennium Development Goals Scan (MDG Scan)

2.2.3. Reconocimientos a la gestión empresarial

Dada la necesidad de incentivar el involucramiento del sector empresarial privado en espacios de diálogo y alianzas estratégicas con fines sociales, se ha desarrollado programas nacionales que exaltar la labor y gestión de las empresas mediante reconocimientos y estímulos. Entre ellas la política industrial articulada con el Plan del Buen Vivir, los incentivos en producción limpia establecidos en el Código de Producción y la Reforma Tributaria; así también, el Ministerio del Ambiente a través del programa “Punto Verde y el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad mediante sus sellos “Hace Bien” y “Hace Mejor” (EQUIPO CERES, 2012).

Éstos dos últimos nacen en el 2010 del programa CreEcuador, que basados en la ISO 26000 reconocen el compromiso empresarial público o privado basado en la ética con los trabajadores, la comunidad, el Estado y con el ambiente. Si una corporación cumple con las 4 éticas al seguir a cabalidad con las normas y leyes y además ha consolidado un elemento de buenas prácticas, se le otorga el reconocimiento “Hace Bien”. Mientras que después de un proceso de auditoría, y de haber sido merecedor del sello Hace Bien, la empresa puede acceder al sello “Hace Mejor” siempre que se mantenga altos estándares en su gestión en relación a las buenas prácticas y a la ética, y tras la auditoría realizada por un entidad privada designada por el Ministerio de Producción y acreditada por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano (CREECUADOR, 2013).

De acuerdo a la página web del Ministerio del Ambiente del Ecuador, el sello “Hace Mejor” toma en cuenta la previa obtención del reconocimiento “Punto Verde” que premia a las corporaciones que han demostrado reducir la contaminación generada por sus procesos al aplicar buenas prácticas y utilizar tecnologías limpias. Obtener estas distinciones resulta una motivación y fortaleza importante para continuar con los esfuerzos realizados por un clima adecuado de trabajo, que cumpla con obligaciones tributarias y fiscales conforme la legislación, pues refleja la calidad del trabajo; así lo consideran los altos funcionarios de Imptek panel - Chova del Ecuador y Equisplast, empresas galardonadas con el sello Hace Bien y Punto Verde (MINISTERIO DEL AMBIENTE, 2013).

CUADRO 7 MODELOS DE ORGANIZACIONES ECUATORIANAS ACREDITADAS Y RECONOCIDAS



Imptek-Chova

Tras 3 meses de auditoría se demostró cumplimiento de los más altos estándares de gestión en sus plantas de producción, acatamiento la normativa vigente de tributación de impuestos, contratación de trabajadores, y desarrollo de productos y sistemas sustentables



Ministerio de Finanzas

Primera entidad estatal en recibir el *Reconocimiento* al haberreducido un 4,2% en consumo de agua, 11,57% de energía, la creación del programa de control de abastecimiento de combustible para los vehículos institucionales y el Comité Interno para la Gestión de Buenas Prácticas Ambientales en Finanzas



Equiplast

Empresa cuencana que elabora productos realizados en plástico de alta calidad, después de un estricto proceso de auditoría recibió la *Certificación* Ecuatoriana Ambiental Punto Verde, al lograr que sus productos alcancen el ahorro del 100% en la utilización de polietileno lineal de baja densidad (strech film).

Fuente: CreEcuador, Ministerio de Ambiente
Elaborado por: Gabriela Erreis Durán

Por otro lado, desde el año 2008 el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha, GADPP, realiza la entrega del Reconocimiento Anual a la Responsabilidad Social Corporativa General Rumiñahui a las empresas ecuatorianas con Buenas Prácticas de RSC, sin distinción del tamaño o actividad, probando que se pueden adoptar gestiones sostenibles a todo nivel (FUNDACIÓN S2M, 2012). Las empresas candidatas a este Reconocimiento incorporan las siguientes características en sus actividades diarias la competitividad ética, la responsabilidad tributaria y ambiental, el cumplimiento de normas laborales, el cumplimiento de compromisos con la comunidad y socialización de acciones (GADPP, 2010).

La dinámica de este Reconocimiento se ha manejado partiendo por la convocatoria a todo tipo de empresas (microempresas nacionales, nacionales pequeñas, medianas, grandes, empresas públicas, multinacionales medianas,

grandes, organizaciones de la Sociedad Civil, Universidades, Gobiernos Seccionales) que estén al día en sus obligaciones legales, laborales y contractuales, domiciliada o que mantenga su actividad en Pichincha, quienes deberán presentar respaldos de su gestión y completar los Formularios de Evaluación por Dimensiones (Gobernanza de la Gestión, DD.HH., Prácticas Laborales, Medio ambiente, Prácticas justas de operación, Asuntos de Consumidores y Participación activa y desarrollo de la comunidad), Formularios de Indicadores cuantitativos, de Evaluación de Proyectos y de Responsabilidad y Sostenibilidad Corporativa 2.0 (GADPP et al, 2012).

Estos formularios son evaluados por el equipo técnico de Hexagon Consultores, quienes a través de una herramienta electrónica valoran parámetros basados en la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, Indicadores del Global Reporting Initiative-G3, los Principios del Pacto Global, los Objetivos de Desarrollo del Milenio, Indicadores de Business in the Community, CSR International y de la Fundación S2M (GADPP et al, 2012).

Además de los reconocimientos, con el fin de resaltar la labor de las empresas participantes se les otorga Merecimientos de Honor por Buenas Prácticas en:

- Gobernanza de la Organización.
- Derechos Humanos.
- Laborales.
- Medio Ambiente.
- Justas de operación.
- Asuntos de Consumidores.
- Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad.

A continuación un cuadro resumen de las entregas y sus ganadores.

CUADRO 8
RECONOCIMIENTO GENERAL RUMIÑAHUI

		RECONOCIMIENTO ANUAL A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA GENERAL RUMIÑAHUI				
		Multinacionales	Multinacionales Medianas	Nacionales Grandes	Nacionales Pequeñas	Microemp. Nacionales
RECONOCIMIENTO ANUAL I EDICIÓN 2008		Telefónica Movistar	Holcim	Pronaca		Pinturas Cóndor
RECONOCIMIENTO ANUAL II EDICIÓN 2009	Triple Bottom Line	Telefónica Movistar	Microsoft Ecuador	Petroamazonas Ecuador	Gráficas Paola	Seproycó Cía. Ltda.
	Diálogo Social	Telefónica Movistar	Microsoft Ecuador	Pronaca	Gráficas Paola	Seproycó Cía. Ltda.
	General Rumiñahui a las Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa	Telefónica Movistar	Microsoft Ecuador	Pronaca	Gráficas Paola	Seproycó Cía. Ltda.
RECONOCIMIENTO ANUAL III EDICIÓN 2010	Triple Bottom Line	Telefónica Movistar	Pfizer Ecuador	Pronaca	Gráficas Paola (*)	(**)
	Diálogo Social	Telefónica Movistar	Pfizer Ecuador	Pronaca	Gráficas Paola (*)	(**)
	General Rumiñahui a las Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa	Telefónica Movistar	Pfizer Ecuador	Pronaca	Gráficas Paola (*)	Seproycó Cía. Ltda.
RECONOCIMIENTO ANUAL IV EDICIÓN 2011	Triple Bottom Line	Telefónica Movistar	(**)	Adelca	Gráficas Paola (*)	Seproycó Cía. Ltda.
	Diálogo Social	Telefónica Movistar	(**)	Adelca	Gráficas Paola (*)	Seproycó Cía. Ltda.
	General Rumiñahui a las Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa	Repsol YPF Ecuador	(**)	PUCE	Gráficas Paola (*)	Seproycó Cía. Ltda.

* Mención de Honor a Buenas Prácticas

** Los datos que no se encuentran incluidos no existen en registro oficial

Fuente: GADPP, ComunicaRSE, Noticias RSE, PUCE

Elaborado por: Gabriela Erreis Durán

Así como, Merecimientos de Desempeño por Mejoras alcanzadas en sus buenas prácticas de Responsabilidad y Sostenibilidad Corporativa y por Mejoras alcanzadas en sus buenas prácticas de Responsabilidad y Sostenibilidad Corporativa de su sector. De las cien empresas que se presentan a participar en este evento anual de la GADPP, se enfatiza la gestión de Mutualista Pichincha, Nestlé, Bloque 15, Diners Club, OCP, Empresa Eléctrica Quito, Hidrotapi S.A., Tierra del Volcán, Holcim, entre otras.

Tal como resaltó Gustavo Baroja, Prefecto de Pichincha, en la III Edición del Reconocimiento General Rumiñahui, son las empresas públicas y privadas quienes van formando el país, construyen equidad para cumplir con el sueño de tener un Territorio Socialmente Responsable; por ello la importancia de exaltar su labor y de que ésta sea replicada. En este sentido, contados estudios han sido realizados sobre los reconocimientos y merecimientos otorgados a las empresas con altos estándares y cumplimiento de RSC en el país. Uno de ellos fue “SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL, Experiencias de Responsabilidad Social en empresas ecuatorianas” elaborado por Karina Morales⁵, con el apoyo de la Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-Alemana (AHK), donde se aborda la sostenibilidad empresarial y se destaca la experiencia y aporte de Empresa Eléctrica Quito, Pfizer, Holcim, Mutualista Pichincha, Ingenio San Carlos, ETAPA EP., Kapawi Ecolodge & Reserve, Café Galletti, Fundamyf, Gráficas Paola y Hotel Patio Andaluz (PESENDORFER, 2012).

2.3. Empresas sobresalientes en gestión sostenible en Quito

2.3.1. Multinacionales grandes con gestión sostenible

Las empresas del Ecuador, sin distinción de tamaño o actividad, siguiendo lo establecido en la Constitución y el Plan Nacional del Buen Vivir en cuanto al desarrollo, la justicia y equidad tanto social como económica, han ido asumiendo paulatinamente la responsabilidad que mantienen para con sus trabajadores, la comunidad y el entorno. Debido a que existen diversos factores determinantes que motivan la adopción de RSC, así como diferente aplicabilidad de la misma de acuerdo a la realidad local, se propone a continuación experiencias de empresas de diferentes sectores y tamaños que están domiciliadas o que realizan un 30% de su actividad en la ciudad de Quito; y que su labor e iniciativas en responsabilidad social empresarial han sido reconocidas nacional e internacionalmente.

Dentro del grupo de multinacionales grandes se han considerado las filiales que desarrollan su actividad económica en el Ecuador y que operan desde la casa matriz internacional, que cuentan con más de 200 empleados.

⁵ Karina Morales: Especialista en Responsabilidad Social y Desarrollo Económico Territorial

Telefónica Movistar Ecuador

Multinacional presente en 26 países, que inicia operaciones en nuestro país desde el 2005. Genera empleo para 1.201 personas en las 24 provincias, de los cuales el 4% son personas discapacitadas, y a nivel nacional cuenta con más de 4 millones de usuarios con un índice de satisfacción de 9/10 puntos. Además representa el 1% del PIB ecuatoriano, y de sus proveedores el 60,5% son nacionales. Telefónica ha demostrado su compromiso con el desarrollo a través de su gestión de responsabilidad corporativa y sostenibilidad desde el 2008 (TELEFÓNICA ECUADOR, 2012). Su política en RSC a continuación:

CUADRO 9
RSC EN TELEFÓNICA ECUADOR

<i>Telefónica</i>	POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN TELEFÓNICA MOVISTAR
Busca:	<ul style="list-style-type: none"> - Transformar positivamente la vida de las personas - Facilitar el desarrollo de los negocios - Progreso de comunidades
Principios:	<ul style="list-style-type: none"> <li style="width: 33%;">• Honestidad <li style="width: 33%;">• Respeto de Legislación nacional e internacional <li style="width: 33%;">• Integridad <li style="width: 33%;">• Respeto de DD.HH. <li style="width: 33%;">• Cumplimiento de compromisos <li style="width: 33%;">• Respeto delaciones de la OIT
Herramientas	<p><i>Cumplimiento del Pacto Global</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Suscrita a “Derechos Humanos: Una llamada a la Acción” y “CEO Statement” • Campañas dirigidas a trabajadores sobre el uso eficiente de recursos • Canal de denuncias para empleados y proveedores
Políticas	<p><i>De Calidad:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción requerimientos del cliente • Cumplimiento de normas de calidad, ambiente, seguridad y salud ocupacional • Preservación del medio ambiente • Mejora en Sistema de Gestión Integrado (seguridad de información) • Prevención contaminación ambiental • Capacitación de uso de las TIC <p><i>Transparencia y Diálogo</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración y publicación anual de Informes de RSC de acuerdo al estándar GRI, desde el 2006 (disponible en la web) • Fortalecimiento de relaciones con grupos de interés a través de reuniones de diálogo • Canales de comunicación abiertos con defensorías y gobiernos locales • Medición de la satisfacción de la comunicación externa
Sistema de Gestión Integrado	<p><i>Certificado en las siguiente áreas:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad de procesos - ISO 9001:2000 • Ambiental – ISO14000 • Seguridad y Salud Ocupacional – OHSAS 18000 • Seguridad de la Información - 27001
Fundación Telefónica	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de acción social Pro Niño por la erradicación del trabajo infantil • Red de Aulas Fundación Telefónica • VII Encuentro de Educación • Promoción del IV Encuentro Internacional contra Trabajo infantil • III Encuentro Nacional de Jóvenes

Fuente: Telefónica Ecuador

Elaborado por: Gabriela Erreis Durán

El Gobierno de la Provincia de Pichincha durante las 4 ediciones del Reconocimiento General Rumiñahui otorgó a Telefónica Ecuador el mismo por sus buenas prácticas en RSC, cumplimiento del Triple Bottom Line y por el continuo diálogo con sus stakeholders (GADPP, 2012). Además, en el año 2011, de acuerdo a la Vicepresidencia de la República como la empresa con mejores prácticas en Inserción Socio-laboral de personas con discapacidad ya que cumple con el 4% de la nómina en contratación de este grupo. Y del mismo modo, la Corporación Ekos la ha reconocido como la empresa con mayor capital de marca en telefonía celular (TELEFÓNICA ECUADOR, 2013).

En este mismo año fue considerada como el segundo mejor lugar para trabajar en Ecuador y América Latina, y en el 2012 obtuvo el primer lugar de acuerdo al Instituto Great Place to Work (REVISTA LÍDERES, 2012).

Debido a la importancia económica de la empresa en el país y el impacto de su actividad en los aspectos sociales y ambientales, un estudio más profundo de esta organización será llevado a cabo en el capítulo siguiente durante el análisis del aporte de Telefónica Ecuador en el cumplimiento de las metas del milenio.


2.3.2. Empresas nacionales grandes con RSC

Entre las empresas de esta categoría que se han destacado por la implementación exitosa de modelos de gestión responsable en su estrategia de negocios, tenemos a la Empresa Eléctrica Quito, Pronaca, Adelca (GDPP, 2011), y entre otras el Banco Pichincha. La Analista de Calidad de Servicio del Área de Marketing, Ing. Linda Castillo, considera que las iniciativas en RSC que ha emprendido el Banco del Pichincha se evidencian principalmente a través de la Fundación Crisfe con los programas de voluntariado, incentivos a la innovación microempresarial y asesoría financiera. Por lo que en este año ha sido considerada por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y AliaRSE como Empresa Ejemplar en América Latina (CERES). Sin embargo, la aplicación de estas políticas ha sido reciente y no ha dado una socialización a nivel internacional en el periodo de este estudio.

Cervecería Nacional S.A.

Una de las empresas con mayor trayectoria en el país y destacada en los rankings financieros es sin duda Cervecería Nacional siendo una de las 20 más grandes del Ecuador. Ésta inició sus operaciones en 1887; gracias a su producto estrella Pilsener, la compañía en 1913 se consolidaría en el mercado. A nivel nacional cuenta con 1601 distribuidores y 1445 empleados, de los cuales 585 corresponden a la planilla de Quito (CERVECERÍA NACIONAL, 2012). Desde el 2005 formó parte de SABMiller, con lo cual se inició la sistematización y medición de indicadores vinculados con el desarrollo sostenible y un modelo de gestión basado en RSE (REVISTA EKOS NEGOCIOS, 2012). Cervecería Nacional es una de las organizaciones modelo que realiza actividades de RSC en las áreas de la comunidad impactadas por sus operaciones.

CUADRO 10
RSC EN CERVECERIA NACIONAL S.A.

	POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN CERVECERIA NACIONAL
Busca:	- Generación de empleo y desarrollo empresarial a través de la inversión social
Prioridades:	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo responsable de bebidas alcohólicas • Acciones éticas y transparentes • Mejoras en la cadena de valor • Bienestar de comunidades • Producir más con menos recursos (agua) • Impulso de producción limpia • Reciclar y reutilizar empaques • Operación “Cero basura” • Prevención VIH • Respeto de derechos humanos • Igualdad de Oportunidades
Modelo de Negocio	<i>Compromiso de la empresa con:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Cliente y consumidor • Colaboradores • Obligaciones • Medio Ambiente • Desarrollo sostenible y sustentable • Auto Regulación y Gobierno Corporativo • Comunidad e inversión social
Programas de Inversión Social	<ul style="list-style-type: none"> • Siembra Futuro • Negocios Inclusivos • Tiendas eficientes • Voluntariado • Deporte

Acciones	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencia proveedores locales, pequeños agricultores y microempresas • Generación de 938 empleos indirectos (2008) • Uso óptimo de agua • Operación ambiental cuenta con certificaciones ISO • Tratamiento y reutilización de residuos • Programa de reciclaje de envases • Pago de obligaciones tributarias (USD 148 millones- 2008) • Capacitaciones regulares por área de trabajo • Campañas de salud y seguridad ocupacional • Renovación y calidad de productos • Política de consumo responsable de alcohol • Programa “Disfruta” y “Conductor responsable” • Código de ética para empleador • Incorporación de pequeños empresarios y personas con escasos recursos a la economía • Transferencia de habilidades • Alianza con el Servicio holandés de Cooperación al Desarrollo y el consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible
Sistema de Gestión	<p><i>Integral</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ISO 9001 <p><i>De Calidad</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • OHSAS 18001 <p><i>De Seguridad y Salud Ocupacional</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ISO 14001 <p><i>Ambiental</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ISO 22000 <ul style="list-style-type: none"> • Sistema de Gestión de Inocuidad de alimentos • BASC • Sistema de Gestión en Control y seguridad física

Fuente: Cervecería Nacional S.A., CERES

Elaborado por: Gabriela Erreis Durán

Manteniendo este modelo de gestión sostenible, se ha perfilado como la sexta mejor compañía de las filiales de SABMiller, por su responsabilidad ambiental (CERVECERÍA NACIONAL, 2012). El reconocimiento de “Punto Verde” fue concedido a la organización por los óptimos procesos de producción al haber reducido en un 30% el consumo de agua y su reutilización en un 17,72% luego de su paso por la Planta de Tratamiento de Agua Residual. Además, redujo en un 22% el uso de combustible bunker en las operaciones y disminuyó el 1,5% del desecho de envases. Las ventajas económicas de estas acciones representaron un ahorro de casi 4 millones de dólares, siendo la inversión de 4 757 000 USD (CERES, 2012).

De acuerdo a la Directora de Asuntos Corporativos, Paola Roldán, las acciones que realiza Cervecería Nacional trascienden la filantropía. El compromiso con el entorno se evidencian en obras como mantenimiento de parques en

Cumbayá, y otras zonas aledañas a las plantas. A pesar de que los medios de comunicación no socialicen estos esfuerzos y se dé mayor cabida a los acontecimientos con los ex trabajadores de la CN (ARROYO y BALASTRO, 2012).

2.3.3. Pequeñas y medianas empresas nacionales responsables

La realidad de nuestro país con respecto a las pequeñas y medianas empresas de acuerdo a cifras de la OCDE, en el año 2010, representaban cerca del 95%, mismas que contribuían con entre el 60 y 70% en generación de empleo, estimándose una aporte del 55% del Producto Interno Bruto (OCDE, 2010). Para el 2011, el Servicio de Rentas Internas proporcionó cifras actualizadas en donde se determinó la existencia de 27.646 Pymes en el país, de las cuales el 34,96% se clasifican como medianas y el 65,04% como pequeñas. Concentrada un 43,29% de ellas en Pichincha y un 40,46% en Guayas. Siendo la pesca, agricultura y acuicultura los sectores con mayores ingresos, percibiéndose en promedio anual 2,5 millones de dólares en las medianas empresas ecuatorianas (REVISTA EKOS NEGOCIOS, 2011).

Cifras más actualizadas del 2012 muestran que el porcentaje de PYMEs en el Ecuador ha disminuido en relación a años anteriores, constituyendo el 75% de las empresas en el país. Sin embargo, sigue abarcando el 70% en generación de empleos (EKOS NEGOCIOS, 2012). Razón por la cual, en esta investigación también se ha tomado en cuenta el aporte de los programas y políticas de las pequeñas y medianas empresas de la provincia de Pichincha, al ser la zona geográfica que aglomera mayor número de empresas, específicamente Quito, al tener un impacto más cercano en la comunidad de los esfuerzos por lograr desarrollo sostenible.

Entre empresas medianas destacadas por su gestión sostenible tenemos Hotel Patio Andaluz, Mutualista Pichincha, Pfizer Ecuador, entre otras, que han sido merecedoras de reconocimiento en buenas prácticas por parte del GADPP. Sin embargo, en esta sección se analizará el caso de una pequeña empresa en aras de establecer que no es fundamental ser una empresa grande o mediana para ser socialmente responsable.

Gráficas Paola


Esta empresa nacional pequeña dedicada a servicios de diagramación y diseño gráfico, entre otros, está ubicada en Quito que empezó sus operaciones en 1987, que al 2012 contaba con 23 trabajadores. En el año 2000 obtuvo la certificación ISO 9001 (MORALES, 2012) y desde el 2005 mantiene una gestión responsable; apoyada en la Fundación Popular y Swisscontact, implementó un programa piloto con metodología de RS para Pymes a partir del año 2006; convirtiéndose en pionera en proyectos socialmente responsables con los clientes internos y externos, proveedores, estado, comunidad y ambiente (GRÁFICAS PAOLA, 2012).

Cabe dentro de este análisis debido a que las prácticas que desarrolla tienen repercusiones medioambientales, por ello se debe poner mayor énfasis en cuanto a prácticas respetuosas para con el entorno, la innovación en equipos y servicios coeficientes, al uso de materia prima sostenible, producción limpia y eficiencia energética. Además, el reconocimiento más importante con el que cuenta esta pyme fue otorgado en el 2009, en la segunda entrega del Reconocimiento General Rumiñahui a las Buenas Prácticas de Responsabilidad Corporativa. En su categoría, empresa nacional pequeña, recibió del Gobierno de la Provincia de Pichincha el Reconocimiento Triple Bottom Line y al Diálogo Social que considera la inclusión laboral de discapacitados, relación con stakeholders, liderazgo y anticorrupción, Reconocimiento al Diálogo Social, además del mayor premio denominado *Reconocimiento Anual General Rumiñahui a las Buenas Prácticas de RSC* (GADPP, 2009).

En el 2010, obtuvo Mención de Honor a las Buenas Prácticas de Diálogo con Stakeholders y de Gobierno Corporativo, y en el 2011 Mención de Honor a las Buenas Prácticas Justas de Operación y en asuntos consumidores en la IV Edición del Reconocimiento General Rumiñahui (GRÁFICAS PAOLA, 2013).

Sus prácticas respecto a RSC se describen a continuación:

CUADRO 11
RSE EN GRÁFICAS PAOLA

	POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN GRÁFICAS PAOLA
Busca:	<ul style="list-style-type: none"> - Motivar a sus colaboradores a realizar un mejor trabajo - Fortalecimiento de relaciones con clientes y socios estratégicos
Sistema de Gestión de Calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Programada Mejoramiento continuo de Calidad y Productividad (1999) • Certificación ISO 9001:2000 (2004) • Certificación (2007) y Recertificación (2008) SC 4737-1 de ICONTEC e IQNet – Compromiso de servicio y responsabilidad
Gobernanza de la Organización	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de Mejoramiento continuo y RSE • Comité de Calidad y RSE (detecta problemas) canal de comunicación entre trabajadores y directivos • Grupos de mejora por proceso (resuelve problemas) • Valorización, jerarquización y análisis de problemas que afectan procesos • Herramienta de diálogo para temas laborales (salarios, mejoras procesos)
Prácticas Laborales	<p><i>Elementos requeridos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Rentabilidad empresarial • Apoyo gerencial en programas de RSC, comprensión y apertura al diálogo <p><i>Condiciones de Trabajo</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Garantizar ambiente laboral adecuado • Incremento productivo debido a la satisfacción de la nómina • Se brinda refrigerio nutritivo al personal • Procesos de capacitación, entendimiento, y motivación a empleados de todo nivel educativo • Fortalecimiento de relación laboral a través de la comunicación • Encuestas de satisfacción de trabajadores • Actividades deportivas con el personal <p><i>Socialización de políticas corporativas</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Política de permisos • Políticas de Responsabilidad Social Empresarial • Acuerdos por escrito <p><i>Salud y Seguridad Empresarial</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipos con sensores para evitar accidentes • Programa de desparasitación • Apoyo en enfermedades crónicas • Plan de contingencia en caso de desastres naturales o por mal manejo de desechos tóxicos (incendios) • Provisión de extintores, proceso de manejo toxico, vías de evacuación <p><i>Desarrollo Humano</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitación interna de temas técnicos del personal (por falta de instituciones especializadas) • Capacitación en salud, finanzas, medioambiente, valores • Incentivo de la educación escolar de los hijos del personal a través de becas • Concurso de Libro Leído
Medio Ambiente	<p><i>Estricto control y manejo de residuos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Almacenamiento, procesamiento y reutilización de químicos • Clasificación y reciclaje de papel • Uso de papel con sellos ambientales o amigable con el ambiente • Se trabaja con papel reciclado • Utilización de tintas de fácil degradación • Implementación de válvulas para evitar el desperdicio de agua (2007) • Promoción del ahorro de energía • Certificaciones ambientales en uso de materia prima (Artepapel, Kymberly, Enores)
Consumidores	<p>Impresión ecológica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Papel reciclado • tintas orgánicas • Tamaño de papel adecuado para evitar desperdicio de recursos

Fuente; Gráficas Paola, Morales, Karina "Sostenibilidad Empresarial"
Elaborado por: Gabriela Erreis Durán

Tras la incorporación de políticas en Responsabilidad Social Corporativa en Gráficas Paola, de acuerdo a su gerente general Ing. Jorge Naranjo Paz, la empresa ha percibido los siguientes beneficios:

- Se redujo la rotación de trabajadores del 50% al 15% debido a la satisfacción y motivación en el puesto de trabajo.
- A través de los resultados de las encuestas realizadas se ha logrado determinar los problemas y dar soluciones a las brechas de inconformidad en aspectos corporativos y poder unir más a la empresa.
- Reducción en un 50% del consumo de agua.
- Preferencia del Consumidor (mayores ventas)
- Trabajadores motivados y con mayores capacidades y más comprometidos con la empresa

Las metas planteadas a futuro se enmarcan en ser una empresa 100% verde, continuar con la sensibilización de conciencia ambiental, sistematizar información y tener indicadores periódicos. Lo principal es difundir su gestión responsable y convertirse en un modelo a seguir por otras pymes (MORALES, 2012). Mediante el ejemplo de las pequeñas y medianas empresas se debe comprender que todo esfuerzo es contribución para el desarrollo del país.

CAPITULO III

APORTE DE LAS EMPRESAS CON RSC EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO

3.1. La Responsabilidad Social Corporativa y los Objetivos de Desarrollo del Milenio

3.1.1. El sector privado y los Objetivos de Desarrollo del Milenio, ODM

Las empresas que han incorporado Responsabilidad Social Corporativa en la estrategia de su negocio persiguen el desarrollo sostenible a través de estructuras económicas y un sistema institucional que vele por los niveles de equidad, empleo, seguridad, salud, así como conservación de biodiversidad. Son éstos precisamente los temas que están en la agenda mundial. Por ello, en septiembre del 2000 la Organización de Naciones Unidas, mediante sus diversos órganos de discusión, planteó un compromiso denominado el Pacto de Desarrollo del Milenio con 191 jefes de Estado y gobierno con la finalidad de alcanzar 8 objetivos y metas para el 2015 en torno a la problemática global (BANCO MUNDIAL, 2012).

IMAGEN 3 OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO



Fuente: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
Realizado por: PNUD

Los gobiernos y autoridades públicas de los países que se comprometieron a mitigar la situación actual debieron desarrollar planes nacionales acordes a su realidad (ALZAMORA, 2010). Sin embargo, dada la complejidad y dimensión de la problemática tratada en la Declaración del Milenio, se ha requerido de la participación de la sociedad civil y sectores privados como agentes de desarrollo, a

fin de aunar esfuerzos para contribuir en el cumplimiento de las metas planteadas (BID, 2006).

3.1.2. Importancia de la contribución empresarial en los ODM

En la última década se han dado progresos en la consecución de los objetivos del milenio gracias a la conjugación de esfuerzos de los gobiernos, la sociedad, las empresas y el apoyo de la comunidad internacional. Mismos que se vinculan en los ODM como actores y al mismo tiempo beneficiarios. Paralela a los ODM, la ONU lanzó la iniciativa del Pacto Global, a través del cual desde 1999 las empresas asumieron el compromiso de incorporar en sus operaciones diez principios (ver ANEXO A), promoviendo así la ciudadanía corporativa global (KINIGSBURG *et al.*, 2008).

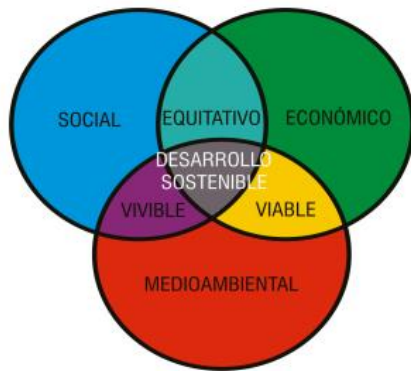
Nuevamente en el 2008, durante el Foro Económico Mundial los líderes empresariales fueron llamados a la acción a través del *Business Call to Action* (BCTA) para que a través del negocio procuren el éxito comercial y aporten al desarrollo sostenible y a los ODM. “Desde que el sector privado fue convocado a sumarse al trabajo conjunto para cumplir el compromiso de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, organismos intergubernamentales y asociaciones empresariales coinciden en que la principal forma de contribuir es desde la Responsabilidad Social Empresarial” (KINIGSBURG *et al.*, 2008:34). Es por ello, que en el caso de las empresas con RSC, a través de su actividad económica responsable, contribuyen con la generación de empleos, riqueza, experiencia, conocimientos, tecnología e innovación en pos del desarrollo de las comunidades y por ende en los objetivos del milenio debido a que la inversión estratégica es un factor clave en el crecimiento social y económico.

3.1.3. ODM relacionados con el Triple Bottom Line de las empresas socialmente responsables

Para lograr los objetivos del milenio se ha visto ya la importancia del aporte responsable de las empresas, y de cómo éstas deben ser evaluadas por sus prácticas empresariales y sus resultados en relación a lo económico, social y ambiental; por ello surge la necesidad de que estas actúen en el nivel social, ambiental y por supuesto económico. Según lo ha descrito Milton Friedman en 1970, las empresas deben progresar hacia un triple objetivo para sobrevivir en un

mediano-largo plazo, esto es si resultan “económicamente viables, medioambientalmente sostenible y socialmente responsable” (PATERNOSTER, 2009:19).

IMAGEN 4
TRIPLE BOTTOM LINE



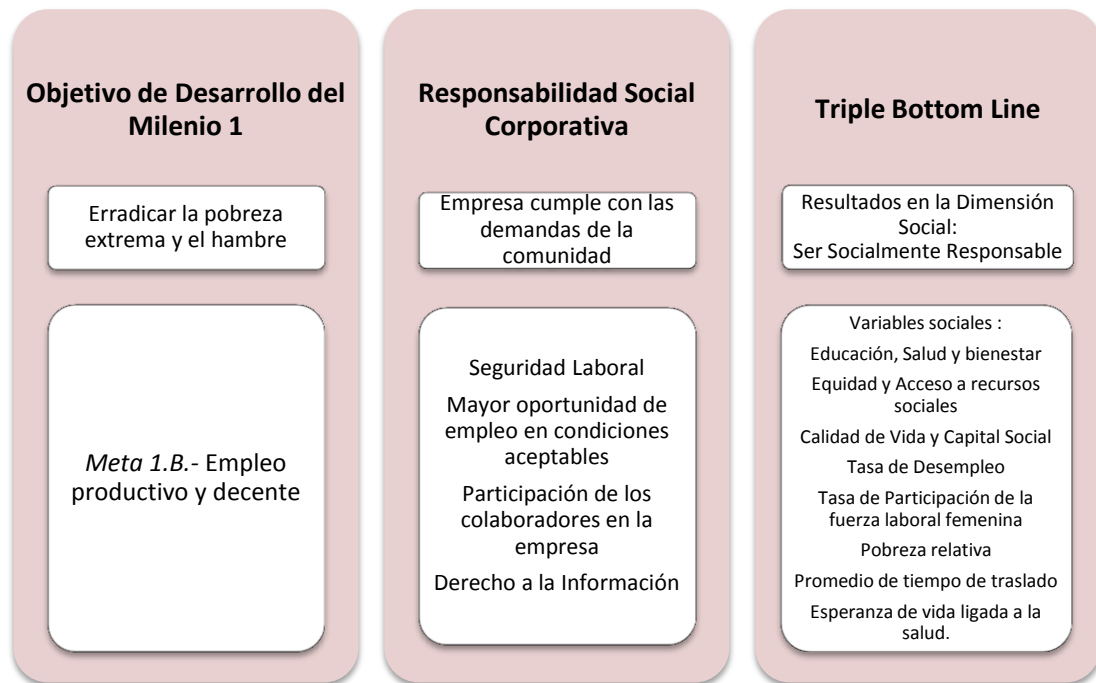
Fuente: Open Course Ware – UPM
Elaborado por: Universidad Politécnica de Madrid

La Triple Cuenta de Resultados o Triple Bottom Line (TBL) es el término con el cual se hace referencia al desempeño y resultado del negocio sustentable de una compañía, interrelacionando así tres factores: población, planeta y beneficios. Este marco de evaluación de sostenibilidad fue desarrollado por Jonh Elkington a mediados de 1990, en la cual además de los tradicionales valores de beneficios económicos, se incluyó las dimensiones sociales y ambientales (SLAPER y HALL, 2011). Para el análisis pertinente a la investigación presente, se ha tomado cada categoría del TBL (social, ambiental y económico) para su vinculación con el aporte de las acciones corporativas en la consecución de un objetivo del milenio específico.

Dimensión social

El Objetivo de Desarrollo del Milenio 1 sobre la erradicación de la pobreza extrema y el hambre, plantea a través de su meta 1.B “Alcanzar el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos, incluyendo mujeres y jóvenes” (PNUD, 2012) mismo que es tomado en este análisis al vincularse con la parte social del Triple Bottom Line, donde la empresa se integra con la sociedad civil y el estado para alcanzar el desarrollo.

CUADRO 12
RELACIÓN ODM 1, RSC Y EL TRIPLE BOTTOM LINE (EJE SOCIAL)



Fuente: PNUD, RAMIREZ, Alicia, e Indiana Business Research Center
Elaborado por: Gabriela Erreis Durán

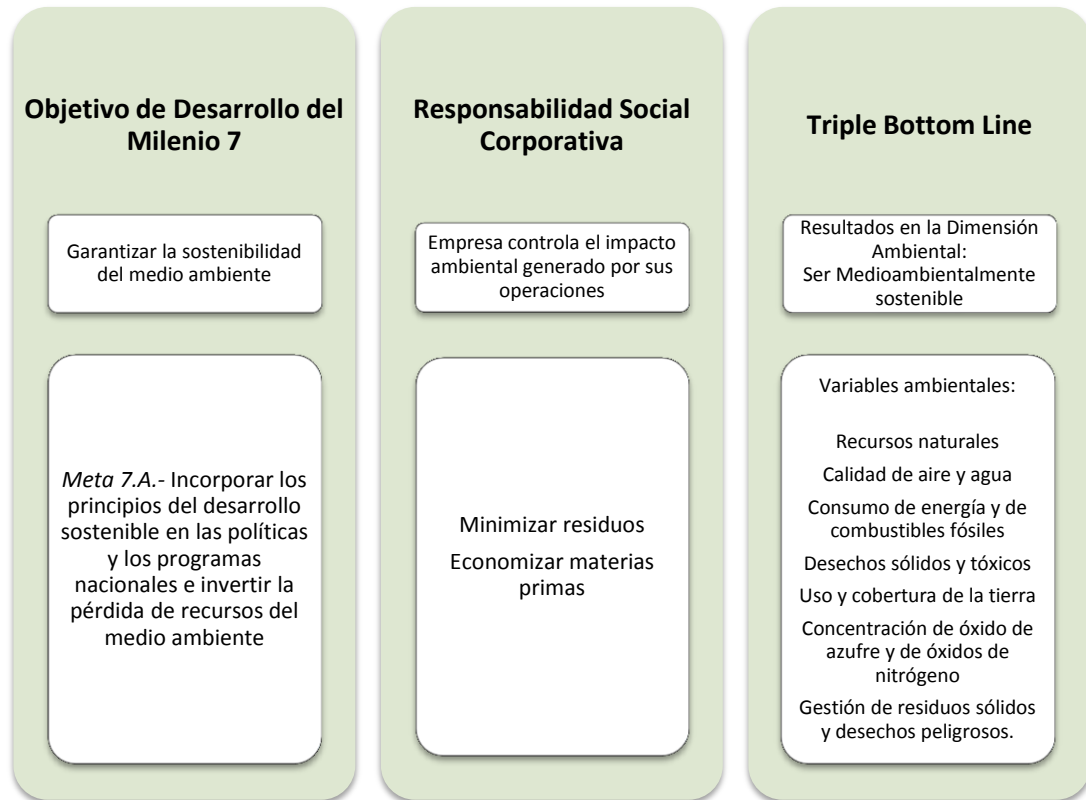
Así, de acuerdo a las variables sociales de la Triple Cuenta de Resultados, el objetivo del milenio 1 relacionado con el empleo se acopla a los modelos de gestión empresariales basados en RSC que promueven los derechos humanos y laborales, las prácticas laborales justas, la igualdad de oportunidades en la contratación del personal, se da apertura a la inclusión de mujeres y jóvenes en las planillas. Así también a través de los esfuerzos de las empresas en plasmar condiciones equitativas y éticas en el accionar diario y trato de colaboradores, y el clima laboral adecuado se puede generar el empleo productivo y decente perseguido por el ODM 1 (CEPAL, 2009).

Dimensión ambiental

Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente es el Objetivo del Milenio 7, alrededor del cual se ha centrado el análisis de la dimensión ambiental del TBL debido al impacto de las acciones empresariales en el sistema de vida. Dentro de las metas estipuladas para este ODM tenemos la 7.A.: Incorporar los principios del

desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales e invertir la pérdida de recursos del medio ambiente, también relacionada con los principios de RSC (CEPAL, 2009).

CUADRO 13
RELACIÓN ODM 7, RSC Y EL TRIPLE BOTTOM LINE (EJE AMBIENTAL)



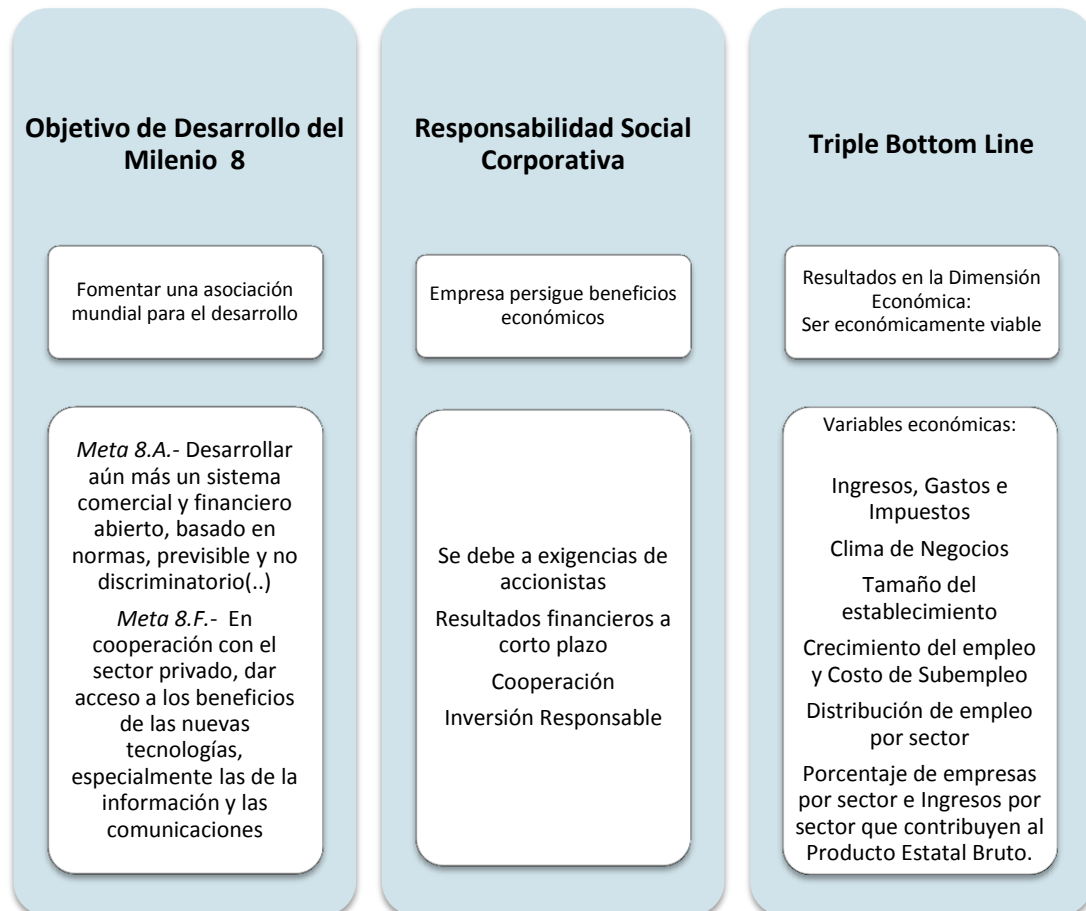
Fuente: PNUD, RAMIREZ, Alicia, e Indiana Business Research Center
 Elaborado por: Gabriela Erreis Durán

El eje ambiental del Triple Bottom Line (TBL) está ligado estrechamente con el Objetivo del Milenio que contempla las acciones encaminadas hacia la sostenibilidad del medio ambiente. Para la Responsabilidad Social Corporativa y el TBL las operaciones y procesos ecoeficientes repercuten positivamente tanto en el consumo responsable de agua y energía como en el manejo de residuos y emisiones (UPM, 2004).

Dimensión Económica

En el Objetivo de Desarrollo del Milenio 8 se busca fomentar una asociación mundial para el desarrollo, misma que en esta investigación se la ha vinculado a la dimensión económica de la Triple Cuenta de Resultados debido a que en su meta 8.A. se persigue desarrollar aún más un sistema comercial y financiero abierto previsible y no discriminatorio, basado en normas; así como la meta sobre la cooperación con el sector privado, para dar acceso a los beneficios de las nuevas tecnologías, especialmente las de la información y las comunicaciones (PNUD, 2012).

CUADRO 14
RELACIÓN ODM 8, RSC Y EL TRIPLE BOTTOM LINE (EJE ECONÓMICO)



Fuente: PNUD, RAMIREZ, Alicia, e Indiana Business Research Center
Elaborado por: Gabriela Erreis

3.2. Rol de las empresas en la consecución del ODM 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre

3.2.1. El Objetivo del Milenio 1 y su progreso en América Latina

Una de las problemáticas estipulada en los Objetivos del Milenio es la erradicación de la pobreza extrema y el hambre, correspondiente al Primer Objetivo. Para alcanzar este objetivo se han planteado metas relacionadas con la ocupación laboral, y la reducción del porcentaje de la población con ingresos menores a 1 USD por día y que padecen hambre. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe presenta un listado oficial en el 2008 sobre los indicadores y metas planteados (ver ANEXO F), aplicadas a la realidad de la región (CEPAL, 2012).

De acuerdo a datos del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, los indicadores que se toman en consideración en la meta de empleo productivo y decente del primer ODM abarcan la tasa de ocupación, la proporción de la población ocupada con ingreso inferior a 1 USD diario y de la población que trabaja independientemente. La tabla de progreso con respecto a este ODM muestra que los avances no son suficientes para conseguir la meta de persistir la tendencia actual en cuanto al empleo productivo y decente, mientras que el tema de erradicación del hambre si es factible de cumplirse para el 2015 (NACIONES UNIDAS, 2012).

CUADRO 15
ODM 1 - PROGRESO DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE

RESULTADOS OBJETIVO 1. EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE		
METAS	Reducir la pobreza extrema a la mitad	Pobreza Moderada
	Empleo productivo y decente	Déficit Moderado de empleo decente
	Reducir el hambre a la mitad	Hambre moderada

Fuente: Naciones Unidas
Realizado por: División de Estadística del Departamento de Asuntos Económicos y sociales de las Naciones Unidas

En la investigación para el fortalecimiento del Pacto Global denominada “Las empresas del Pacto Mundial en América Latina: contribución con los Objetivos de Desarrollo del Milenio” realizado por el Centro Regional de Apoyo para América Latina y el Caribe junto con IdeaRSE se estudió 22 empresas latinoamericanas y del Caribe, determinándose que el 81,8% de ellas contribuyen con la consecución del objetivo del milenio referente a la erradicación de pobreza extrema y el hambre, y con un 3,7% de beneficiados del total (CENTRO REGIONAL DE APOYO PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE e IDEARSE, 2010).

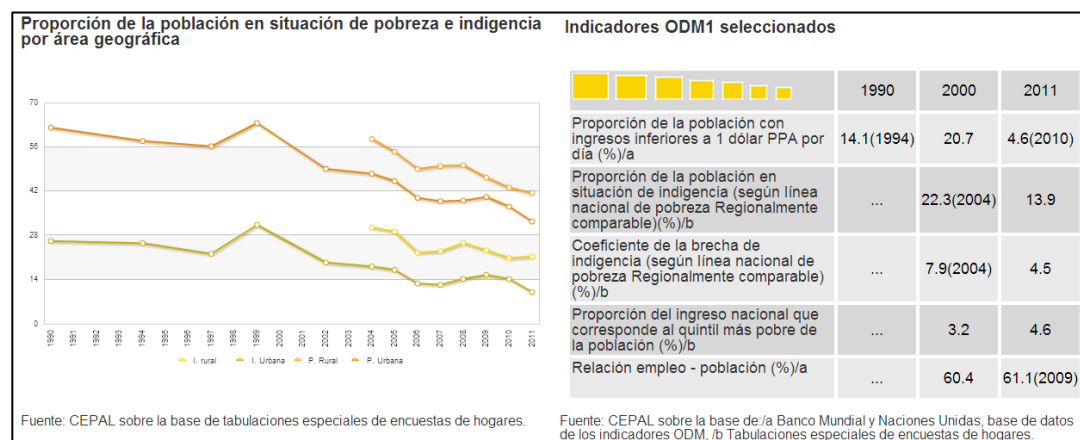
3.2.2. Estado de cumplimiento en Ecuador del Objetivo del Milenio 1

Para formarnos una idea más consolidada de la situación del país en torno a los ODM, se debe tomar en cuenta que al momento cuenta con 15.477.974 habitantes, que en el 2010 el PIB per cápita mantuvo la tendencia creciente de años anteriores y reportaba 8.100 USD, 8.600 USD y al 2012 8.800 USD. Así mismo, para los fines de análisis de este objetivo del milenio, cabe recalcar que para diciembre del 2012 la fuerza laboral correspondía a 6.779 millones (CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY, 2013).

La situación del país respecto a este objetivo del milenio de acuerdo al Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) al año 2010 había mejorado: la pobreza nacional se había reducido a 32,8%, la pobreza rural a 52,9% y la extrema a 13,1%. Mientras que la pobreza por ingreso en mujeres era del 33,2% (PNUD ECUADOR, 2013).

Mientras que datos de la CEPAL basadas en el Banco Mundial, la ONU y encuestas establecen que para el 2011 el 4,6% de la población tienen ingresos inferiores a 1 USD diario, el 13,9% vive en indigencia y el 61,1% de población con empleo (CEPAL, 2011).

GRÁFICO 4 ECUADOR Y EL OBJETIVO DEL MILENIO 1



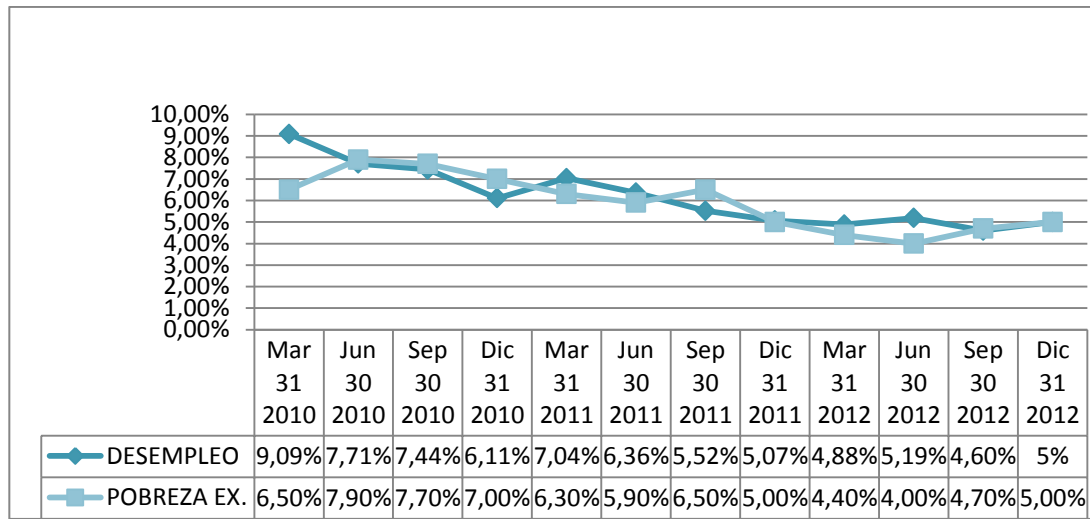
Fuente: CEPAL, División de Estadísticas
Elaborador por: CEPAL

Datos más actualizados que se ha podido recabar de un artículo de la Secretaria Nacional de Planificación para el Desarrollo (SENPLADES) en cuanto al porcentaje de cumplimiento de los ODM, muestra que en el periodo 2003 – 2012 “la pobreza por ingresos se redujo en más del 50%, y la pobreza extrema tuvo una disminución del 42%” (SENPLADES, 2013).

Durante el periodo 2010 – 2012, el país ha experimentado una constante tendencia a la disminución de desempleo, ya que a inicios del 2010 la tasa de desempleo llegaba al 9,09% y a finales del 2012 ésta disminuyó al 5% (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2013).

Según datos del INEC, la tasa de ocupados plenos en Quito es del 64,5%, el subempleo es del 29%, dejando así el desempleo en la ciudad de 4,2%. En cuanto a la pobreza de la población económicamente activa (PAE) en la capital de acuerdo a cifras del Banco Central en el año 2012 fue de 6,2% (EL TELÉGRAFO, 2012).

**GRÁFICO 5
TASA DE DESEMPLEO Y POBREZA EXTREMA ECUADOR**



Fuente: Banco Central del Ecuador, Enemdu
Elaborado por: Gabriela Erreis Durán

3.2.3. Contribución empresarial privada respecto al empleo productivo y decente como meta del ODM 1

Para con este objetivo y sus metas, las empresas con buenas prácticas repercuten, entre otras, en la generación de puestos de trabajo, contribución con el tipo de competencia de su sector, repercusión en la cadena de valor (comportamiento y costo) y el impacto en el nivel de ingresos (CENTRO REGIONAL PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, IDEARSE, 2010).

En este sentido, a continuación se realiza el análisis de las actividades implementadas en Responsabilidad Social Corporativa de empresas multinacionales grandes, nacionales grandes y Pymes, estudiadas anteriormente, y su contribución en la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio a través de diferentes herramientas.

Aporte de las empresas multinacionales grandes en el ODM 1. Estudio de caso: Telefónica Movistar Ecuador

Entre las actividades específicas enmarcadas en responsabilidad social corporativa realizadas por Telefónica Movistar Ecuador que contribuyen en la erradicación de la pobreza y el hambre, además de la generación de empleo a

nivel nacional, se recalca su posición al respeto de derechos humanos al ser parte de “Derechos Humanos: Una llamada a la Acción”, apegarse al sistema de Gestión Integrado de Seguridad y salud Ocupacional – OHSAS 18000, lo cual garantiza un ambiente de trabajo seguro y decente.

La multinacional Telefónica es una de las pocas empresas en Ecuador que evalúa sus actividades mediante MDG Scan para conocer de forma precisa su contribución en los objetivos del milenio (ver ANEXO G). Para esta evaluación, tras el registro, la empresa debió proporcionar información sobre el perfil corporativo y del país en el que opera, así como las actividades realizadas. Evaluando así el impacto de los factores como el valor agregado, creación de empleo, productos y servicios, y la inversión social en los Objetivos del Milenio. En cuanto al primer ODM, esta herramienta muestra que a través de sus actividades económicas beneficia a 10.368 personas en la erradicación de pobreza y el hambre (MILENIUM DEVELOPMENT GOALS SCAN, 2013).

De acuerdo al estudio del Centro Regional de Apoyo para América Latina y el Caribe e IdeaRSE, además de tomar en cuenta el reporte final de MDG Scan, se los contrastó en una matriz con los resultados del instrumento de evaluación Partnership Assessment Tool (PAT) que valora la alineación de la empresa con lo establecido por la ONU, la administración interna y externa, el efecto multiplicador, impacto socioeconómico y aspectos ambientales; determinándose para el caso de Telefónica Movistar Ecuador un impacto medio en Medios de Vida Sostenibles y alto impacto en el Desarrollo de la Comunidad (ver ANEXO H), y es el ODM que ocupa el cuarto puesto en relación al número de beneficiados por la empresa (CENTRO REGIONAL DE APOYO PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, IDEARSE, 2010).

A través de las memorias o reportes de sostenibilidad que Telefónica Movistar realiza anualmente, y publicadas hasta el 2011, se destaca la gestión responsable que realiza la organización para con sus colaboradores y presenta los siguientes resultados en la dimensión social:

TABLA 1
TELEFÓNICA MOVISTAR ECUADOR - DIMENSIÓN SOCIAL

Resultados - Dimensión Social				
	Unidad de Medida	2009	2010	2011
Promedio de antigüedad del personal	Unidades			5,60
Promedio de edad del personal	Unidades			34,20
Valoración del compromiso del personal	Porcentaje	89,49	92,70	92,30
Número de horas de capacitación	Unidades	51.046	72.229,10	56.992
Número de mujeres en puestos directivos	Unidades	1	1	1
Número de mujeres en la plantilla	Unidades	492	501	519
Número de empleados discapacitados	Unidades	43	46	47
Empleados permanentes	Unidades	1073	1105	1150
Número total de empleados	Unidades	1136	1160	1201

Fuente: Telefónica Movistar Ecuador
Elaborado por: Telefónica Movistar Ecuador

A fin de alcanzar el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos, incluyendo mujeres y jóvenes como se plantea en la meta 1.B, Telefónica a través de sus operaciones comerciales demuestra en estas cifras el aporte privado en la generación de empleo, ya que cuenta con 1201 colaboradores al año 2011, de los cuales el 4% son personas con discapacidad y el 43,21% son mujeres con lo cual se estaría incentivando la inclusión del género femenino en la actividad económica; así como la generación de empleo al mantener un 65% de proveedores nacionales. Representa además, el 1% del Producto Interno Bruto (TELEFÓNICA ECUADOR, 2012).

Aporte de las empresas nacionales grandes en el ODM 1. Estudio de caso: Cervecería Nacional Ecuador

A través de sus actividades y programas en responsabilidad social empresarial, Cervecería Nacional busca el desarrollo, y se ha planteado como una de sus prioridades a la igualdad de oportunidades y el respeto a los derechos humanos por lo que se guía por un código de ética y por el Sistema de Gestión ISO 14001 de Seguridad y Salud Ocupacional. Cervecería Nacional promueve su programa de Negocios Inclusivos a través del cual contrata a pequeños empresarios y personas con escasos recursos, contribuyendo así a su economía familiar así como nacional (CERVECERÍA NACIONAL, 2012).

De esta manera su contribución principal en este objetivo del milenio es la generación de empleo, ya que cuenta con 1445 empleados y 1601 distribuidores; a quienes brinda capacitación en sus áreas de trabajo como también los hace partícipes de campañas de salud y seguridad ocupacional. Además, da prioridad a la contratación de proveedores nacionales ya sean pequeños agricultores o microempresas, de esta forma ha generado más de 938 empleos indirectos la igualdad de oportunidades (CERVECERÍA NACIONAL, 2012).

La contribución de esta compañía de acuerdo al análisis de MDG Scan, se da únicamente al primer objetivo del milenio según datos recopilados en esta herramienta de los proyectos y programas relacionados con los negocios inclusivos para pequeños agricultores de arroz, que favorecen en la erradicación de la pobreza y el hambre. Es decir, debido a los efectos indirectos sobre la reducción de la pobreza, la cantidad de trabajos creados incluyendo los empleos indirectos, Cervecería Nacional beneficia a un mayor número de personas a través de este ODM, quienes son parte del 3,3 de favorecidos por las acciones del 81,8% de empresas que contribuyen con este objetivo. El impacto de Cervecería Nacional respecto a los Medios de Vida Sostenibles es alto, mientras que ejerce un mediano impacto en el desarrollo de la comunidad (ver ANEXO H) lo cual significa que sus prácticas son notables y podrían llegar a ser referencia (CENTRO REGIONAL DE APOYO PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE e IDEARSE, 2010)

Aporte de Pymes nacionales en el ODM 1. Estudio de caso: Gráficas Paola

En el caso de las Pymes, se cuenta con escasa información ya que no se dispone de datos de las memorias de sostenibilidad debido a que su realización no es sistematizada. El impacto individual de las PYMES en los objetivos del milenio es menor; sin embargo, al ser en volumen el grupo predominante en nuestro país su contribución puede ser significativa siempre y cuando el conjunto de empresas pequeñas y medianas apliquen prácticas responsables.

Se debe tomar de nuevo en cuenta que el número de empleados considerado para las pequeñas y medianas empresas se componen entre 11 y 50 colaboradores y 51 y 200 colaboradores, respectivamente. En el caso de estudio

de Gráficas Paola, pequeña empresa reconocida por su gestión en responsabilidad social, las acciones que pueden servir de modelo para la consecución del primer objetivo del milenio engloban su compromiso en prácticas laborales que brindan condiciones decentes de trabajo a través de capacitaciones y la apertura al diálogo con la nómina fortaleciendo así las relaciones y motivando al personal (MORALES, 2012). Además, en su nómina cuenta con 23 colaboradores, impulsando así la economía de este grupo y sus familias.

3.3. Papel de las empresas en la consecución del ODM 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente

3.3.1. El Objetivo del Milenio 7 y su estado de cumplimiento en América Latina

El calentamiento global y el agotamiento de la capa de ozono, así como la extinción de especies son problemáticas internacionales que se enmarcan en este ODM. Estas se han ido acentuando y acelerando debido a las actividades humanas. Convirtiéndose así en uno de los objetivos más vinculantes debido a que compromete la acción local en los efectos y repercusiones globales, así como el papel de otros objetivos del milenio con el cumplimiento de éste, ya que el desarrollo debe ir de la mano con la sostenibilidad ambiental (UNFPA, 2013).

Para ello, la ONU ha venido realizando esfuerzos conjuntos con los países suscritos al Pacto de Desarrollo del Milenio así como, entre otras, la Conferencia de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y el Desarrollo (CNUMAD), la Agenda 21, la Conferencia de Río +20. Donde el tema principal gira en torno al desarrollo sostenible que vela para que con las acciones tomadas para satisfacer las necesidades presentes no se comprometa la capacidad del medio ambiente de satisfacer las necesidades venideras. Es decir, reconocer en los procesos económicos el papel del medio ambiente y los recursos naturales (UNFPA, 2013). Con el Objetivo 7 se espera llegar a cumplir con 4 metas y 10 indicadores (ver ANEXO I) hasta el 2013 (PNUD, 2012):

Los progresos de América Latina y el Caribe con respecto a este Objetivo del Milenio que busca garantizar la sostenibilidad ambiental, han sido recogidos por la Naciones Unidas en la siguiente tabla:

CUADRO 16
ODM 7 - PROGRESO DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE

RESULTADOS OBJETIVO 7 EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE		
METAS	Reducir a la mitad la proporción de la población sin fuentes mejoradas de agua potable	Alta Cobertura
	Reducir a la mitad la proporción de la población sin servicios de saneamiento	Cobertura Moderada
	Mejorar la vida de los habitantes de tugurios	Moderada proporción de habitantes en tugurios

* En este Reporte Mundial de las Naciones Unidas no se incluye la meta 7.A. referente a la incorporación de principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales e invertir la pérdida de recursos del medio ambiente

Fuente: Naciones Unidas (2012)

Elaborado por: División de Estadística del Departamento de Asuntos Económicos y sociales de las Naciones Unidas

De los cuales, de continuar con el accionar actual se corre riesgo de no cumplir con la meta sobre los habitantes de tugurios y su calidad de vida, mientras que se denota grandes progresos en cuanto al acceso a mejorados recursos hídricos, así como la provisión de servicios de saneamiento (NACIONES UNIDAS, 2012).

3.3.2. Situación en Ecuador respecto al Objetivo del Milenio 7

En nuestro país se han dado varios avances en relación a este objetivo partiendo de los esfuerzos públicos a través de la Constitución e iniciativas como el mecanismo de contaminación neta privada al dejar el crudo bajo tierra. El trabajo conjunto llevado a cabo con el programa Socio Bosque con la comunidad brinda protección a 629.476 hectáreas de bosque (PNUD ECUADOR, 2013). Teniendo al año 2010 el 35,6% de la superficie cubierta por bosques (CEPAL, 2011).

TABLA 2
ESTADÍSTICAS ECUADOR – OBJETIVO DEL MILENIO 7

Indicadores ODM7 seleccionados			
	1990	2000	2010
Proporción de la superficie cubierta por bosques (%)	49.9	42.8	35.6
Emisiones de dióxido de carbono per cápita (Ton. Métricas)	1.6	1.7	2.1(2009)
Consumo de sustancias que agotan la capa de ozono (Ton. Métricas de ODP)	648.6	354.9	55.1
Proporción de áreas terrestres y marinas protegidas (%)	16.1	37.8	38.0
Proporción de la población urbana que vive en tugurios (%)	...	25.6(2001)	21.5(2005)

Fuente: CEPAL sobre la base de: Naciones Unidas, base de datos de los indicadores ODM.

Fuente: CEPAL - División de Estadísticas
Elaborador por: CEPAL

En cuanto a la meta de incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales e invertir la pérdida de recursos del medio ambiente de acuerdo al II Informe Nacional de los Objetivos de Desarrollo del Milenio del 2007, y última publicación oficial, no se han divulgado datos actualizados (CISMIL, 2007): En cifras, al 2010 el 72% de hogares contaba con acceso al agua potable y 16% en cuanto a hogares en hacinamiento desde para el 2010 se redujo en 14 puntos porcentuales respecto al 2006 (PNUD ECUADOR, 2013).

3.3.3. Contribución empresarial en la incorporación de principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales e invertir la pérdida de recursos del medio ambiente como meta del ODM 7

La acción empresarial para llevar a cabo el objetivo de desarrollo del milenio 7 con sus metas e indicadores, se da a partir del uso de tecnologías limpias en su sector de actividad económica; así como el reciclaje y explotación moderada de recursos naturales (CENTRO REGIONAL PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, IDEARSE, 2010).

Aporte de las empresas multinacionales grandes en el ODM 7. Estudio de caso: Telefónica Movistar Ecuador

Las actividades específicas que realiza Telefónica se basan en su política de preservación del medio ambiente y el cumplimiento de normas referente a esta temática. A fin de lograr la sostenibilidad ambiental, esta empresa se destaca en la considerable reducción de residuos generados por equipos electrónicos y

eléctricos en oficinas, así como el uso de papel a nivel interno entre el 2010 y 2011, como se muestra en la tabla anterior. El impacto de sus esfuerzos beneficia a 3.721.761 personas (ver ANEXO G) en el cumplimiento de este ODM (MDG SCAN, 2013). Telefónica presenta los siguientes resultados en la dimensión ambiental:

TABLA 3
TELEFÓNICA MOVISTAR ECUADOR - DIMENSIÓN AMBIENTAL

Resultados - Dimensión Ambiental				
	Unidad de Medida	2009	2010	2011
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos enviados a reciclaje	Kilogramos		18	4.317
Consumo de agua	Litros	20.718.700	15.814.000	16.544.000
Consumo de papel blanco en facturas	Kilogramos	48.293	50.736	62.645
Consumo de papel blanco en oficinas	Kilogramos	22.181,80	43.015	17.537
Consumo de papel reciclado en facturas	Kilogramos	0		0
Consumo de papel reciclado en oficinas	Kilogramos	0	2.269	2.269
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (Clientes)	Kilogramos	11	30.901	4.201
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (Oficina)	Kilogramos	100	33.978	116

Fuente: Telefónica Movistar Ecuador
Elaborado por: Telefónica Movistar Ecuador

Telefónica no contempla impacto ambiental a través de sus operaciones, según lo indica el estudio del Centro Regional de Apoyo para América Latina y el Caribe e IdeaRSE; así pues, el séptimo ODM es el que mayor número de beneficiados registra en el MDG Scan para la empresa, formando parte del 72,7% de empresas que contribuyen al ODM 7 (MDGScan, 2013).

Aporte de las empresas nacionales grandes en el ODM 7. Estudio de caso: Cervecería Nacional Ecuador

Las políticas empresariales de Cervecería Nacional tal como la certificación ISO 22000 de operaciones ambientales, el tratamiento y reutilización de residuos, programas de reciclaje, el aumento la producción con menos recursos hídricos y su programa de “Cero Basura”, es la contribución que realiza a los ODM, a partir de su modelo de negocio que destaca el compromiso con el medio ambiente y el desarrollo sostenible. Acciones por las cuales recibió el reconocimiento de “Punto Verde” por sus procesos de producción, ya que mostró reducción del 30% en el consumo de agua y el 22% en el uso de combustible bunker y el 1,5% en el

desecho de envases (CERES, 2012).

De acuerdo al estudio del Centro Regional de Apoyo para América Latina y el Caribe e IdeaRSE, la empresa registra un bajo impacto ambiental. Sin embargo, Cervecería Nacional no contribuye en este objetivo del milenio (ver ANEXO H) de acuerdo a la herramienta MDG Scan (MDG SCAN, 2013).

Aporte de las pequeñas y medianas empresas en el ODM 7. Estudio de caso: Gráficas Paola

El aporte individual de Gráficas Paola se da a través de su sistema de manejo de residuos, reciclaje de papel y utilización del mismo, programas para evitar el desperdicio de recursos hídricos y la reducción del consumo en un 50%, el ahorro de energía, utilización de papel amigable con el ambiente, entre otros (GRÁFICAS PAOLA, 2012). Al igual que el caso anterior, las pequeñas y medianas empresas individualmente no registran impacto en cuenta al ODM 7, por un lado debido a que no reportan sus actividades y a la falta de uso de herramientas para su análisis.

3.4. Incidencia de las empresas en la consecución del ODM 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

3.4.1. El Objetivo del Milenio 8 y el panorama en América Latina

El fomento de una asociación mundial, es considerado por muchos la solución para las desigualdades sociales mediante la cooperación. Este objetivo que contempla 6 metas y 16 indicadores (ver ANEXO J), se define como el compromiso por mantener economías depuradas, velar por su propio desarrollo y atender a las necesidades humanas y sociales. Para ellos, los países desarrollados prestarán ayuda a los países con menos recursos, en el ámbito comercial y en el pago de la deuda. Debido a que este objetivo enfatiza en la asociación mundial para el desarrollo, respecto a alianzas entre potencias y países pobres se tomará en consideración la necesidad de éstos últimos de poseer tecnología, medicamentos y puestos de trabajo enfocándose principalmente en el caso de los jóvenes (PNUD, 2012).

En el desarrollo de esta investigación se ha dado especial énfasis en las metas 8.A y 8.F referentes al desarrollo comercial y financiero y al acceso a nuevas tecnologías gracias a la cooperación privada, respectivamente. En cuanto a esta última meta, los avances en la región son destacables ya que de acuerdo a las Naciones Unidas se espera cumplir cabalmente con este objetivo para el 2015.

CUADRO 17
ODM 8 - PROGRESO DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE

RESULTADOS OBJETIVO 8 EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE		
META	Usuarios de Internet	Alto Uso

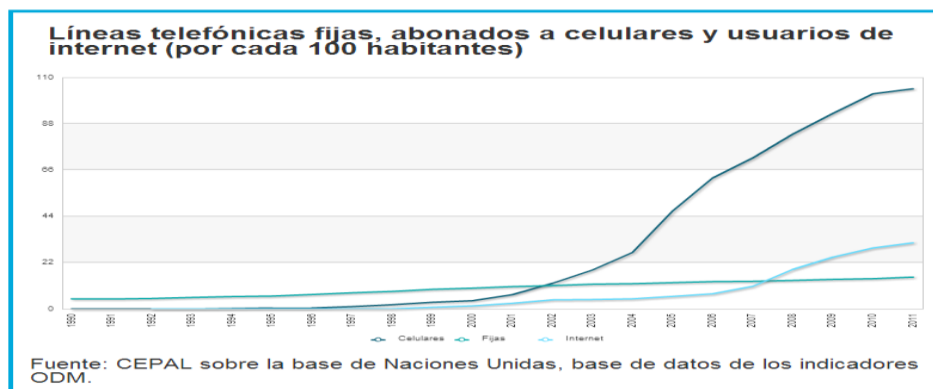
* En este Reporte Mundial de las Naciones Unidas no se incluyen todas las metas correspondientes al ODM 8
Fuente: Naciones Unidas (2012)
Elaborado por: División de Estadística del Departamento de Asuntos Económicos y sociales de las Naciones Unidas

3.4.2. Ecuador y el Objetivo de Desarrollo del Milenio 8

En el país se ha dado la tendencia a las alianzas estratégicas, por ello se han firmado tratados bilaterales alrededor del mundo, haciendo que la tendencia en las exportaciones sean destinos descentralizados, por tanto el nivel de concentración de las exportaciones en el 2010 fue 0.69. Además, en cuanto a la meta sobre hacer sostenible la deuda externa, se redujo del 51% al 15% del presupuesto para su pago.

Finalmente, el acceso a la información y tecnologías se ha extendido gracias a las nuevas redes de comunicación (PNUD ECUADOR, 2013). En este sentido, el acceso a la tecnología se evidencia en la creciente adquisición de internet y de celulares, y el número estable de líneas fijas (CEPAL, 2011).

GRÁFICO 6 ESTADÍSTICAS ECUADOR – META 8.F DEL ODM 8



Fuente: CEPAL - División de Estadísticas
Elaborador por: CEPAL

3.4.3. Contribución empresarial privada en el desarrollo de un sistema comercial y financiero abierto como meta 16 del ODM 8

Para la consecución de este objetivo, las compañías se han fijado promover la participación de todas las partes interesadas o stakeholders, a través de políticas internas. Además, se hace frente a retos y se alcanza metas comunes gracias a la colaboración de todos los actores, esto implica la coordinación de estrategias con el sector público y la sociedad civil (CENTRO REGIONAL PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE e IDEARSE, 2010):

Aporte de las empresas multinacionales grandes en el ODM 8. Estudio de caso: Telefónica Movistar Ecuador

Telefónica respecto a este objetivo del milenio se destaca con sus programas para fomentar la productividad a través del uso de TICs y brindando capacitación sobre la misma. En sus reportes de sostenibilidad, Telefónica muestra que a partir de la inclusión digital elimina brechas económicas, geográficas, además de contribuir con el servicio universal (TELEFÓNICA ECUADOR, 2012). A través de sus operaciones comerciales beneficia a 600 personas, y un total de 14.000 mediante las inversiones en la comunidad (MDG SCAN, 2013). Telefónica es parte del 68,2% de empresas latinoamericanas del Pacto Global que contribuye con este ODM y que en conjunto benefician al 50,5% de personas del total de favorecidos con la acción empresarial en los objetivos del milenio CENTRO REGIONAL PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, IDEARSE, 2010):

TABLA 4
TELEFÓNICA MOVISTAR ECUADOR - RESULTADOS DIMENSIÓN
ECONÓMICA

Resultados - Dimensión Económica			
	Unidad de Medida	2010	2011
Pago de Impuestos	Miles	79.366,8	95.605,42
Contribución al Servicio Universal	USD*		4.100.659,79
Inversión en I+D	Millones USD	3,69	6,03
Costo total de salarios	Millones USD	46,18	49,57
Ingresos de Telefónica	Millones USD	495,73	509,23
Inversión en CAPEX	Millones USD	78,68	76,06
P.I.B.	Millones USD	112.783,06	54.680,01

* Cifras de la tabla original en Euros, al cambio 1 Euro = 1,31 USD a abril 2013

Fuente: Telefónica Movistar Ecuador

Elaborado por: Telefónica Movistar Ecuador

Aporte de las empresas nacionales grandes en el ODM 8. Estudio de caso: Cervecería Nacional Ecuador

De acuerdo a los resultados de la herramienta MDG Scan, en los cuales se analizaron los programas de Cervecería Nacional, no se ha registrado impacto en la consecución del octavo objetivo del milenio (ver ANEXO H) por parte de esta empresa nacional. Esto debido principalmente a que los servicios y productos de Cervecería Nacional no contribuyen en esta meta del milenio ya que no está ligada a las infraestructuras de comunicación ni servicios financieros para consumidores y empresarios de países en desarrollo (MDG SCAN, 2013).

Aporte de las pequeñas y medianas empresas en el ODM 8. Estudio de caso: Gráficas Paola

De acuerdo a la lista de productos o servicios ofertados por las empresas y que tiene repercusión en el octavo objetivo del milenio, se encuentra el suministro de artículos de oficina y prestación de servicios asequibles (MDG SCAN, 2013). Rama en la que se encuentra esta pequeña empresa, al ofrecer a sus clientes servicio de impresión corporativa, publicitaria, editorial y social (GRAFICAS PAOLA, 2013). En cuanto al impacto de las actividades de Gráficas Paola en el cumplimiento de este ODM no se cuenta con información oficial ya que no reporta sus actividades, ni utiliza la herramienta MDG Scan.

3. ANÁLISIS

Durante la investigación de este trabajo se ha evidenciado que el rol del sector privado es una pieza clave dentro del desarrollo económico, así como social y ambiental. Idea que se materializó a partir de los años setenta, cuando las empresas fueron más allá de cumplir con sus operaciones comerciales y obligaciones fiscales para asumir responsabilidades con el entorno ambiental y la comunidad. Para ello, se dio un largo proceso de entendimiento de lo que realmente implica la Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial (RSC o RSE) ya que su alcance sobrepasa la filantropía y el marketing social.

Es así que se concibe a la RSC como un compromiso asumido voluntariamente por las organizaciones, para incorporar en su modelo de negocio un lineamiento sostenible en sus procesos de producción, que aportando a su crecimiento económico no descuide los factores sociales y ambientales. Es decir, que cumpla con los sistemas de gestión internacionales, índices de sostenibilidad, valores y los principios del Pacto Global para así velar por el bienestar de sus grupos de interés o stakeholders: accionistas, empleados, clientes, proveedores, gobierno, sociedad y medio ambiente, así como la competencia. Todo esto a través de su propia actividad comercial y la inversión social. Como tal ha sido adoptado en países desarrollados, donde este concepto ha sido mayormente divulgado y donde el 70% los consumidores dan mayor importancia al empresas con esta política debido a los beneficios generados en el ámbito económico, social y ambiental.

Tras esta tendencia de responsabilidad y sostenibilidad empresarial, se han llevado a cabo programas de organismos internacionales como la Organización de Naciones Unidas, Business in the Community, Dow Jones, la Organización Internacional del Trabajo, el Banco Mundial, el Global Reporting Initiative, la Comunidad Europea, entre otros, que buscan promover iniciativas como los reportes de sostenibilidad, programas de investigación, plataformas, normas y redes corporativas con el fin de fomentar y replicar acciones de responsabilidad social empresarial. Tal es el caso de Unilever NV, que a través de su "Plan de Vida

Sustentable” reduce la huella ambiental de sus operaciones a partir del proyecto Cero Residuos, beneficia a cerca de 135 millones de personas en sus programas de salud y bienestar, e impulsa su crecimiento en el mercado. Su lema desde el 2010 recalca que las pequeñas acciones representan una gran diferencia.

En la región latinoamericana, por el contrario, los resultados de esta investigación demuestran que existe poca evolución en cuanto a la Responsabilidad Social Corporativa, ya que aún se lo desarrolla en un marco paternalista y no sistematizado. Mayormente, son las compañías multinacionales quienes desarrollan e implementan políticas de RSC siguiendo los lineamientos de la casa matriz. No obstante, la región está constituida en un 95% por pequeñas y medianas empresas, por tanto son estas el motor de la economía ya que aportan con el 50% del PIB. Mismas que por desconocimiento y falta de capital no aplican gestiones sostenibles; y al mantener estrecho contacto con la comunidad realizan obras sociales que al no ligarse con sus actividades económicas, no son tomadas como RSE. Según Deloitte, en nuestro país el 84% del sector corporativo lo considera esencial para el futuro del negocio. Sin embargo, solo un 55% ha asumido su responsabilidad para con el medioambiente y la comunidad, implementando parcialmente políticas responsables.

A fin de promover esta gestión, las organizaciones privadas que cumplen con normas ambientales, laborales, de calidad y sostenibles han sido reconocidas por entidades públicas a través del “Punto Verde” y los sellos “Hace Bien” y “Hace Mejor”. Además, las empresas que operan al menos en un 30% dentro de la ciudad de Quito, con una labor ejemplar en materia de buenas prácticas sostenibles han sido galardonadas por el Gobierno de la Provincia de Pichincha mediante el “Reconocimiento a la Responsabilidad Social Corporativa General Rumiñahui”, que realza los esfuerzos de las compañías en cuanto al cumplimiento de estándares de sus proyectos y operaciones.

En las diferentes categorías, de acuerdo al tamaño de la empresa participante, se destaca la multinacional Telefónica Movistar Ecuador que a través de sus principios y herramientas busca el desarrollo del negocio y el progreso de las comunidades. Dentro de las empresas nacionales grandes, Cervecería

Nacional del Ecuador ha sido acreditada por sus procesos de producción con el reconocimiento “Punto Verde” al disminuir el uso de recursos hídricos, de bunker y disminución de desechos. Y Gráficas Paola por los reconocimientos y menciones de honor General Rumiñahui por cumplir con el Triple Bottom Line (sustentabilidad social, económico y ambiental), el Diálogo con los stakeholders y por sus prácticas de RSC.

Debido a que mediante las políticas de responsabilidad social empresarial, las compañías se han convertido en entes con modelos sostenibles en la generación de fuentes de empleo, recursos económicos y tecnología, son co-responsables del crecimiento social y de la sustentabilidad ambiental. El impacto de su negocio de manera directa o indirecta estimula el desarrollo; es decir, a través de sus operaciones generan empleo y contribuyen al PIB y mediante los procesos controlados de bienes y servicios reducen el impacto ambiental.

En Ecuador, como en América Latina, la problemática social caracterizada por la pobreza, el desempleo, el hambre, la inequidad, así como la explotación desmedida de recursos naturales, la contaminación, el acceso a tecnologías y la deuda externa son un obstáculo para el desarrollo. Por ello, se dio el requerimiento de la comunidad internacional de aunar esfuerzos entre los sectores público, privado y la sociedad civil, a través del Pacto Global y Business Call to Action para así en conjunto alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) propuestos para el 2015.

Tras el desarrollo de este trabajo investigativo se determinó que las dimensiones en las que se desempeña una compañía, o Triple Cuenta de Resultados, se alinean con los Objetivos de Desarrollo del Milenio en la medida de los resultados esperados. Así, el primer ODM propone erradicar la pobreza extrema y el hambre, que a través de la meta de empleo productivo y decente, se alinea con el eje social del TBL. La tasa de pobreza extrema en el país ha mantenido una tendencia decreciente entre el periodo 2010 y 2012 pasando de una tasa de 7% a 5%. En el mismo periodo, el desempleo ha presentado una tendencia a la baja (6,11%, 5,07 y 5%). Misma que se puede reducir mediante la generación de empleo por parte de las multinacionales y nacionales grandes, y las

pymes. Si tomamos en cuenta que el número de empresas en el país en el 2012 fue de alrededor 179.830, de acuerdo al INEC, el impacto de su gestión sería realmente importante si todas cumplieran con RSC, tal como lo hace Cervecería Nacional que a través de sus esfuerzos contribuye en la consecución de este ODM, generando el mayor número de beneficiados de la empresa respecto a los objetivos del milenio de acuerdo a la herramienta de análisis MGD Scan.

Garantizar la sostenibilidad ambiental es el séptimo objetivo del milenio que se alinea al eje ambiental de la Cuenta Triple de Resultados, mientras el octavo a través del fomento de una asociación mundial se enmarca en la dimensión económica de ésta. Tanto las licencias ambientales, como el uso eficiente de recursos contribuyen al ODM 7; y por otro lado, proporcionar el acceso a las comunicaciones y tecnología conlleva avances en el cumplimiento del ODM 8. En nuestro país, Telefónica Movistar se destaca notablemente en la contribución a estos dos objetivos, debido a que a través de sus programas en inversión social y actividades comerciales beneficia a más de 3.862.361 personas.

Del total de empresas ecuatorianas, apenas el 13% realizan memorias de sostenibilidad para medir el impacto de sus acciones en lo social, ambiental y económico; y un porcentaje aún más reducido realiza el análisis de su actividad mediante herramientas que miden la contribución en los Objetivos del Milenio. Sin embargo, de los contados casos, se ha estudiado el aporte de tres empresas (multinacional, grande y pyme) que además de obtener beneficios económicos, sociales y ambientales, han sido reconocidas por sus buenas prácticas. Demostrándose así el aporte del sector privado en los Objetivos de Desarrollo del Milenio, sea a gran escala como es el caso de las empresas multinacionales que cuentan con sistematización de las políticas de RSC, así como la contribución de las grandes empresas nacionales que están incursionando en este modelo de gestión.

De la misma forma, las pequeñas y medianas empresas han ido adaptando RSC e implementándola como política. Sin embargo, su participación individual en los ODM no es tangible debido a que no existe cultura de socialización de acciones ni resultados. No obstante, al representar el 75% de empresas presentes

en el país y ser el motor de la economía, la réplica de programas como los realizados por Gráficas Paola S.A., en conjunto pueden favorecer el panorama socio económico del país y por ende representar avances en los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Toda acción local tiene repercusiones en el ámbito global, sean éstas positivas o negativas.

Tal como lo establece la teoría de Desarrollo Sostenible, los esfuerzos gubernamentales y empresariales encaminados a la eliminación de conflictos sociales, la integración y el crecimiento económico no deben descuidar los costos sociales y ambientales. Reed sugiere que en estos tres ejes de acción para el desarrollo se aumenten los flujos de ingresos a la par con la equidad y la integridad ambiental pensada a largo plazo. Lo que conlleva a la crisis son los sistemas de producción y modelos insostenibles que maximizan el uso de recursos naturales en lugar de dar énfasis al potencial productivo y la calidad de vida. La teoría desarrollista se conjuga con la Responsabilidad Social Corporativa en el más extenso sentido de la búsqueda por el desarrollo sustentable que, como afirma Gro Harlem Brundtland, satisfaga las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de responder a las futuras.

4. CONCLUSIONES

- Mediante la presente investigación se concluye que la hipótesis es verdadera ya que la gestión empresarial estructurada de acuerdo a las Memorias de Sostenibilidad del GRI, incide positivamente en el panorama socio-económico de Quito, gracias a los beneficios que conlleva la aplicación de políticas de Responsabilidad Social Corporativa; y esta inversión privada responsable representa a su vez un aporte en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio compatibles con la Triple Cuenta de Resultados.
- En primera instancia, la RSC o RSE es la participación voluntaria de las empresas en la lucha por conseguir la disminución de problemas socio-económicos, ambientales y de corrupción a través del ejercicio responsable de sus operaciones diarias. No debe ésta ser confundida con acciones filantrópicas, de beneficencia, caridad o altruismo; sin embargo, se debe

considerar que las buenas prácticas y políticas de RSC trabajan en el mismo eje de los valores, la ética y los principios organizacionales; es decir, actuar de manera socialmente responsable o sostenible reside en medir el impacto de las actividades empresariales. Existen varias definiciones sobre esta temática, sin embargo lo que realmente tiene importancia es cómo ésta es llevada a la práctica.

- La RSC está basada en varios programas y sistemas mundiales que cubren las dimensiones de éste modelo de negocio, entre ellas el Pacto Global y Business Call to Action de la ONU, los Objetivos del Milenio, normas internacionales ISO, e índices de sostenibilidad como Dow Jones.
- En los países desarrollados se vive la cultura de la Responsabilidad Social Corporativa 2.0 (RSC 2.0) tras haber pasado desde 1972 por diferentes etapas: la Era de la Codicia cuando primaban solo los intereses de los accionistas, la Era de la Filantropía, la Era del Mercadeo, la Era de la Gestión, para finalmente llegar a la Era de la Responsabilidad.
- Las empresas latinoamericanas no han desarrollado e implementado un modelo de gestión sostenible y sistematizado a través de la realización y socialización de memorias de sostenibilidad del GRI.
- Los obstáculos que se presentan para incorporar políticas de responsabilidad social corporativa se enmarcan en la concepción de que esta actividad es un gasto más para la empresa; y por lo mismo, la empresa no está en condiciones para incluir en su presupuesto rubros por implementar sistemas de gestión internacionales.
- En Ecuador, y el resto de la región, se desarrollan programas de responsabilidad social en un marco paternalista, que contribuyen con a mitigar la problemática social, mas estos programas y acciones no están ligadas a las operaciones comerciales de la empresa.
- En el país no se ha desarrollado una cultura cimentada en la sostenibilidad,

por tanto no se ha dado mayor importancia a la difusión y réplica de acciones corporativas socialmente responsables tanto para con los accionistas como para con la comunidad, sus empleados, el medio ambiente, los proveedores. Por ello, sólo el 13% de empresas reportan sus actividades a través de herramientas y guías internacionales como las memorias de sostenibilidad.

- Un importante avance en la promoción de prácticas de responsabilidad social empresarial, además de los programas permanentes de organismos internacionales, regionales y nacionales, es la iniciativa de reconocer públicamente la gestión sostenible de empresas públicas y privadas.
- La contradicción de la premisa de que la región donde más recursos naturales existe es la más pobre, se explica a través de la explotación insostenible de los mismos. Tradicionalmente los recursos no renovables han sido el motor del desarrollo. Por ello, la propuesta a través de las buenas prácticas es recurrir a tecnologías limpias y el uso eficiente de recursos energéticos, hídricos, entre otros.
- Resaltar la labor, resultados e impactos de las actividades y proyectos de una empresa en lo social económico y ambiental a través de reconocimientos públicos y certificaciones es fundamental para fomentar la tendencia de gestión responsable, ya que ésta se convierte en un modelo a seguir y a ser replicada por otras compañías del sector.
- Los beneficios en el aspecto laboral, productivo, comercial, financiero, competitivo, en el nivel de vida y ecológico, experimentados por las empresas que deciden adoptar estrategias que involucren RSC en su planificación interna, se evidencian en el continuo crecimiento económico, fortalecimiento de la marca y la preferencia del cliente. Esto se da desde las microempresas hasta las multinacionales, a pequeña y gran escala.
- Los países desarrollados llevan gran ventaja en cuanto a prácticas responsables, en los países sudamericanos no se priorizan temas de comercio justo y políticas verdes, se da mayor atención a la problemática social., No

obstante, los países más sobresalientes en la región latinoamericana en cuanto a RSC son Argentina, Brasil y México,

- El impacto de las empresas multinacionales que operan en el Ecuador en el crecimiento económico de la ciudad y del país, así como en la consecución de los objetivos del milenio, es mayor debido no solo al número de trabajadores y filiales con las que cuenta alrededor del país, sino también a la planificación sistematizada de estrategias, acciones y reportes.
- El panorama socio-económico de la ciudad de Quito percibe el impacto positivo de la gestión empresarial responsable de pequeñas, medianas y grandes empresas nacionales generado por buenas prácticas y operaciones sostenibles. Esto debido a que las operaciones de producción y comercialización parten de las directrices de los reportes o memorias de sostenibilidad, involucrando a la gente de la comunidad y el entorno. Mismas que están basadas en políticas de Responsabilidad Social Corporativa que buscan mantener el equilibrio entre el flujo óptimo de ingresos, la equidad social y al sustentabilidad ambiental.
- El sector privado contribuye al desarrollo; si es sostenible, éste también lo será. La contribución que realice una empresa privada con RSC a los ODM depende de las características corporativas como su tamaño, el sector en el cual se desarrolle, la inversión social que realice y la socialización de resultados.
- Las operaciones y actividades comerciales, así como la inversión social y los productos o servicios mayormente contribuyen a los objetivos del milenio 1, 7 y 8, individualmente, se relacionan con cada uno de los ejes del Triple Bottom Line (TBL) o Cuenta Triple de Resultados.
- El ODM 1 se requiere disminuir la pobreza y el hambre, a través de empleo por lo cual se vincula con el eje social del TBL. El ODM 7 pretende garantizar la sostenibilidad del medio ambiente ligado evidentemente al eje ambiental, y el ODM 8 que busca fomentar alianzas globales para el desarrollo se relaciona

con el eje económico.

- Del estudio realizado de las empresas Telefónica Movistar Ecuador, Cervecería Nacional S.A, y Gráficas Paola, que operan en Quito-Ecuador, la compañía con mayores reconocimientos en el periodo 2010-2012 por sus buenas prácticas de responsabilidad social corporativa y que reporta anualmente mediante memorias de sostenibilidad fue Telefónica, misma que impacta en un nivel medio en los medios de vida sostenibles y genera un alto impacto en el desarrollo de la comunidad. Además, contribuye en los objetivos del milenio 1,7 y 8 beneficiando a 3.872.729 personas.

5. RECOMENDACIONES

- Actualizar la información del país en torno al cumplimiento de los Objetivos del Milenio, con el fin de tener una visión más amplia y exacta de la situación del Ecuador, ya que el último informe publicado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo fue en el 2007.
- Realizar y socializar anualmente las Memorias de Sostenibilidad basadas en las guías del Global Reporting Initiative, ya que al ser utilizado internacionalmente las empresas tendrán la herramienta adecuada para conocer la efectividad de sus operaciones y proyectos, y corregir estrategias para llegar al desarrollo sostenible.
- Involucrar a la comunidad en las actividades a desarrollar en la compañía, compartiendo sus conocimientos a través de capacitaciones y charlas para enriquecer las relaciones y formar futuros talentos de la empresa.
- Promover mediante convenciones, políticas públicas, reconocimientos nacionales la adopción de prácticas empresariales socialmente responsables, acentuando la noción de inversión, mas no de gasto, y enfatizando en los beneficios locales y globales de las mismas.
- Desarrollar proyectos en los cuales se tenga como objetivo ulterior la

obligatoriedad de implementar modelos de gestión que cumplan con los lineamientos de la Responsabilidad Social Corporativa.

- Capacitar a los empresarios en la ejecución de programas modelos, para ser replicados y concientizar sobre el impacto de las actividades comerciales y la inversión social en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Urip, S. (2010). *CSR Strategies: Corporate Social Responsibility for a Competitive Edge in Emerging Markets*.
- Velasco, J. (2006). *Fundamentos de la responsabilidad social corporativa y su aplicación ambiental*. Editorial Dykinson.
- Visser, W. (2009). *Corporate Social Responsibility in Developing Countries*. The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility.
- Visser, W. (2011). *The Age of Responsibility: CSR 2.0 and the New DNA of Business*. Inglaterra : Wiley
- Vives, A. (2005). *Social and Environmental Responsibility in Small and Medium Enterprises*. Washington: s.e.

Publicaciones

- Díaz, N. (2012, octubre). 2 Visiones de la Responsabilidad Social Corporativa. *Revista Gestión*, pp 1-6.
- Revista Ekos Negocios. (2012, Enero). Panorama de RSE para 2012. pp. 76 – 81.
- Sofofa. (2003). Boletín Sofofa Responsabilidad Social N°13. Chile. pp. 4 -5.

Disertaciones

- Dómina, A. C, (2007). *Responsabilidad social Empresaria: ¿Adopción por convicción o por conveniencia?* (Tesis Executive MBA, Universidad Torcuato Di Tella, Buenos Aires, Argentina).
- Martínez, H. (2005) *El marco ético de la Responsabilidad social empresarial*, (Pregrado, Pontificia Universidad Javeriana, Quito).
- Reyno, M, (2006). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva* (Tesis de Grado MBA, Universidad Técnica Federico Santa María, Valparaíso, Chile).

Web

- Abreu, J. L. y Badii M. (2007) Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. *Daena: International Journal of Good Conscience*. pp 54-70. Recuperado de [http://www.spentamexico.org/v2-n1/2\(1\)%2054-70.pdf](http://www.spentamexico.org/v2-n1/2(1)%2054-70.pdf)

- Acción Empresarial, (2003). EL ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y en el Mundo. Recuperado de <http://www.rsc-chile.cl/documentos/EI%20ABCACCIONRSE.pdf>
- Acción RSE. (2010, Diciembre) ¿Es posible medir el beneficio que la RSE tiene para las empresas? Revisión de casos en Chile y el Mundo. Santiago. Recuperado de http://www.accionrse.cl/uploads/files/BeneficiosRSECasos_enero2011_Acci%C3%B3nRSE.pdf
- Acción RSE. (2011, Enero). Responsabilidad social empresarial- Gobernanza, medición y control de gestión. Recuperado de <http://www.accionrse.cl/uploads/files/RSEgobernanza.pdf>
- Archel, P. (2002). Las memorias de sostenibilidad de la Global Reporting Initiative. En *Quinto Congreso de Economía de Navarra, España*. Recuperado de <http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/ADB42886-C280-4090-A3DD-47383F7FFD3F/79747/13PABLOARCHEL.pdf>
- Arroyo, A. y Balastro, A. (2012, julio, 11). “No hacemos filantropía”. *Cervecería Nacional la sostenibilidad motiva la responsabilidad social*. Recuperado de <http://periodismodigitaludla.wordpress.com/2012/07/11/no-hacemos-filantropia-en-cerveceria-nacional-la-sostenibilidad-impulsa-la-responsabilidad-corporativa/>
- Banco Central del Ecuador. (2012). *Reporte de Pobreza, Desigualdad y Mercado Laboral*, septiembre. Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/PobrezaSep2012.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2013). *Desempleo*. Recuperado de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo
- Banco Central del Ecuador. (2013). *Desempleo*. Recuperado de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo
- Banco Mundial. (2012). *Objetivos de Desarrollo del Milenio*. Recuperado de <http://www.bancomundial.org/odm/>
- BID. (2006, octubre). *Contribución de las empresas al desarrollo en Latinoamérica*. Recuperado de http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/Contribucion_de_las_empresas_al_desarrollo.pdf
- BID. (2011). *La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina (para el Fondo Multilateral de Inversiones)*. Recuperado de http://www.pwc.com/es_CL/cl/publicaciones/assets/la-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-america-latina.pdf
- BID. (2011). *La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina*. Recuperado de http://www.pwc.com/es_CL/cl/publicaciones/assets/la-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-america-latina.pdf

- Bris, A. (2010, Mayo). The Lehman Brothers Case a Corporate Governance Failure, not a failure of Financial Markets. Suiza: s.e.
- Cajiga, J. (2012). El concepto de Responsabilidad Social Empresarial. *CEMEFI* (Centro Mexicano para la Filantropía), Recuperado de http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Carbon Masters. (2013). Carbon Masters helps organisations to measure, manage, reduce and report their carbon emissions. Recuperado de <http://carbonmasters.co.uk/about/>
- Central Intelligence Agency. (2013). The World Factbook: Ecuador. Recuperado de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ec.html>
- Centro Regional de Apoyo para América Latina y el Caribe e IdeaRSE. (2010). Las empresas del Pacto Mundial en América Latina: contribución con los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Recuperado de: <http://www.pactoglobal.cl/wp-content/uploads/ODMS-Y-PACTO-MUNDIAL-EN-ALC.pdf>
- CEPAL y OCDE. (2013). Perspectivas económicas de América Latina 2013. Recuperado de http://www.cepal.org/publicaciones/xml/4/48374/LEO_2013.pdf
- CEPAL (2011) *Objetivos de Desarrollo del Milenio: Perfiles de países*. Recuperado de: http://interwp.cepal.org/perfil_ODM/perfil_Pais.asp?Pais=ECU&Id_idioma=1
- CEPAL. (2012). Lista de Metas e Indicadores consolidada del ODM 3 para los países de América Latina y el Caribe. Recuperado de http://www.eclac.cl/mdg/obj_3indi_es.html
- CEPAL. (2013). Objetivos de Desarrollo del Milenio en América Latina y el Caribe. Recuperado de <http://www.eclac.cl/mdg/metadata/>
- CEPAL. (2013). Objetivos de Desarrollo del Milenio en América Latina y el Caribe, Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo. . Recuperado de <http://www.eclac.cl/mdg/GO08/>
- CERES. (2012). Aliados Nacionales. Recuperado de http://www.redceres.org/nuestra-red/aliados-2/2/?query&by&type&sort=first_name&order=asc&byradius&radius
- CERES. (2012). Asesoría. Recuperado de <http://www.redceres.org/nuestro-trabajo/asesoria/>
- CERES. (2012). Miembros. Recuperado de http://www.redceres.org/nuestra-red/quienes-somos/4/?query=search...&by&type&sort=user_nicename&order=asc&byradius&radius
- CERES. (2012). *Quiénes somos*. Recuperado de <http://www.redceres.org/quienes->

somos-2/.

CERES. (2012, Diciembre, 17). General Motors OBB del Ecuador presentó su primera Memoria de Sostenibilidad. Recuperado de <http://www.redceres.org/2012/12/general-motors-obb-del-ecuador-presento-su-primera-memoria-de-sostenibilidad/>

CERES. (2012, Diciembre, 7). Cervecería Nacional fue reconocida como nuevo 'Punto Verde'. Recuperado de <http://www.redceres.org/2012/12/cerveceria-nacional-fue-reconocida-como-nuevo-%E2%80%98punto->

CERES. (2012, octubre). Ocho tendencias de la RSE para el 2012, *Revista Ekos Negocios: Especial La Meta: Crear un Ecuador sustentable*, Recuperado de <http://www.redceres.org/2012/01/revista-ekos-ochos-tendencias-de-la-rse-para-el-2012/>

CISMIL. (2007). II Informe Nacional de los Objetivos de Desarrollo del Milenio - Ecuador 2007. Recuperado de http://www.undp.org/ec/odm/II_INFORME_NACIONAL.pdf

Comisión Europea, (2001, junio, 25). *Libro Verde de la Comisión Europea: "Fomentar en un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas"*. Recuperado de http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0366es01.pdf

Comunicarse. (2011). *América Latina – Ecuador, Premio provincial a la RSE*. Recuperado de http://comunicarseweb.com.ar/?Premio_provincial_a_la_RSE&page=ampliada&id=1194&_s=&_page=america_latina

Comunicarse. (2013, Enero) Cumplen anticipadamente meta de Cero Residuos enviados a vertederos. Recuperado de http://comunicarseweb.com.ar/?Cumplen_anticipadamente_meta_de_Cero_Residuos_enviados_a_vertederos_&page=ampliada&id=10043&_s=&_page=tags

CreEcuador. (2013). Hacer Bien / Hacer Mejor. Recuperado de <http://creecuador.com.ec/Pagesetter/viewpub/tid/4/pid/1>.

De Miguel, M.L, (2011, abril). *La Responsabilidad Social Empresarial en la pequeña y mediana empresa - Guía de Buenas Prácticas*. Recuperado de <http://www.peru2021.org/repositorioaps/0/0/par/rsepymes/la%20rse%20en%20la%20peque%C3%B1a%20y%20mediana%20empresa.pdf>

Deloitte, Research. (2012, octubre). Especial Responsabilidad Social Corporativa. *Revista Ekos Negocios: Edición especial La meta crear un Ecuador Sustentable*. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/491.pdf>

Diario Hoy. (2011, febrero, 15). Las Pymes generan 88% de empleos en América Latina. Recuperado de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/las-pymes->

generan-88-de-empleos-en-america-latina-458599.html

Diario Hoy. (2012, diciembre, 18). GM OBB invirtió más de \$316 mil para la gestión ambiental durante el año pasado. Recuperado de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/gm-obb-invirtio-mas-de-316-mil-para-la-gestion->

Dow Jones Sustainability Indexes. (2012, Septiembre). Supersector Leaders. Recuperado de <http://www.sustainability-indexes.com/review/supersector-leaders-2012.jsp>

Ekos Negocios. (2012, Octubre, 31). III Edición Ekos Pymes. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=1184>

El Mercurio. (2011, noviembre, 24). RSE está en etapa inicial en Ecuador, Recuperado de. <http://www.elmercurio.com.ec/310113-rse-esta-en-etapa-inicial-en-ecuador.html>

El Telégrafo. (2012, agosto, 02). Índice de pobreza urbana se redujo 3,98 puntos en junio. Recuperado de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/indice-de-pobreza-urbana-se-redujo-398-puntos-en-junio.html>

El Telégrafo. (2012, agosto, 25). Las 179.830 empresas del país divididas en 11 sectores. Recuperado de: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/las-179830-empresas-del-pais-divididas-en-11-sectores.html>

El Telégrafo. (2012, agosto, 25). Las 179.830 empresas del país divididas en 11 sectores, Recuperado de: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/las-179830-empresas-del-pais-divididas-en-11-sectores.html>

Empresa. (2009). Miembros de la Red. Recuperado de http://www.empresa.org/index.php?option=com_content&view=article&id=92&Itemid=92

Equipo Ceres. (2012, Enero). El Panorama de la RSE para el 2012. *Revista Ekos Negocios*. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/283.pdf>

Europa. (2011, Octubre, 25) Corporate Social Responsibility: a new definition, a new agenda for action. Bruselas. Recuperado de http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-11-730_en.htm?locale=en#PR_metaPressRelease_bottom

Foretica. (2012). Iniciativas Internacionales. Recuperado de <http://www.foretica.org/conocimiento-rse/que-es-rse/iniciativas-internacionales?lang=es>

Foretica. (2013). SGE 21. Recuperado de <http://www.foretica.org/conocimiento-rse/estandares/sge-21?lang=en>

- Fundación S2M. (2012). Reconocimiento Anual a la Responsabilidad Social Corporativa. Recuperado de http://www.s2m.com.ec/cms/index.php?ctask=first_run&cID=91.
- GADPP et al. (2012). Cuarto Reconocimiento Anual “General Rumiñahui General Rumiñahui” a las Buenas Prácticas de Responsabilidad y Sostenibilidad Corporativa. Recuperado de <http://www.hexagontools.net/reconocimientogr/reconocimiento2011/index.php>
- GADPP. (2010, diciembre). Tercer Reconocimiento General Rumiñahui a las mejores prácticas en responsabilidad social. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=AxZwRnI5nVM>
- Gestión Calidad. (2009). Memorias de Sostenibilidad. Recuperado de <http://www.gestion-calidad.com/memoria-sostenibilidad.html>
- GLOBAL COMPACT (2012) *Los diez Principios del Pacto Global*. Recuperado de http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/Los_Diez_Principios.html
- Global Reporting Initiative. (2013). Memorias de Sostenibilidad. Recuperado de <https://www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/Memorias-de-Sostenibilidad.aspx>
- Gráficas Paola. (2012). Gráficas Paola. Recuperado de http://www.graficaspaola.com.ec/graficas_paola.html
- Gráficas Paola. (2013). Certificaciones y Premios. Recuperado de http://www.graficaspaola.com.ec/web/index.php?option=com_content&view=article&id=46&Itemid=12
- Gráficas Paola. (2013). Productos. Recuperado de http://www.graficaspaola.com.ec/web/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=13&Itemid=87
- Guédez. V. (2012). *Dudas que rodean a la RSE: beneficios, riesgos y falacias*. Recuperado de http://www.grupcies.com/boletin/images/stories/PDFBoletin/Articulol_Edic_70.pdf
- Hexagon Consultores. (2012). Responsabilidad Social Corporativa: Un Reto para la Gobernabilidad. Recuperado de <http://www.hexagon.com.ec/images/M.E.I.L%20BOLETIN%20N%2019.pdf>
- Houston, K. (2012, octubre). Compromiso de las empresas, Mitigación de la Huella de Carbono. *Revista Ekos Negocios*: Edición especial La meta: crear un Ecuador Sustentable. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/491.pdf>
- IRSE. (2012). Quienes somos. Recuperado de <http://www.irse-ec.org/quienessomos.html>

- IRSE. (2013). Áreas de Acción del IRSE Recuperado de <http://www.irse-ec.org/areas.html>
- ISO. (2010, Noviembre) Norma Internacional ISO 26000. Recuperado de <http://www.conseser.com.ar/images/news/iso-26000.pdf>
- Kinigsberg et al. (2008). *La empresa del nuevo milenio: de los valores a la acción*. Recuperado de <http://www.ecodes.org/phocadownload/empresa-nuevo-milenio-ODM3.pdf>
- Lazzarini, M. (2005). *RSE: La visión de los consumidores*. Recuperado de <http://www.responsabilidadresponsabilidad.blogspot.com/rse-en-el-mundo.html>
- León, S. (2012, octubre). El Programa CreEcuador presenta los sellos “Hace Bien” y “Hace Mejor”. *Revista Ekos Negocios*: Edición especial La meta: crear un Ecuador Sustentable. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/491.pdf>
- Mapeo RSE. (2013). Los Promotores de RSE. Recuperado de <http://mapeo-rse.info/promotores/results/taxonomy%3A30>
- MDG SCAN (2013) *Business' impact in the MDGs*. Recuperado de http://www.mdgscan.com/index.php?page=Scanpage#page=Textpage&item=about_impact
- MDG Scan. (2013). Ecuador. Recuperado de <http://www.mdgscan.com/index.php?page=Scanpage#page=Scanpage§or=0&company=0&geoitem=693&profit=true&nonprofit=true>
- MDG Scan. (2013). Telefónica Movistar Ecuador, Resultados. Recuperado de <http://www.mdgscan.com/index.php?page=Scanpage#page=Scanpage§or=0&company=11398&geoitem=0&profit=true&nonprofit=true>
- Mesino, L. (2007). Las políticas fiscales y su impacto en el bienestar social de la población venezolana. Un análisis desde el paradigma crítico. Periodo: 1988-2006, (Doctorado, Universidad de Málaga). Recuperado de: <http://www.eumed.net/tesis/2010/lmr/Teoria%20del%20Desarrollo%20Sustentable.htm>.
- Ministerio del Ambiente. (2013, febrero, 05) 12 empresas a nivel nacional tienen “Punto Verde”. Recuperado de <http://www.ambiente.gob.ec/12-empresas-a-nivel-nacional-tienen-punto-verde/>
- Ministerio del Ambiente. (2013, marzo, 04) Un ‘Punto Verde’ al Ministerio de Finanzas, el primero para entidades públicas. Recuperado de <http://www.ambiente.gob.ec/un-punto-verde-al-ministerio-de-finanzas-el-primero-para-entidades-publicas/>
- Morales, K. (2012). *Sostenibilidad Empresarial, Experiencias de Responsabilidad Social en Empresas Ecuatorianas*. Recuperado de http://ecuador.ahk.de/fileadmin/ahk_ecuador/Dokumente/CSR/ot_busca_so

stenibilidad_red.pdf

- Naciones Unidas. (2012). Objetivos de Desarrollo del Milenio: Tabla de progreso. Recuperado de http://mdgs.un.org/unsd/mdg/Resources/Static/Products/Progress2012/Progress_S.pdf
- Noticias RSE. (2008, julio, 12). *Empresas premiadas en Ecuador*. Recuperado de <http://noticias-rse.blogspot.com/2008/07/empresas-premiadas-en-ecuador.html>
- ONU. (1987). Informe Brundtland. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/2553283/INFORME-BRUNDTLAND>.
- Paternoster, A. (2009). *Herramientas para medir la sostenibilidad corporativa*. Máster. Universitat Politècnica de Catalunya. Recuperado de http://upcommons.upc.edu/pfc/bitstream/2099.1/13644/1/PFM_Agustin_Paternoster.pdf
- Pesendorfer, L. (2012). "SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL, Experiencias de Responsabilidad Social en empresas ecuatorianas" en *Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-Alemana*. Recuperado de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/responsabilidad-social-empresarial/publicacion-rse/>
- PNUD. (2012). Informe 2012 - Objetivos de Desarrollo del Milenio. Recuperado de: <http://www.undp.org/content/undp/es/home/librarypage/mdg/the-millennium-development-goals-report-2012/>
- PNUD Ecuador. (2013). Objetivos de desarrollo del milenio. Recuperado de: <http://www.undp.org/ec/odm/index.htm>
- Ramirez, A. (2006, septiembre). La RSC y la Triple Cuenta de Resultados, *Estrategia Financiera n° 231*. Recuperado de <http://pdfs.wke.es/6/7/0/3/pd0000016703.pdf>
- Red CERES. (2013, Marzo, 1). Estudio: empresas que reportan con GRI se desempeñan mejor en los mercados y lideran los Rankings. Recuperado de: <http://www.redceres.org/2013/03/estudio-empresas-que-reportan-con-gri-se-desempenan-mejor-en-los-mercados-y-lideran-los-rankings/>
- Revista Ekos Negocios (2012, Octubre). Cervecería nacional, 10 prioridades para un modelo sostenible. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=971>
- Revista Ekos Negocios. (2011). Pymes: Contribución clave en la economía. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/523.pdf>
- Revista Líderes. (2012, diciembre, 12). Telefónica y Banco General Rumiñahui son los "mejores lugares para trabajar" en Ecuador. Recuperado de <http://www.revistalideres.ec/empresas/Telefonica-Banco-General->

Ruminahui-Ecuador_0_827317265.html

SAM y Unilever. (2012, Septiembre) Supersector Leader Report. Recuperado de http://www.sustainability-indexes.com/images/supersector-leader-report-unilever-nv-foa_tcm1071-337464.pdf

Schwalb, M. (2011). La Responsabilidad de la Empresa ante los consumidores. *La Responsabilidad Social de las Empresas en América Latina – BID*. Recuperado de http://www.pwc.com/es_CL/cl/publicaciones/assets/la-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-america-latina.pdf

SENPLADES. (2013, abril). Ecuador ha cumplido casi el 80 por ciento de los Objetivos del Milenio. Recuperado de: <http://www.planificacion.gob.ec/ecuador-ha-cumplido-casi-el-80-por-ciento-de-los-objetivos-del-milenio/>

SGS. (2012). Responsabilidad Social en Ecuador. *Revista Ekos Negocios*: Edición especial La meta: crear un Ecuador Sustentable. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/491.pdf>

Slaper, T. Y Hall, T. (2011) "The Triple Bottom Line: What is it and how does it work?". *Indiana Business Review, Indiana Business Research Center*. Recuperado de <http://www.ibrc.indiana.edu/ibr/2011/spring/pdfs/article2.pdf>

Sustainability Indexes. (2013). Corporate Sustainability Assessment. Recuperado de <http://www.sustainability-indexes.com/sustainability-assessment/corporate-sustainability-assessment.jsp>

Telefónica Ecuador. (2012). Acerca de Telefónica. Recuperado de http://telefonica.com.ec/at_2.php

Telefónica Ecuador. (2013). Premio y Reconocimientos. Recuperado de http://telefonica.com.ec/at_3.php

Trímboli, J. (2005), "RSE y Consumo Responsable". *Revista PROHumana*. Recuperado de <http://responsabilidadresponsabilidad.blogspot.com/2005/09/percepcin-de-la-rse-en-el-mundo.html>

UNFPA. (2013). Contribuciones Potenciales a la Agenda de los ODM Desde la Perspectiva de la CIPD. Recuperado de <http://www.unfpa.org.br/lacodm/archivos/odm7.pdf>

Unilever (2012, Abril) Unilever Sustainable Living Plan. Recuperado de <http://www.unilever.com/sustainable-living/uslp/#PillarGroup2Pillar3>

UPM. (2004). Responsabilidad Social Corporativa, La Cuenta del Triple Resultado. Recuperado de <http://ocw.upm.es/organizacion-de-empresas/la-responsabilidad-social-empresarial/contenidos/material-de-clase/2012-RT-M3.PDF>

Vásquez, N, (2012, octubre). El emprendimiento social, Surgimiento y Desarrollo

en Ecuador. *Revista Ekos Negocios*: Edición especial La meta: crear un Ecuador Sustentable, Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/491.pdf>

Vives, A. et al. (2005, septiembre). Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica. *Banco Interamericano de Desarrollo*. Recuperado de http://mapeo-rse.info/sites/default/files/Responsabilidad_social_de_la_empresa_en.pdf

Presentaciones de Power Point

Alzamora, H. (2010). *Objetivos de Desarrollo del Milenio*. Recuperado de:
http://www.slideshare.net/12161986/objetivos-de-desarrollo-del-milenio?fb_action_ids=363074853781715&fb_action_types=slideshare%3Aview&fb_source=aggregation&fb_aggregation_id=10150872971651587&code=AQAm2VhxVguSdVXKIYHUnGDNd93IAcrzIJ3hGcGMBS7DUvYMBvLOK9PwirVoWqiBg50wEKUXID2tIF0hOryePYCHsXURg33VtQM9m8551NXmfCyltBaVGYZXlm74sCZEqFv8T6WMwtc4V43vECg-6_2n31NWb2t2QBIUCKDyQkvt1_MaALEyoVfsupAjY1o9RuEN9PZ2y3Fgl4zZRDxo7bc#_=_

ANEXOS

ANEXO A PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE LA ONU

Ámbitos principales	Principios	Explicación
Derechos Humanos	Principio 1	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia
	Principio 2	Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos
Normas Laborales	Principio 3	Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva
	Principio 4	Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción
	Principio 5	Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil
	Principio 6	Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación
Medio Ambiente	Principio 7	Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente
	Principio 8	Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental
	Principio 9	Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente
Lucha contra la corrupción	Principio 10	Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno

Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Pacto Global de las Naciones Unidas
Elaborado por: PNUD

ANEXO B
LÍDERES DE SUPERSECTORES 2012

ÍNDICES DE SUSTENTABILIDAD DOW JONES LÍDERES SUPERSECTOR 2012		
Compañía	Supersector	País
Bayerische Motoren Werke AG (BMW)	Automóviles y Repuestos	Alemania
Australia & New Zealand Banking Group Ltd	Bancos	Australia
UPM-Kymmene OYJ	Recursos Básicos	Finlandia
Akzo Nobel NV	Productos Químicos	Holanda
GS Engineering & Construction Corp	Construcción y Materiales	Corea del Sur
Itausa - Investimentos Itau SA	Servicios Financieros	Brasil
Unilever NV	Alimentos y Bebidas	Holanda
Roche Holding AG	Salud	Suiza
Siemens AG	Bienes y Servicios Industriales	Alemania
Swiss Re	Seguros	Suiza
Telenet Group Holding NV	Medios de Comunicación	Bélgica
Repsol SA	Petróleo y Servicios	España
Koninklijke Philips Electronics N.V.	Hogar	Holanda
GPT Group	Bienes Raíces	Australia
Lotte Shopping Co. Ltd.	Distribuidor	Corea del Sur
Alcatel-Lucent SA	Tecnología	Francia
KT Corp.	Telecomunicaciones	Corea del Sur
Air France-KLM	Vajes y Ocio	Francia
Iberdrola SA	Servicios Públicos	España

Fuente: Dow Jones Sustainability Indexes & RobecoSAM
Elaborado por: Sustainability Indexes

ANEXO C
UNILEVER NV - DESEMPEÑO DE LA DIMENSIÓN ECONÓMICA

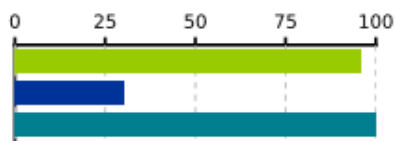
COMPANY PERFORMANCE FOR SELECTED CRITERIA

Economic Dimension

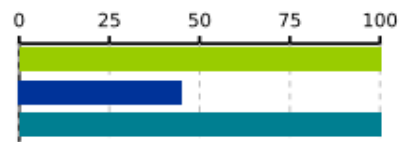
Corporate Governance



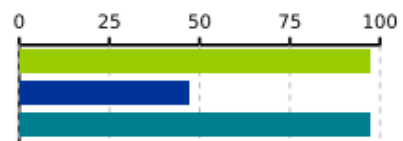
Strategy for Emerging Markets



Health & Nutrition

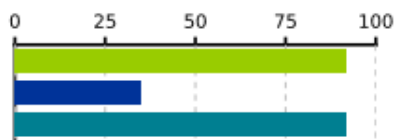


Supply Chain Management

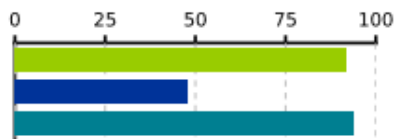


Environmental Dimension

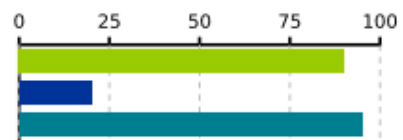
Operational Eco-Efficiency



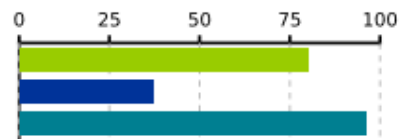
Environmental Reporting



Water Related Risks

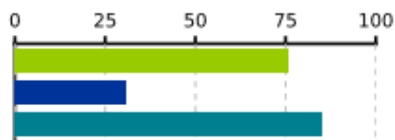


Raw Material Sourcing

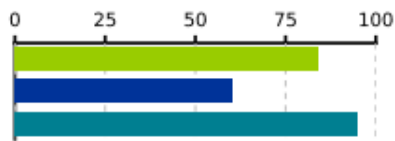


Social Dimension

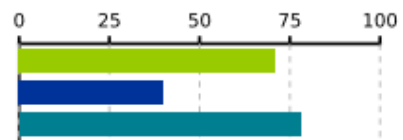
Human Capital Development



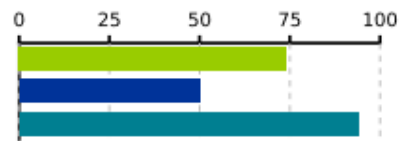
Labor Practice Indicators and Human Rights



Talent Attraction & Retention



Occupational Health and Safety



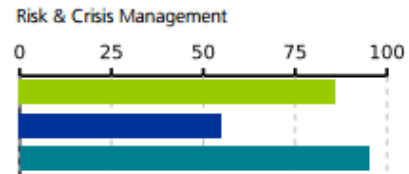
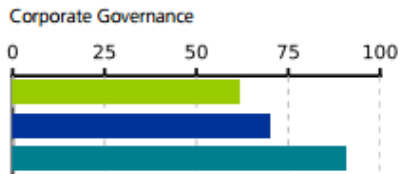
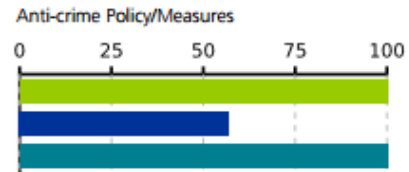
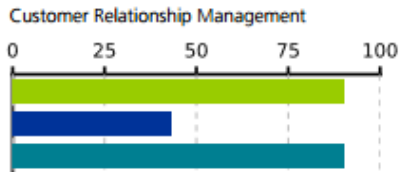
■ Unilever NV
 ■ DJSI sector average score
 ■ Best company within sector

Fuente: Unilever NV Supersector Leader Report
Elaborado por: SAM Sustainable Asset Management AG

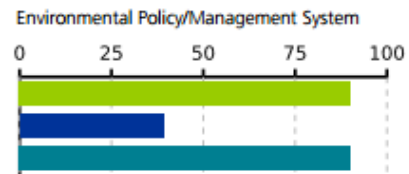
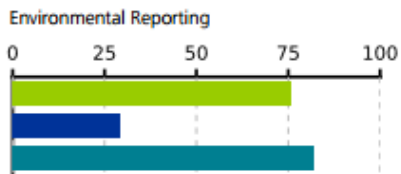
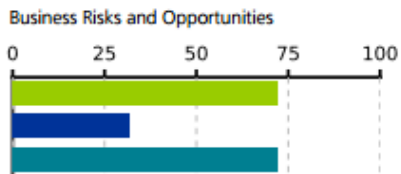
ANEXO D
 ITAUSA- DESEMPEÑO DE LA COMPAÑÍA EN DIMENSIÓN EONÓMICA

COMPANY PERFORMANCE FOR SELECTED CRITERIA

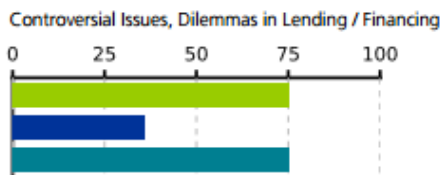
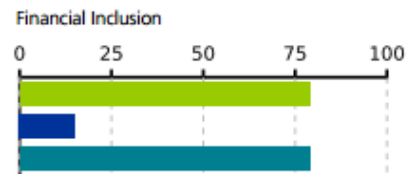
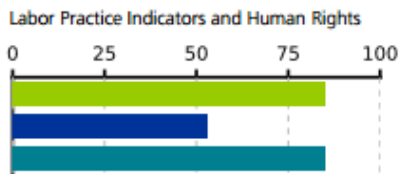
Economic Dimension



Environmental Dimension



Social Dimension



■ Itausa - Invertementos Itau SA ■ DJSI sector average score ■ Best company within sector

Fuente: Itausa Supersector Leader Report
 Elaborado por: SAM Sustainable Asset Management AG

ANEXO E
PROMOTORES DE RSE EN ECUADOR

PROMOTORES DE RSE EN ECUADOR	
Agencia Cuencana para el Desarrollo e Integración Regional (ACUDIR)	IDE Business School
Asociación Nacional de Empresas del Sector Floricultor (Expoflores)	Innpulsar – Incubadora de Empresas
Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en Ecuador	Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN)
Banco Mundial (BM) en Ecuador	Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE)
Bolsa de Valores de Quito	Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC)
Cámara de Comercio Ecuatoriano Americana (AmCham)	Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)
Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano–Alemana (AHK)	Ministerio del Ambiente
CARE Ecuador	Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ)
Comité Gestor de RSE de Cuenca y su Región	ONU Mujeres en Ecuador
Comité para la Organización de la Informática (CDI)	Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUUDI) en Ecuador
Consejo Empresarial para el Desarrollo Sustentable del Ecuador (CEMDES)	Organización de los Estados Americanos (OEA) en Ecuador
Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES)	Plataforma de Responsabilidad Social (PRS)
Corporación Andina de Fomento (CAF) en Ecuador	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en Ecuador
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) en Ecuador	Red del Pacto Global de Ecuador
Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en Ecuador	Red Ecuatoriana de Ciudades y Comunidades Justas, Democráticas y Sustentables
Forest Stewardship Council (FSC) Ecuador	Revista EKOS NEGOCIOS
Fundación Avina Ecuador	Techo Ecuador
Fundación Esquel	The Nature Conservancy (TNC) en Ecuador
Fundación General Ecuatoriana	Universidad del Pacífico
Gobierno de la Provincia de Pichincha	Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL)

Fuente: Mapeo RSE
Elaborado por: Gabriela Erreis Durán

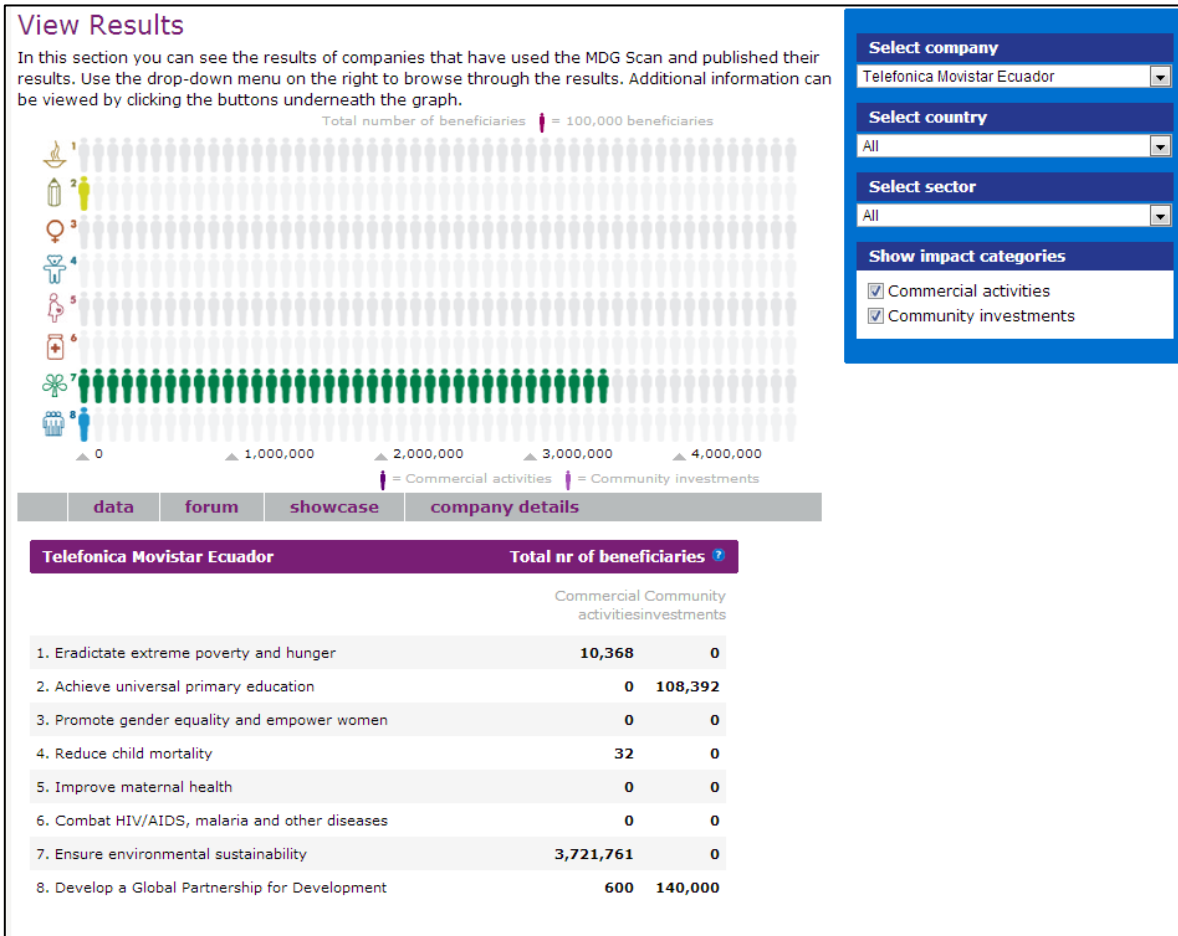
ANEXO F
ODM 1 - METAS E INDICADORES

N	OBJETIVO/META/INDICADOR	Oficial o Compl.	Vínculo a Base de datos
	Objetivo 1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre		
Meta 1.A	Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas cuyos ingresos sean inferiores a 1 dólar por día		
1.1	Proporción de la población con ingresos inferiores a 1 dólar PPA por día (Banco Mundial) (1a)	O	✓
	Proporción de la población con ingresos inferiores a 2 dólares PPA por día (Banco Mundial)	C	✓
	Población en situación de pobreza e indigencia por área geográfica (según líneas de pobreza nacionales estimadas por CEPAL)	C	✓
	Población sin ingresos propios por sexo y tramo de edad (CEPAL sobre la base de tabulaciones de Encuestas de Hogares)	C	✓
1.2	Coefficiente de la brecha de pobreza (Banco Mundial)	O	✓
	Coefficiente de la brecha de pobreza e indigencia por área geográfica (según líneas de pobreza nacionales estimadas por CEPAL)	C	✓
	Índice de concentración de Gini (CEPAL sobre la base de tabulaciones de Encuestas de Hogares)	C	✓
1.3	Proporción del consumo nacional que corresponde al quintil más pobre de la población (Banco Mundial)	O	✓
	Distribución del ingreso de las personas por quintiles, según área geográfica (CEPAL sobre la base de tabulaciones de Encuestas de Hogares)	C	✓
Meta 1.B	Alcanzar el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos, incluyendo mujeres y jóvenes		
1.4	Tasa de crecimiento del PIB por persona ocupada**	O	✓
1.5	Tasa de ocupación**	O	✓
1.6	Proporción de la población ocupada con ingresos inferiores a 1 dólar PPA por día	O	✓
1.7	Proporción de la población que trabaja por cuenta propia o como trabajadores familiares auxiliares con respecto al empleo total**	O	✓
	Ocupados urbanos en sectores de baja productividad (sector informal) del mercado del trabajo, por sexo (CEPAL sobre la base de tabulaciones de Encuestas de Hogares)	C	✓
	Tasa de desempleo abierto urbano por sexo y grupos de edad	C	✓
	Ocupados que realizan aportes previsionales, según quintiles de ingreso	C	✓
Meta 1.C	Reducir a la mitad, entre 1990 y 2016, el porcentaje de personas que padecen de hambre		
1.8	Proporción de niños menores de 5 años con insuficiencia ponderal	O	✓
1.9	Proporción de la población por debajo del nivel mínimo de consumo de energía alimentaria	O	✓

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)
Elaborado por: CEPAL.

ANEXO G

TELEFÓNICA MOVISTAR ECUADOR - RESULTADOS DE CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO



Fuente: MDG Scan
Elaborado por: MDG Scan

ANEXO H TOTAL DE BENEFICIADOS POR TIPO DE ACTIVIDAD Y DE ODM

País	Empresa	1. De acuerdo al PAT			2. De acuerdo al MDG Scan							
		a) Impacto Ambiental	b) Impacto Socio-Económico		ODM 1	ODM 2	ODM 3	ODM 4	ODM 5	ODM 6	ODM 7	ODM 8
			b.1) Medios de vida sostenibles	b.2) Desarrollo de la Comunidad								
Brasil	Endesa Brasil	1°	2°	3°	2°	---	---	---	---	---	1°	---
	Companhia Paranaense de Energia (COPEL)	1°	3°	2°	4°	---	---	2°	---	---	3°	1°
	O Boticario	3°	1°	2°	4°	3°	---	5°	6°	---	2°	1°
Colombia	Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá	3°	1°	2°	2°	---	---	3°	---	---	1°	---
	EPM	3°	1°	2°	3°	6°	---	4°	7°	1°	1°	5°
	Pacific Rubiales Energy	2°	3°	1°	2°	5°	7°	3°	---	6°	1°	4°
	Publik	3°	2°	1°	---	1°	---	---	---	---	---	---
	Telefónica Colombia	3°	2°	1°	5°	4°	2°	6°	---	---	3°	1°
Ecuador	Diners Club del Ecuador	3°	1°	1°	---	3°	2°	---	---	---	---	1°
	Cervecería Nacional	3°	1°	2°	1°	2°	---	3°	---	---	---	---
	Repsol YPF Ecuador	3°	1°	1°	1°	2°	4°	4°	4°	8°	3°	4°
	Telefónica Movistar Ecuador	---	2°	1°	4°	3°	---	5°	---	---	1°	2°
México	Aeropuertos del Sureste (Azur)	---	2°	1°	1°	---	---	2°	---	---	---	---
	Cooperativa La Cruz Azul	1°	2°	---	3°	4°	---	5°	---	2°	1°	---
	Grupo Scotiabank Inverlat	---	1°	1°	2°	3°	4°	6°	7°	4°	1°	8°
	Restaurantes Toks	3°	1°	1°	1°	---	4°	5°	---	---	2°	2°
	Grupo Xcaret	3°	2°	1°	5°	6°	4°	2°	---	3°	1°	7°
Paraguay	Aseguradora Tajy	1°	1°	---	1°	---	---	---	---	2°	---	---
Perú	Yanacocha	---	1°	2°	3°	4°	5°	---	6°	---	1°	2°
	Telefónica del Perú	---	1°	2°	1°	3°	---	4°	5°	---	---	2°
República Dominicana	Grupo PuntaCana	1°	3°	1°	---	---	---	---	---	---	1°	2°
	Banco Popular Dominicano	1°	2°	3°	---	3°	---	4°	---	---	1°	2°

Nota 1. De todos los indicadores del PAT, en este cuadro solo se utilizan aquellos que miden los impactos de las alianzas: ambientales y socio-económicos (medios de vida sostenible y desarrollo de la comunidad). La calificación de estos impactos se clasificó del que tiene el puntaje mayor (1°) al menor (3°); cuando la alianza no contemplaba alguno de los impactos aparece sin calificación (---).

Nota 2. Con base en los resultados del MDG Scan, en este cuadro se miden los impactos de las actividades de las empresas en cada uno de los ocho ODM, clasificándolo por número de beneficiados. En este caso, la escala utilizada va del ODM con mayor número de beneficiados por la empresa (1°), al ODM con menos número de beneficiados por dicha empresa (8°); cuando la empresa no contribuye a un ODM, aparece sin calificación (---).

Fuente: Centro IDEARSE, con base en la información proporcionada por las empresas.

Fuente: Centro IdearSE, empresas participantes en el estudio.
Elaborado por: Centro IdearSE

ANEXO I
ODM 7 - METAS E INDICADORES

OBJETIVO 7. GARANTIZAR LA SOSTENIBILIDAD DEL MEDIO AMBIENTE	
Meta 7.A	Incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales e invertir la pérdida de recursos del medio ambiente
7.1	Proporción de la superficie cubierta por bosques
7.2	Emisiones de dióxido de carbono (total, per cápita y por cada dólar PPA del PIB)
7.3	Consumo de sustancias que agotan la capa de ozono
7.4	Proporción de poblaciones de peces que están dentro de límites biológicos seguros
7.5	Proporción del total de recursos hídricos utilizada
Meta 7.B	Reducir la pérdida de biodiversidad, alcanzado, para el año 2010, una reducción significativa de la tasa de pérdida
7.6	Proporción de las áreas terrestres y marinas protegidas
	Proporción de las áreas terrestres protegidas
	Proporción de las áreas marinas protegidas
7.7	Proporción de especies en peligro de extinción
	Índice Lista Roja de la supervivencia de especies
Meta 7.C	Reducir a la mitad, para el año 2015, el porcentaje de personas sin acceso sostenible al agua potable y a servicios básicos de saneamiento
7.8	Proporción de población que utiliza fuentes mejoradas de abastecimiento de agua potable**
7.9	Proporción de población que utiliza servicios de saneamiento mejorados**
Meta 7.D	Haber mejorado considerablemente, para el año 2020, la vida de por lo menos 100 millones de habitantes de tugurios
7.10	Proporción de población urbana que vive en tugurios (7a)

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)
Elaborado por: CEPAL.

ANEXO J

ODM 8 - METAS E INDICADORES

Meta 8.A	Desarrollar aún más un sistema comercial y financiero abierto, basado en normas, previsible y no discriminatorio. Incluye el compromiso de lograr una buena gestión de los asuntos públicos, el desarrollo y la reducción de la pobreza, en los planos nacional e internacional.
Meta 8.B	Atender las necesidades especiales de los países menos adelantados. Incluye el acceso libre de aranceles y cupos de las exportaciones de los países menos adelantados; el programa mejorado de alivio de la deuda de los países pobres muy endeudados (PPME) y la cancelación de la deuda bilateral oficial, y la concesión de una asistencia oficial para el desarrollo más generosa a los países que hayan expresado su determinación de reducir la pobreza.
Meta 8.C	Atender las necesidades especiales de los países en desarrollo sin litoral y los pequeños Estados insulares en desarrollo (mediante el programa de Acción para el desarrollo sostenible de los pequeños Estados insulares en desarrollo y las decisiones adoptadas en el vigésimo segundo período extraordinario de sesiones de la Asamblea General).
Meta 8.D	Abordar en todas sus dimensiones los problemas de la deuda de los países en desarrollo con medidas nacionales e internacionales a fin de hacer la deuda sostenible a largo plazo.
	Asistencia oficial para el desarrollo (AOD)
8.1	La AOD neta, total y para los países menos adelantados, en porcentaje del ingreso nacional bruto de los países donantes del Comité de la Asistencia para el desarrollo (CAD) de la OCDE
8.2	Proporción de la AOD total bilateral y por sectores que los donantes del CAD de la OCDE destinan a servicios sociales básicos (enseñanza básica, atención primaria de la salud, nutrición, abastecimiento de agua potable y servicios de saneamiento)
8.3	Proporción de la AOD bilateral de los donantes del CAD de la OCDE que no está condicionada
8.4	AOD recibida por los países en desarrollo sin litoral como proporción de su ingreso nacional bruto
8.5	AOD recibida por los pequeños Estados insulares en desarrollo como proporción de su ingreso nacional bruto
	Acceso a los mercados
8.6	Proporción del total de importaciones de los países desarrollados (por su valor y sin incluir armamentos) procedentes de países en desarrollo y países menos adelantados, admitidas libres de derechos
8.7	Aranceles medios aplicados por países desarrollados a los productos agrícolas y textiles, y a las prendas de vestir procedentes de países en desarrollo
8.8	Estimación de la ayuda agrícola en países de la OCDE como porcentaje de su producto interno bruto
8.9	Proporción de la AOD destinada a fomentar la capacidad comercial
	Sostenibilidad de la deuda
8.10	Número total de países que han alcanzado el punto de decisión y número total de países que han alcanzado el punto de culminación en la iniciativa para la reducción de la deuda de los países pobres muy endeudados (PPME) (acumulativo)
8.11	Alivio de la deuda comprometida conforme a la Iniciativa para la reducción de la deuda de los países pobres muy endeudados y la Iniciativa multilateral de alivio de la deuda multilateral
8.11a	Alivio total de la deuda bajo la iniciativa para el alivio de la deuda multilateral, acumulativo en millones de dólares de EE.UU en valor presente a fines del 2009
8.11b	Alivio de la deuda concedido bajo la iniciativa para la reducción de la deuda de los países pobres muy endeudados, acumulativo en millones de dólares de EE.UU en valor neto presente a fines de 2009
8.12	Servicio de la deuda como porcentaje de las exportaciones de bienes y servicios
Meta 8.E	En cooperación con las empresas farmacéuticas, proporcionar acceso a los medicamentos esenciales en los países en desarrollo a precios asequibles.
8.13	Proporción de la población con acceso sostenible a medicamentos esenciales a precios asequibles
Meta 8.F	En cooperación con el sector privado, dar acceso a los beneficios de las nuevas tecnologías, especialmente las de la información y las comunicaciones
8.14	Líneas de teléfono fijo por cada 100 habitantes
8.15	Abonados a teléfonos celulares por cada 100 habitantes
8.16	Usuarios de Internet por cada 100 habitantes

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)
Elaborado por: CEPAL