

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIAS POLÍTICAS**

**DISERTACIÓN PREVIA PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
SOCIÓLOGO CON MENCIÓN EN RELACIONES
INTERNACIONALES**

**“LA IDEOLOGÍA DE DESARROLLO DE LAS NNUU EN LA
EMPRESA PRIVADA DEL ECUADOR. CASO DE ESTUDIO:
MULTINACIONAL NESTLÉ ECUADOR, PERÍODO 2011-2013”**

MALDONADO MÉNDEZ ALEX MAURICIO

DIRECTOR: Mtr. EDISON PAREDES BUITRÓN

QUITO, 2016

DEDICATORIA

A mis Padres, por encaminar mi educación.

A Lizbeth, compañera de mi vida por ser parte de este trabajo intelectual.

A Camilito, mi felicidad.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a mi amigo y mi tutor de tesis por brindarme su apoyo, por acompañarme en esta disertación de grado y mi más sincera admiración por su sabiduría.

Agradezco a la Universidad Católica por ser mi segundo hogar y a todos los profesores que fueron parte de este proceso educativo.

Agradezco a mis compañeros por los momentos vividos en la clase y fuera de ella, quedarán en mi recuerdo.

Agradezco a todas las personas que me colaboraron en la investigación.

INDICE

I.	TEMA.....	06
II.	RESUMEN.....	06
III.	INTRODUCCIÓN.....	07
CAPITULO I		
IDEOLOGÍA Y DESARROLLO		
1.1.	¿Qué es la ideología?.....	09
1.1.1.	Superestructura y estructura.....	09
1.1.2.	Aparatos ideológicos de Estado.....	10
1.1.3.	La ideología no tiene historia.....	10
1.1.4.	La ideología tiene existencia material.....	12
1.1.5.	La ideología interpela a los individuos como sujetos.....	13
1.2.	¿Qué es el desarrollo?.....	14
1.2.1.	Subdesarrollo, periferia y dependencia.....	14
1.2.2.	Las economías de enclave.....	16
1.2.3.	Dependencia y desarrollo.....	17
1.2.4.	Las estructuras precapitalistas, antesala del subdesarrollo.....	18
1.2.5.	El proceso de acumulación originaria.....	19
1.3.	¿Qué es la ideología del desarrollo?.....	20
1.3.1.	La obsolescencia del concepto de desarrollo.....	20
1.3.2.	La interpelación del desarrollo.....	22
1.4.	La ideología de desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas.....	24
1.4.1.	Desarrollo sostenible.....	24
1.4.1.1.	Antecedentes.....	24
1.4.1.2.	Concepto.....	27
1.4.2.	La empresa privada y el desarrollo sostenible... ..	28
1.4.2.1.	¿Qué es la responsabilidad social corporativa?.....	28
1.4.2.2.	Guías o principios de RSC.....	32
1.4.3.	Mecanismos de seguimiento y herramientas de RSC.....	36
1.4.3.1.	Global Reporting Initiative GRI.....	37
CAPITULO II		
NESTLÉ ECUADOR		
2.1.	La empresa.....	39
2.1.1.	Historia.....	39
2.1.2.	Estructura operacional.....	41
2.1.3.	Misión y visión.....	42
2.1.4.	Valores.....	43
2.2.	Los principios corporativos.....	45
2.2.1.	Creación del valor compartido.....	45
2.2.2.	10 principios corporativos.....	48
2.3.	Sector comercial.....	54
2.3.1.	Marcas y productos.....	54

CAPITULO III
LA IDEOLOGÍA DE DESARROLLO DE LA EMPRESA PRIVADA: PROGRAMA
DE RSC: CREACIÓN DEL VALOR COMPARTIDO

3.1.	Pilares del programa CVC.....	59
3.1.1.	Agua: programa sembremos agua.....	59
3.1.2.	Nutrición: programa niños saludables.....	60
3.1.3.	Desarrollo social: programa hacia la comunidad.....	64
3.2.	Sistemas de medición y reporte global de RSC.....	66
3.2.1.	Estándares internacionales en Nestlé.....	66
3.2.2.	GRI: Memorias de sostenibilidad en Nestlé.....	68
3.3.	La ideología de Nestlé en el sujeto interpelado.....	70
3.3.1.	Publicidad de Nestlé.....	70
3.3.2.	Sujetos consumidores de Nestlé.....	74
3.3.3.	Valores de Nestlé en los trabajadores.....	77
IV.	CONCLUSIONES.....	82
V.	BIBLIOGRAFÍA.....	86

I. TEMA

LA IDEOLOGÍA DE DESARROLLO DE LAS NNUU EN LA EMPRESA PRIVADA DEL ECUADOR. CASO DE ESTUDIO: MULTINACIONAL NESTLÉ ECUADOR, PERÍODO 2011-2013

II. RESUMEN

En esta disertación de grado el lector encontrará una exposición marxista teórica- práctica sobre la comprensión de la ideología del desarrollo, la misma que se ha perpetuado durante el tiempo bajo la ideología neoliberal de mercado, la cual responde a visiones, intereses, percepciones, experiencias de grupos de países hegemónicos que han dado forma a las relaciones sociales de explotación y dominación centro-periferia.

Se pretende dar una explicación ilustrativa sobre la ideología del desarrollo por lo cual, se seleccionó a la ideología del desarrollo sostenible, una propuesta materializada por Naciones Unidas, la misma que interpela a la empresa privada, que en este caso de estudio es la multinacional Nestlé Ecuador, quien a su vez crea el programa de responsabilidad social corporativa llamado Valor Compartido, el cual crea sujetos particulares que se adhieren a los valores y a la praxis de la empresa.

La ideología del desarrollo sostenible al ser un mecanismo de interpelación, ejecuta un otro (Naciones Unidas, multinacional Nestlé, Estado etc.). De esta manera, su difusión crea unos sujetos particulares sujetados al mercado y mantiene la praxis de los sujetos en la división social técnica del trabajo estableciendo las relaciones de dominación que prevalecen en un momento histórico determinado.

Se aspira que esta disertación contribuya al estudio teórico-práctico, contribuya a la escuela de Sociología, fomente el estudio académico y que sea un mecanismo que permita el estudio de la ideología como un concepto clave y significativo que determina las creencias y valores de los sujetos, perpetuando la dominación de grupos hegemónicos.

III. INTRODUCCIÓN

La humanidad enfrenta uno de los problemas más difíciles de resolver en el siglo XXI que es superar la creencia del desarrollo, la misma que ha llevado a una ficción sin precedentes garantizando la reproducción de las relaciones sociales de explotación y dominación. La complejidad de esta idea de desarrollo recae en la perpetuación del mismo y en entender porque se sigue reproduciendo. Es así que la presente investigación tiene como objetivo analizar desde la ideología, la perpetuación y aplicación del modelo de desarrollo dominante de las Naciones Unidas en la empresa privada Nestlé Ecuador quien a su vez crea sujetos sujetados para el modo de producción dominante. De este modo, se precisa partir del supuesto que la ideología sería el mecanismo mediante el cual el modelo de desarrollo dominante de las Naciones Unidas crearía sujetos particulares.

Para comprobar la hipótesis de investigación antes mencionada, en el capítulo uno se parte con un análisis teórico de la ideología y del desarrollo sustentado en la teoría althuseriana y marxista, mismas que permitirán comprender cómo estos dos conceptos se relacionan creando así una ideología del desarrollo. Esto permitirá analizar desde la ideología del desarrollo al modelo dominante – desarrollo sostenible- de las Naciones Unidas y su aplicación en la empresa privada.

De esta manera, se pasa al capítulo dos con el análisis del aparato ideológico privado – la multinacional Nestlé Ecuador- con la finalidad de analizar el programa de responsabilidad social corporativa “Valor Compartido”. Para finalizar en el capítulo tres, se busca evidenciar como la ideología de desarrollo de Nestlé interpela sujetos particulares, los mismos que asimilan la ideología del desarrollo garantizando así las condiciones de producción de la formación social.

Es fundamental acercarse al fenómeno de estudio desde el pensamiento marxista ya que este permite realizar un acercamiento teórico al concepto de ideología y desarrollo, dado que la filosofía marxista permite cuestionar los modos de producción económicos en la historia y las relaciones sociales que subyacen del mismo, de esta manera se puede comprender

críticamente los conceptos del mismo ordenamiento económico que subyuga las voluntades de los sujetos a fines instrumentales de la praxis económica. Es por esto que la ideología de desarrollo debe pensarse marxistamente dado que la perpetuación de la ideología de desarrollo es el resultado del modo de producción económico dominante en sus distintas fases de producción históricas.

Además, el presente estudio fue realizado bajo una metodología de investigación exploratoria, la misma que está orientada a examinar una determinada problemática y plantear líneas generales para una investigación profunda y sistemática. Las técnicas que se utilizaron para el estudio son técnicas bibliográficas con la investigación en libros, revistas especializadas, tesis e informes; realizando resúmenes y cuadros conceptuales. Además, se utilizó técnicas de campo mediante encuestas y entrevistas que permitieron generar indicadores para el análisis de la interpelación de sujetos particulares.

Finalmente, la presente disertación busca entender ***¿Cómo, mediante la ideología, las Naciones Unidas interpela el modelo de desarrollo dominante en la empresa privada Nestlé Ecuador?***

CAPÍTULO I

IDEOLOGÍA Y DESARROLLO

- 1.1. ¿Qué es la ideología?
- 1.1.1. Superestructura y estructura

Para comprender, como una formación social al mismo tiempo que produce debe producir las condiciones de su reproducción, es acertado entender desde un enfoque marxista a la superestructura ideológica-política y a la infraestructura económica, esta última, como la base que establece límites y fija funciones a la primera. De acuerdo a Althusser (1974:4) *“toda formación social depende de un modo de producción existente podemos decir que el proceso de producción emplea las fuerzas productivas existentes bajo relaciones de producción definidas. Toda formación social al mismo tiempo que produce debe producir las condiciones de su reproducción”*.

Es decir, la superestructura ideológica-política no puede sostenerse si no se apoya sobre una base económica de ahí la metáfora del edificio que se ilustra en el pensamiento de Marx donde los pisos superiores no pueden sostenerse sino se apoyan sobre una base. De esta manera, la base determina en última instancia al edificio. Esta base económica producto de una formación social determinada en un tiempo histórico específico (capitalista, socialista, feudalista, esclavista, etc.), determinaría funciones y establecería límites a la superestructura.

Según Althusser (1974:67) *“las relaciones de producción son aseguradas cada día, en la conciencia, o sea en el comportamiento de los individuos como sujetos que ocupan los puestos que la división social técnica del trabajo les ha asignado en la producción, la explotación, la represión, la ideologización, la práctica científica etc.”*. Es así que la superestructura se va estructurando desde el modo de producción económico - establecer límites y fijar funciones- para sustentar el orden de dominación de un tiempo dado. En la base económica está la lucha económica de clases que aparece en cada formación social revistiendo el hecho histórico materialista. Ahora bien, mientras se estructura esta realidad y mientras se establece el orden dominante, se garantiza la reproducción de las relaciones de producción, las mismas que desde el pensamiento althusseriano estarían bajo el aparato

represivo de Estado y los aparatos ideológicos de Estado que serán analizados a continuación.

1.1.2. Aparatos ideológicos de Estado

Como se mencionó anteriormente para entender cómo se establece y se mantiene la estructura es importante analizar el aparato represivo de estado y el aparato ideológico de estado. Se entiende al primero como un aparato que funciona por la fuerza o violencia para asegurar las condiciones de dominación de la clase dominante que ocupa el poder del Estado para mantener la reproducción de las relaciones de producción que son relaciones de explotación y de dominación. De esta manera Althusser (1974: 17) establece que *“la definición del Estado como Estado de clase, existente en el aparato represivo de Estado, aclara de manera fulgurante todos los hechos observables en los diversos órdenes de la represión, cualquiera que sea su campo: desde las masacres de junio de 1848 y de la Comuna de París, las del domingo sangriento de mayo de 1905 en Petrogrado, de la Resistencia de Charonne, etc.”*

El segundo, los aparatos ideológicos de Estado, funcionan por la ideología proveniente del dominio privado donde se fabrican identidades o valores a los sujetos mediante la interpelación esto para asegurar la dominación privada mediante una violencia simbólica disimulada. Resulta fundamental entender a los aparatos ideológicos de Estado desde la ideología, porque se puede entender el fundamento particular ideológico de cada aparato bajo sus formas diversas e intereses. Althusser menciona que si bien la ideología aparece bajo formas diversas también se puede unificar desde una sola identidad de una clase que ha alcanzado el poder del Estado y ha ejercido su hegemonía sobre los otros aparatos ideológicos desde la lucha de clases.

De acuerdo a Althusser (1974:25) *“ninguna clase puede tener en sus manos el poder de Estado en forma duradera sin ejercer al mismo tiempo su hegemonía sobre y en los aparatos ideológicos de Estado”*. Cabe señalar que en el accionar del aparato de estado ya sea represivo o ideológico no existe ni una forma pura ideológica ni una forma represiva que funcionen por sí mismas, en realidad los aparatos de estado funcionan bajo un doble funcionamiento predominante y secundario entre ideología y represión. Consecuentemente, el

aparato represivo de estado funciona masivamente con la represión como forma predominante y como forma secundaria con la ideología; por el contrario un aparato ideológico de estado funciona masivamente mediante la ideología y secundariamente mediante una represión muy atenuada o disimulada, es decir, simbólica. Es así que para que una clase pueda mantener el poder del Estado y por lo tanto su ideología dominante, necesita de los aparatos ideológicos y represivos para garantizar su hegemonía.

La clase dominante en el ejercicio del control del poder del Estado, garantiza que en los aparatos represivos tanto como en ideológicos se aseguren las condiciones de producción. Por ende, es importante entender que el aparato represivo es quien garantiza que los aparatos ideológicos tanto públicos como privados tengan las condiciones político- jurídicas para la reproducción de la idea dominante de la clase hegemónica. Cabe recalcar que debido a la diversidad existente en los aparatos ideológicos de Estado, estos no solo actúan como objetos sino también como un lugar para la lucha de las clases disidentes; lo que hace que la clase en el poder no pueda ejercer su hegemonía tan fácilmente en ciertos aparatos ideológicos de Estado.

De ahí recae el hecho de entender cuando una clase tiene el control hegemónico del Estado o mantiene la hegemonía por alianzas con otras clases sociales, lo que refleja la lucha de clases por la hegemonía del Estado y la lucha alrededor de los aparatos ideológicos. Estos aparatos ideológicos de Estado garantizan la reproducción de las condiciones de producción de una formación social, los aparatos ideológicos son estructuras simbólicas, imaginarias dotadas de existencia material que responden a ideas dominantes. Para Althusser, la ideología se da u opera bajo la forma imaginaria de la ideología, la materialidad de la ideología y la interpelación de la ideología, él crea estas categorías conceptuales para explicar a la ideología. Estos elementos conceptuales serán analizados a continuación.

1.1.3. La ideología no tiene historia

La ideología representa la relación imaginaria de los individuos con sus condiciones reales de existencia debido a que los hombres se forman una representación distorsionada, bajo los modos de producción dominantes ya que asumen una conciencia de clase que no les pertenece y producen trabajo

alienado. Esta relación imaginaria de los individuos con las condiciones reales de existencia ha estado siempre presente en la historia, es por eso que Althusser plantea que la ideología no tiene historia dado que es eterna y siempre ha estado presente bajo algún modo de producción económico que va cambiando según la lucha de las clases sociales.

Por ende, según Althusser (1974:38) *“la ideología pasa a ser el sistema de ideas, de representaciones, que domina el espíritu de un hombre o un grupo social”*. Entonces, la lucha de clases que se va dando en la historia, inscribe a la facción ideológica “ganadora” particular de clase para que se establezca con una temporalidad histórica propia bajo un modo de producción. La ideología no tiene historia porque siempre ha estado presente bajo una ideología particular de clase.

1.1.4. La ideología tiene una existencia material

La realización material que tienen las ideas, es decir, la ejecución de prácticas por el sujeto, dado que conduce los actos de su vida en función de sus ideas, es decir de la ideología. Bustos (2009) sostiene que esta ideología habla en actos, el sujeto en sus actos habla de ideología dado que la existencia de sus ideas, de sus creencias es material, en tanto que esas ideas son actos materiales insertos en prácticas materiales, reguladas por rituales definidos, a su vez por el aparato ideológico material del que proceden las ideas de los sujetos.

La materialidad de la ideología está reflejada en la praxis del sujeto que guía su actuar a lo que cree creer y lo realiza en actos materiales debido a la creencia de su ideología. Es así que Althusser (1974:49) establece que *“los individuos que viven en la ideología, o sea con una representación determinada del mundo, cuya deformación imaginaria depende de su relación imaginaria con sus condiciones de existencia, es decir, en última instancia con las relaciones de producción y de clase”*. La relación imaginaria o deformación ideológica del sujeto con las condiciones reales de existencia se da por el modo de producción económico dominante de un determinado tiempo histórico bajo relaciones de clase.

El comportamiento material del sujeto se realiza porque cree en la ideología que el acepta “libremente”, su acción se transforma en actos materiales que están regulados por los aparatos ideológicos y sus prácticas. Es así que según Althusser (1974: 51) *“la existencia de las ideas de la creencia es material, en tanto esas ideas son actos materiales insertos en prácticas materiales, reguladas por rituales materiales definidos, a su vez, por el aparato ideológico material del que proceden las ideas de ese sujeto”*. Por ende, el sujeto adopta un comportamiento funcional, participa de las prácticas reguladas del aparato ideológico y de sus valores. Entonces, su comportamiento se traslada a la actividad de la reproducción económica y función social que debe cumplir como sujeto en la división social del trabajo, por lo tanto, no hay práctica sino por y bajo una ideología y no hay ideología sino por el sujeto y para los sujetos.

1.1.5. La ideología interpela a los individuos como sujetos.

Althusser como elemento teórico utiliza la categoría individuo para luego entender como este individuo se convierte en sujeto, ya que los individuos son siempre sujetos. Por lo tanto, para que los individuos se conviertan en sujetos es importante entender a la interpelación, debido a que la interpelación transforma a los individuos en sujetos ideológicos. Según Bustos (2009:9) *“la ideología constituye la instancia que asegura la integración de la subjetividad individual a la estructura social”*, es decir, la ideología es el componente dedicado al tratamiento -incorporación, adaptación- de la subjetividad -conciencia- a los efectos de la individualidad -personalidad- para que se conformen a la existencia de las leyes de funcionamiento de esa formación social. La ideología al ser el sistema de representaciones, es lícito identificarla como un sistema simbólico que determina en forma la existencia del sujeto, es decir, que el sujeto es efecto de una determinación simbólica por interpelación la misma que garantiza la reproducción de las condiciones de reproducción de una formación social.

La ideología interpela a los individuos como sujetos es decir, “la ideología solo existe por el sujeto y para los sujetos. Solo existe ideología para los sujetos concretos y es posible solo por el sujeto, por la categoría de sujeto y su funcionamiento. La ideología actúa o funciona de tal modo que recluta sujetos entre los individuos, los recluta a todos, o transforma a los individuos en sujetos, los transforma a todos por medio de esta operación muy precisa que llamamos interpelación y que se puede presentar con la más trivial y corriente interpelación (Althusser, 1974: 53- 57).

La ideología se dirige a los individuos para transformarlos en sujetos por medio de la interpelación. La interpelación asigna roles y funciones para la reproducción económica y para el mantenimiento de las relaciones sociales. Hay que tomar en cuenta que la interpelación se realiza por que hay un otro que se encarga de interpelar. De esta manera, según Paredes (2001: 21-22) *“la idea de sujeto se nos presenta, de inmediato, en nuestro discurso, como un yo. Este yo se presenta como la fuente y el origen de todo discurso como un yo autónomo, dueño de sí mismo, de lo que dice, de lo piensa, de su conciencia, sin embargo este yo habla desde algún lugar, desde alguna posición”*. Este otro interpelador es quien recluta sujetos, construye las relaciones sociales y sujeta sujetos. El otro interpelador, se define por sí y para sí, ya que es aquel que interpela a sus sujetos.

Es así que el sujeto es sujeto del otro, sujeto por el sujeto y sometido al sujeto que se va a manifestar en la obediencia y la sumisión. Finalmente, la interpelación al ser el mecanismo por el cual opera la ideología permite mantener el modo de producción económico y las relaciones sociales de dominación. De esta manera, la ideología mantiene la división social técnica del trabajo que los sujetos ocupan en la producción, (represión, ideologización, explotación), asegurando el orden de dominación desde la conciencia debido a que la interpelación crea identidades y valores en los sujetos.

De acuerdo a Nestor Braunstein (citado en Paredes, 2011: 25)

Todo modo de producción exige la producción de los sujetos capaces de producir en ese modo de producción. Tesis fundamental: el sujeto no llega a serlo por unas experiencias singulares ni por su desarrollo autónomo, ni por la maduración neurológica ni por el despliegue de una libertad esencial sino que está constituido como tal a partir de requerimientos emitidos por la estructura social y ejecutados por las instituciones, por los aparatos ideológicos del estado... la familia, la educación, la religión y los medios de difusión de masas.

- 1.2. ¿Qué es desarrollo?
- 1.2.1. Subdesarrollo, periferia y dependencia

La situación de subdesarrollo se produce a partir del proceso histórico de la formación del sistema productivo mundial dentro del cual los países del centro económico capitalista crean una periferia que sirve para abastecer a los países del centro de materia prima y mano de obra. Según Cardoso & Faletto (1977:12) *“la especificidad histórica de la situación de subdesarrollo nace*

precisamente de la relación entre sociedades periféricas y centrales". Este escenario histórico desenvuelve una realidad específica para los países periféricos; el ser funcionales y ocupar en el sistema económico una posición o funcionamiento que sea complementaria a la producción y acumulación de los países del centro. De esta manera Cardoso & Faletto (1977:25) establecen que *"las nociones de centro y periferia, subrayan las funciones que cumplen las economías subdesarrolladas en el mercado mundial, sin destacar para nada los factores políticos, sociales implicados en la situación de dependencia"*.

La primera vinculación de América Latina al mercado mundial y a las relaciones de dependencia del centro occidental se da bajo relaciones coloniales, lo que conllevó a que las sociedades periféricas distribuyan la entrega de materias primas y mano de obra al centro y así también el posterior establecimiento de una clase oligárquica con capital patrimonial en América Latina, que se consolidaría en su fase post independencia con la naciente idea de formar estados nacionales.

Estos momentos históricos marcaron el inicio de la desacumulación en América Latina donde la periferia envía recursos al centro –desacumulándose- y el centro se abastece de recursos –acumulándose-. Esto hace que la división internacional del trabajo en el mercado se estructure, lo que conlleva a la acumulación de recursos para los países del centro y a la consolidación de la división internacional del trabajo centro-periferia para la reproducción de las relaciones de producción y dependencia -dominación, explotación-. Por consiguiente se anuló por completo la autonomía nacional de los países periféricos para direccionar la economía local como externa. La dependencia sería la forma en cómo se construye las relaciones de poder entre las clases del centro y la periferia por medio de convergencias, intereses particulares, circulación de las materias, mano de obra, porque garantiza el estado de cosas como la acumulación, el control político y los planes de desarrollo en cada sociedad. (Cardoso & Faletto, 1977: 15)

La noción de dependencia alude directamente a las condiciones de existencia y funcionamiento del sistema económico y del sistema político, mostrando las vinculaciones entre ambos, tanto en lo que se refiere al plano interno de los países como al externo. La dependencia supone un modo determinado de relaciones estructurales, un tipo específico de relación entre las clases y grupos que implica dominio que conlleva estructuralmente la vinculación con el exterior. (Cardoso & Faletto, 1977: 14)

Las relaciones económicas-políticas entre el centro y la periferia dan forma a una dependencia centro-periferia que asienta una ideología de desarrollo industrial vía interpelación para los países periféricos. Estos últimos deben desarrollarse como los países del centro, es decir, desarrollar procesos industriales para la fabricación de bienes con alto valor agregado para dinamizar y diversificar la producción para el crecimiento económico. Sin embargo, todo esto queda en la ilusión del desarrollo dado que los países periféricos no pueden desarrollarse como los países del centro debido al establecimiento de la división internacional del trabajo. Entonces, los países de la periferia no pueden competir con el centro y solamente son proveedores de recursos y de mano de obra, pero esta dinámica de desarrollo es rentable para las clases dominantes de esta misma periferia. De esta manera, la periferia es sujeta al centro, anhela ser como el centro y el desarrollo de la sociedad se dará en función de las recetas de desarrollo del centro. Por ende, la periferia se ve reducida en sí misma, sus saberes y epistemologías quedan invisibilizadas.

1.2.2. Las economías de enclave

La producción nacional económica en América Latina al no tener autonomía de decisión, ni la capacidad competitiva en cuanto a tecnología, capital local y bienes con valor agregado, se ve controlada desde afuera por los países del centro por lo tanto se crean enclaves económicos con los países periféricos. De acuerdo a Cardoso & Faletto (1977: 21- 23) *"la economía de los países latinoamericanos también se incorporó al mercado mundial a través de la producción obtenida por núcleos de actividades primarias controladas en forma directa desde fuera"*. Esta creación de enclaves económicos por los países del centro se dio también al momento de realizar inversiones de capital en América Latina para apropiarse de la incipiente producción local. De este modo, los países del centro aseguraron la distribución y la producción de suministros que ellos consideraban estratégicos e importantes para dinamizar la economía del centro y la acumulación de capital.

Además, dada la fragilidad económica de las oligarquías locales periféricas que no podían ser competitivas con el centro, se empieza a desplazar la producción nacional. Es así que los grupos de exportación nacional pierden el control de los sectores estratégicos para la producción local, se vuelven vulnerables. Por ende, las burguesías del centro aprovechan

la debilidad no competitiva de las oligarquías y de los productores locales, entonces, las burguesías estratégicamente realizan inversiones directas para la compra de tierras, compra de recursos naturales y desencadenar desarrollos productivos hacia el centro.

Los capitales obtenidos por inversión extranjera y las ganancias generadas por la producción local controlada desde afuera, hicieron que las oligarquías se vuelvan parasitarias dependientes del capital porque el capital que se quedaba en la periferia servía a la oligarquía para mantener el control político. Los enclaves económicos servían para desarrollar el centro, también coadyuvaron al control nacional de las clases oligárquicas que dependían del centro para sus cálculos políticos y el mantenimiento de su capital patrimonial. De esta manera, se da la explotación del enclave económico ya que la clase oligarca dominante favorece la inversión de capital desde el centro y la provisión de recursos desde la periferia, lo que hace que el control comercial se mantenga bajo la dependencia del centro. (Cardoso & Faletto, 1977: 51)

1.2.3. Dependencia y desarrollo

La dependencia económica de los países periféricos hacia los países del centro mediante la modalidad de control de las exportaciones de los países periféricos agroexportadores inauguraba desde un inicio el control político que el centro continuaría realizando. Posteriormente, se inscribe una nueva modalidad de desarrollo de dependencia mediante el financiamiento externo o la inversión extranjera de los países del centro y las empresas transnacionales provenientes de estos países. Estas empresas del centro bajo su interés lucrativo y estratégico, buscan posicionarse en el mercado local periférico, con el afán de deslocalizar la cadena productiva que permite la fabricación de bienes, la explotación de la mano de obra y la extracción de recursos naturales, manteniendo los lazos de dependencia para el desarrollo del centro.

La vinculación de las economías periféricas al mercado internacional se da ahora cuando el desarrollo del capitalismo cuyo centro ya no actúa solo, como antes, a través del control del sistema de importaciones-exportaciones, sino que lo hace también a través de inversiones industriales directas en los nuevos , mercados nacionales. (Cardoso & Faletto, 1977: 57)

En América Latina se empieza a dar los primeros brotes de procesos industriales por ciertos países. Consecuentemente, se va desplazando

relativamente la exportación de materia prima hacia el exterior y se va asentando relativamente la producción manufacturera. De esta manera, los países de la periferia buscan ensayar el mismo modelo de desarrollo industrial de los países del centro, pero continuando bajo la matriz de la división internacional del trabajo que garantiza los lazos de dependencia política y la rentabilidad del ingreso de capitales para las clases periféricas dominantes.

Por lo tanto, resulta importante comprender el mecanismo de funcionamiento de las inversiones directas de los países del centro o de las empresas privadas debido a que estas fueron y siguen siendo influyentes para la apropiación de medios de producción, recursos y para la deslocalización de la cadena productiva lo que permite mantener las relaciones con las oligarquías locales. Cuando el centro controló a la periferia, se limitó la capacidad de autonomía nacional para dirigir la producción y se mantuvo las inversiones realizadas desde el exterior para el desarrollo de las nacientes industrias bajo sus intereses. Además, se asumieron deudas económicas con los países del centro para sostener al “naciente sector manufacturero” en América Latina.

1.2.4. Las estructuras precapitalistas, antesala del subdesarrollo

América Latina se vincula a Europa desde una matriz colonial cuyos modos de producción precapitalistas tanto esclavistas como feudales articulan las relaciones sociales de explotación y dominación. Cueva (1977:13) sostiene que *“el período de acumulación originaria en Europa corresponde en América Latina a un período de expropiación de riquezas y desacumulación originaria”*. Esta realidad histórica concreta se convirtió en un saqueo sin precedentes donde Europa empieza la acumulación del capital y América Latina empieza su desacumulación de capital.

Consecuentemente, se organizó una estructura económica-política de poder para generar los vínculos con el exterior a fin de que Europa pueda absorber las riquezas locales de las colonias de manera planificada en complacencia con las clases dominantes de aquel entonces en América Latina. El capital que ingreso a la periferia permitió organizar la estructura social colonial de la clase hegemónica y de sus súbditos administrativos metropolitanos, los mismos que gozaban de los beneficios del capital que

ingresó. Para Cueva (1977:14) *“independientemente de los grados y maneras de vinculación y dependencia de las colonias frente a la metrópoli, es innegable que en cada colonia se organizó y se desarrolló un sistema internamente articulado e impulsado de poder político y económico”*.

En América Latina la clase oligárquica, son quienes mantienen una estructura ideológica política de dominación hacia las poblaciones de indígenas, negras y coolíes, los mismos que trabajaban en las tierras de los campesinos bajo explotación. De ahí la importancia que tuvo el desarrollo de la agricultura para el despegue de los países industrializados del siglo XIX. Esta estructura precapitalista se mantendrá durante mucho tiempo, incluso después de la independencia dado que las clases dominantes continuaban manteniendo formas coloniales hacia los propietarios originarios -indígenas-.

1.2.5. El proceso de acumulación originaria y el desarrollo oligárquico dependiente del capitalismo

La acumulación originaria se da por la separación del productor directo de sus medios de producción, en este caso en América Latina son las poblaciones indígenas que en su fase precapitalista pasan a una etapa de “transición” para la implementación del capitalismo. Cueva (1977: 65- 66) sostiene que *“el modo de producción capitalista sólo puede implantarse sobre la base de dos premisas que poseen toda la fuerza de una ley: la constitución de la propiedad capitalista de los medios de producción y la creación de una mano de obra libre, es decir liberada de toda propiedad, incluida la de los medios necesarios para su reproducción social”*. Al efectuarse este procedimiento se pretendió la creación de mano de obra libre sujeta de ser contratada y la creación de la propiedad individual que fueron fundamentales para la implantación del capitalismo.

La vía oligárquica seguida por nuestro capitalismo no conduce desde luego a un estancamiento total de las fuerzas productivas, pero sí es una de las causas principales de su desarrollo lento y lleno de tortuosidades mayor en extensión que en profundidad. Resulta claro, por lo demás, que en América Latina el ritmo de este desarrollo varía en razón inversa del grado de hibridez de las relaciones sociales de producción. Allí donde los elementos semiesclavistas o semif feudales siguen envolviendo por largo tiempo el movimiento del capitalismo, las fuerzas productivas se desarrollan de manera en extremo morosa y desigual. (Cueva, 1977: 83)

Este proceso de acumulación originaria implicó despojar al dueño originario de los medios de producción e implantar el modo de producción social capitalista en América Latina así como también, las bases nacientes de la moderna estructura económica centro y periferia, las relaciones de dependencia política entre las clases oligárquicas locales de América Latina y las burguesías industriales occidentales. Esto involucró, la pauperización de la clase campesina mediante la expropiación de las tierras, la explotación colonial y la dominación política que ejercieron las clases dominantes locales en convergencia con las clases externas. La clase campesina se convirtió en factor de producción para el desarrollo del centro y en peones de hacienda para la producción local bajo relaciones sociales esclavistas y serviles precapitalistas.

Es importante mencionar que en América Latina no se da una revolución burguesa como en Europa, en América Latina se mantiene una estructura colonial dominada por una oligarquía criolla que es dueña de la tierra por expropiación. Los grandes latifundios que se crearon, transformaron al campesino que vivía de la tierra en peones al servicio del hacendado. Los campesinos no se constituyeron en hombres libres o en obreros modernos para vender su fuerza de trabajo al mercado, tal cual el modo de producción capitalista supone, sino que el interés criollo fue mantener una estructura colonial feudal. Además, no se constituyó un mercado interno, no existió consumidores que consuman localmente, más bien los terratenientes importaron mercancías suntuarias y exportaron el capital generado por la explotación para el continuo desarrollo del centro.

1.3. ¿Qué es la ideología del desarrollo?

1.3.1. La obsolescencia del concepto desarrollo

La obsolescencia del concepto de desarrollo recae en sí mismo, debido a que durante la historia ha estado siempre presente desde un orden de dominación lo que ha causado que el desarrollo en sí mismo descarte varias visiones fuera del centro. Esto ha hecho que el concepto de desarrollo sea un eufemismo, claramente reflejado en la categorización sobre lo desarrollado y lo “subdesarrollado”. En este sentido, el concepto de desarrollo es obsoleto ya que la clase hegemónica ha conceptualizado y ha re conceptualizado el

concepto de desarrollo bajos sus parámetros para garantizar la vigencia, la continuidad y la hegemonía del modelo dominante.

El orden de dominación hace que la toma de decisiones sea planteada desde una visión económica política, la misma que se caracteriza por asignar los recursos por medio de las decisiones individuales y descentralizadas de varios grupos económicos de poder, es decir, las empresas, las mismas que actúan en el mercado de los bienes y servicios, quienes mantienen como objetivo final la maximización de la riqueza individual sin importar los instrumentos utilizados y dejando de lado el bienestar colectivo. Esta manera de organización de las empresas en la economía de mercado ha avanzado de la mano con los procesos de dominación social ya que se plantean como un medio para la imposición de la voluntad sobre los demás. Precisamente, desde una perspectiva marxista, las organizaciones multinacionales dentro de un plano económico capitalista configuran el ejercicio de la dominación sutil sobre sus asalariados con el objetivo de tener resultados organizacionales, originados en la voluntad del capitalista, es decir, la plusvalía.

La obsolescencia del concepto de desarrollo implica desmitificar la idea de desarrollo desde el abordaje crítico de la realidad, es decir, desde su contradicción. El desarrollo se ha perpetuado durante el tiempo bajo distintos discursos antropocentristas los mismos que han acentuado la dominación del hombre sobre el hombre y la explotación del hombre y la naturaleza, estos discursos han llevado a las sociedades hacia un único y solo fin ser sociedades para el mercado y del mercado. Las sociedades que se vinculan al mercado bajo la idea de desarrollo se subyugan a la dinámica económica del poder de los países occidentales es por eso que las sociedades periféricas pasan a ser funcionales a las demandas del centro, siendo un hecho fundamental para mantener la división social técnica del trabajo bajo sociedades desiguales.

La obsolescencia se da porque el desarrollo se ha construido sobre bases de una economía de mercado. Es así que el desarrollo se ha inscrito como una ilusión, siendo esta fantasía la que guíe el comportamiento de los países periféricos. Los países del sur sujetos a este valor, han aplicado los modelos de desarrollo contruidos desde el occidente con el fin de alcanzar su progreso. Sin embargo, la caducidad del modelo desarrollista se manifiesta en su base económica, la misma que funciona bajo relaciones asimétricas de

poder, por ende de dominación y explotación. De esta manera, el desarrollo, al provenir de una idea dominante del centro es estandarizado como un progreso material de crecimiento económico sin fin, bajo una estructura de dominación ideológica expansiva que ha reducido a los países de la periferia a un rol de proveedores convirtiéndolos así, en enclaves productivos para el centro; siendo este un desarrollo hacia fuera.

Los acercamientos periféricos desde la convergencia política de clases no han implicado el tan ansiado desarrollo sino un mal desarrollo. Este mal desarrollo se evidencia en las negociaciones periféricas con las economías del centro cuyo resultado ha sido sacar préstamos económicos para desarrollar a la sociedad, que en definitiva ha llevado al endeudamiento y a la dependencia. Además, también se evidencia el servilismo de las clases políticas periféricas con empresas multinacionales, donde estas empresas en busca de su interés privado han sacado beneficios como la deslocalización de la cadena productiva, lo que ha resultado en ganancias lucrativas para la empresa e ingresos económicos para la clase política parasitaria de turno. El desarrollo sigue siendo un mal desarrollo porque no modifica la realidad social de la periferia sino que perpetua prácticas extractivistas y servilismo al centro manteniendo la hegemonía del capital sobre la sociedad.

1.3.2. La interpelación del desarrollo

La interpelación del desarrollo desde la ideología ha ido consolidando sujetos sujetados a la división técnica internacional del trabajo. Esto implicó que el mundo se divida funcionalmente en términos económicos centro-periferia. Lo que causó que las sociedades periféricas sean económicamente funcionales al centro y aspiren a ser occidentales abandonando sus epistemologías. Basta ver la necesidad creada por los gobiernos para buscar el desarrollo desde el crecimiento económico, entendiéndose que solo el crecimiento económico es bienestar y progreso material.

Esta realidad es cuestionada cuando nos damos cuenta que no se ha podido superar la desigualdad, la exclusión, la explotación de la naturaleza como del hombre. La aspiración de ser desarrollado es latente, en la periferia, como efecto mismo de la ideología dominante de desarrollo que constituye sujetos particulares. La interpelación del desarrollo busca homogenizar la

realidad social mediante el determinismo económico, es por eso que se cree que solamente es posible pensar a la sociedad en términos de crecimiento económico como progreso, sin importar los medios empleados, ya sean estos inversión extranjera directa, endeudamiento para proyectos de desarrollo, cooperación técnica, extractivismo, etc., que per se es aceptando por los sujetos sin menor debate o cuestionamientos.

Esto hace que la ideología del desarrollo se mantenga en el tiempo reinventándose por medio de la retórica política que es difundida mediante los aparatos ideológicos de Estado -Naciones Unidas- así como los privados - multinacionales- de esta manera la sociedad se conduce hacia el desarrollo y se garantiza que los sujetos acepten el desarrollo. Esto va creando sujetos consumidores, sin conciencia de la explotación. La interpelación del desarrollo hace que las sociedades se apasionen por el mercado haciendo que la sociedad esté por debajo del capital y que la acumulación de la riqueza se quede en pocas manos.

La interpelación del desarrollo como ideología ha coadyuvado a establecer una sociedad global que conecte a todas las sociedades al mercado bajo relaciones de poder asimétricas y relaciones de dependencia. El desarrollo desde el centro ha garantizado su epistemología y ha invisibilizado otros saberes, no se ha detenido. La relación centro-periferia ha marcado la relación económica-política de las distintas sociedades bajo relaciones desiguales y servilismo político.

La empresa privada bajo el desarrollo sostenible, busca crear la ilusión en la sociedad afirmando que la empresa está cambiando la relación de explotación con su entorno natural y social. Pero, sabemos que sería una contradicción dado que la empresa al ser el motor de la economía acorde a los principios fundamentales de la economía de mercado no eliminaría la explotación porque no existiría ganancia. La empresa no puede perder credibilidad y debe buscar la manera de acumular sin ser cuestionada. Por eso la ideología de desarrollo sostenible le ofrece a la empresa la garantía de continuar el negocio en el tiempo siendo sujeto de las Naciones Unidas.

De esta manera, la empresa debe comprometerse en liderar proyectos de desarrollo sostenible, difundir estos principios y valores a sus trabajadores

vía interpelación para que se adhieran a la lógica empresarial de negocio o a su vez para que se logre una inserción de sus productos en espacios comunitarios no capitalistas o se cree posibilidades de enclaves económicos en las comunidades para que de esta manera el capital y la cadena de producción de la empresa quede garantizado.

- 1.4. La ideología de desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas
- 1.4.1. Desarrollo Sostenible
- 1.4.1.1. Antecedentes

Una mirada histórica muestra que la búsqueda de opciones de desarrollo se da por los problemas sociales, medioambientales y sus consecuencias a escala mundial que ponen en duda el modelo de desarrollo dominante. A continuación se presenta una línea de tiempo en donde se evidencia cada aporte durante la historia que permitió que se introdujera el concepto de desarrollo sostenible. En el año 1972, el Club de Roma publica el informe titulado, “Los Límites del Crecimiento” en donde se plantea que un crecimiento económico a largo plazo llevaría al colapso por acumulación de contaminación o extinción de recursos. Esto disminuiría la producción industrial per cápita, la disponibilidad de alimentos, recursos y la población mundial que ocasionaría un aumento en la tasa de mortalidad. Este informe marca el inicio de debates a escala mundial sobre la problemática de los límites ambientales, los mismos que permiten el surgimiento de nuevos conceptos para reconceptualizar al desarrollo. (Gudynas, 2003: 43).

De esta manera, en 1981 se da un nuevo paso para la construcción del concepto de desarrollo sostenible ya que se plantea la primera Estrategia Mundial para la Conservación de la Naturaleza realizada por la Unión Internacional para la conservación de la Naturaleza (IUCN) con el apoyo de Fondo Mundial para la Vida Silvestre (WWF) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). En esta estrategia surge el primer concepto de desarrollo sostenible definido como “*la modificación de la biosfera y la aplicación de los recursos humanos, financieros, vivos e inanimados en aras de las satisfacción de las necesidades humanas y para mejorar la calidad de vida del hombre*” (Gudynas, 2003: 44) Este concepto establece las bases para entender al nuevo desarrollo como una balanza que deberá equilibrar las necesidades humanas y sus impactos en la base ecológica.

En 1987 surge el concepto oficial del desarrollo de las Naciones Unidas en el informe “Nuestro Futuro Común” realizado por la comisión de Brundtland, en donde se lo define como *“el desarrollo que satisface las necesidades de la generación del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”* (Gudynas, 2003: 46). Este concepto de desarrollo implica límites, limitaciones no absolutas, que se imponen en las actividades humanas con relación al manejo de recursos naturales, uso de tecnología y la organización social. Pero además este concepto también reconoce los límites absolutos de la biosfera, la limitación de colocar los residuos generados como consecuencia de la actividad humana. (Naciones Unidas, 2015) (UNESCO, 2015)

Debido a la creciente preocupación por los problemas ambientales a escala global, la continua reducción de la capa de ozono y el recalentamiento de la atmosfera, en el año 1991, se plantea la segunda estrategia mundial de la conservación realizada por la Unión Internacional para la conservación de la Naturaleza (IUCN) con el apoyo de Fondo Mundial para la Vida Silvestre (WWF) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). En la estrategia “Cuidemos la Tierra” se define nuevamente al desarrollo sostenible como *“la calidad de vida humana sin rebasar la capacidad de carga de los ecosistemas que la sustentan”* (Gudynas, 2003: 49). Además, en este informe se plantea que el producto de este modelo de desarrollo será una economía sostenible y deja claro la necesidad de realizar profundos cambios culturales para llegar a una sociedad sostenible.

Es así que la Organización de las Naciones Unidas en virtud de lo antes mencionado decide convocar a la segunda reunión dedicada a temas ambientales. De esta manera en el año 1992, la comunidad internacional se reúne en Brasil en la ciudad de Rio de Janeiro para discutir los mecanismos para poner en práctica el desarrollo sostenible. Durante la denominada Cumbre de la Tierra de Río, los líderes mundiales adoptaron el programa 21 como estrategia principal para alcanzar el desarrollo sostenible. Esta declaración se sustentaría en varios principios que planteaban que el derecho al desarrollo debe ejercerse en forma tal que responda equitativamente a las necesidades de desarrollo y ambientales de las generaciones presentes y futuras. Por ende, los Estados deberían cooperar en la promoción de un sistema económico internacional que llevara al crecimiento económico y el

desarrollo sostenible de todos los países, a fin de abordar en mejor forma los problemas de la degradación ambiental. (Gudynas, 2003) (Naciones Unidas, 1992).

Paralelamente a la Cumbre de la Tierra las organizaciones ciudadanas, grupos ambientalistas y varios actores promovían sus propias ideas. Es así que en el mismo año, bajo el amparo del Consejo Empresarial para el Desarrollo sostenible y por la iniciativa de Stephan Schmidheiny, los empresarios se sumaron a la discusión. Se estableció el informe “Cambiano el Rumbo” que presentaba una propuesta de sustentabilidad basada en un sistema de mercados abiertos y competitivos en los cuales los precios reflejasen tanto los costos del medio ambiente como los de otros recursos aportando de esta manera al manejo responsable de los medios de producción. (Gudynas, 2003: 51)

En el año 2002 la comunidad internacional se reúne para llevar a cabo la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible en donde se aprueba el plan de aplicación de Johannesburgo mismo que plantea aumentar rápidamente el acceso a los servicios básicos, como el suministro de agua potable, el saneamiento, una vivienda adecuada, la energía, la atención de la salud, la seguridad alimentaria y la protección de la biodiversidad. Al mismo tiempo, se buscó dar acceso a recursos financieros, promover la creación de capacidad, utilizar la tecnología moderna para lograr el desarrollo, fomentar la transferencia de tecnología y el mejoramiento de los recursos humanos como educación y capacitación a fin de erradicar para siempre el subdesarrollo, esto bajo un enfoque más específico, con medidas concretas, metas cuantificables y con plazos fijos. (Naciones Unidas, 2002) (Naciones Unidas, 2015)

En el año 2012, veinte años después de la histórica Cumbre de la Tierra, los líderes mundiales se reunieron de nuevo en Río de Janeiro con el objetivo de asegurar el compromiso político renovado con el desarrollo sostenible, evaluar el progreso de la aplicación deficiente en el cumplimiento de los compromisos ya acordados y abordar los desafíos nuevos y emergentes. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible o Cumbre de la Tierra de Río 20, se centró en dos temas; en una economía verde en el contexto del desarrollo sostenible, la erradicación de la pobreza y en el marco institucional para el desarrollo sostenible. Gracias a esta reunión se consolida el informe “El futuro que queremos” que consta de una serie de principios para

que los actores públicos y privados lleven a la práctica una serie de principios a fin de salvaguardar el planeta para un presente y futuro. (Naciones Unidas, 2015) (Naciones Unidas, 2012).

1.4.1.2. Concepto

El concepto de desarrollo sostenible se construyó durante la historia mediante cada una de las aportaciones de los diferentes organismos y estados del sistema mundo y es así que en el informe mundial "Nuestro futuro Común" publicado en el año 1987 por la Comisión Mundial sobre el medio ambiente y desarrollo de las Naciones Unidas se define al desarrollo sostenible como aquel desarrollo que cumple con las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para cumplir con sus propias necesidades. De esta manera el desarrollo sostenible se asienta en tres pilares fundamentales: el desarrollo económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente, los cuales, deben interrelacionarse y desarrollarse de manera equilibrada en el tiempo cambiando de una "explotación" de los recursos naturales a un "manejo" de éstos. (Falconí, 2002) (Naciones Unidas, 2014) (FAO, 2014)

Para la sostenibilidad planteada en este modelo de desarrollo, existen también cuatro dimensiones del desarrollo sostenible sobre las cuales se busca incidir bajo un balance adecuado: la sociedad, el medio ambiente, la cultura y la economía. La sostenibilidad es la capacidad de pensar en un futuro en donde las consideraciones ambientales, sociales y económicas estén equilibradas en la búsqueda de una mejor calidad de vida. De esta manera, las Naciones Unidas plantea el modelo de desarrollo que desde entonces será asumido como el principio rector por todos los países del mundo como mecanismo de desarrollo mundial a largo plazo. (UNESCO, 2015).

El desarrollo sostenible intenta cambiar la percepción de la sociedad global y de actores críticos que han cuestionado al desarrollo pero, la categoría sostenible es un adjetivo que queda en el vacío, dado que no es posible armonizar el crecimiento económico con el cuidado del medio ambiente y al mismo tiempo ser socialmente responsable. El desarrollo sostenible mantiene las bases del sistema capitalista dominante, por lo tanto, solo se basa en una estrategia de la clase dominante para perpetuar al modelo de desarrollo

dominante y sosegar las fuertes críticas a la crisis ambiental global consecuencia del capitalismo mundial. Las relaciones de poder se mantienen y manejan dentro de las categorías de dominación y explotación, es así que los países del centro mantienen su hegemonía en el sistema mundial mientras que los países de la periferia mantienen su rol de proveedor interpelados por la idea de alcanzar el progreso que paradójicamente y contrario a los pilares de desarrollo sostenible, se lo busca mediante la explotación de sus recursos y mano de obra.

1.4.2. La empresa privada y el desarrollo sostenible

1.4.2.1. ¿Qué es la Responsabilidad social corporativa?

Durante la historia bajo los paradigmas dominantes se asumió que la responsabilidad de las empresas era únicamente generar utilidades, sin embargo, con el surgimiento del desarrollo sostenible como modelo dominante esta concepción es modificada ya que surge la idea de que la empresa además de generar utilidades para sus accionistas, debe tomar en consideración el impacto social, ambiental de sus operaciones. De esta manera, nace la empresa socialmente responsable en donde se busca implementar programas de responsabilidad social corporativa desde una perspectiva sistémica y amplia, es decir, incorporando el programa a los procesos de gestión y, por lo tanto, que pase a formar parte integral de las estrategias de negocio y del sistema de planeación interna. (CEMEFI , 2015)

El concepto de Responsabilidad Social Corporativa abarca varias definiciones en desarrollo, ya que es inherente a cada empresa. Por tal motivo se relacionan a este concepto, términos como sustentabilidad, sostenibilidad, ciudadanía corporativa global y otros. Organizaciones, empresas, y algunos investigadores han dado a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) algunas definiciones las mismas que se exponen a continuación:

El libro verde de la comisión Europea propuesto el 18 de julio de 2001 define a *“la responsabilidad social corporativa como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con todos sus interlocutores”* (Navarro, 2012: 70). Las principales ideas sobre la RSC planteadas en el libro verde son:

- Voluntariedad del informe de la RSC, que debe cubrir aspectos internos externos. Aspectos internos todo lo relacionado con seguridad, salud en el trabajo y gestión del impacto ambiental. Aspectos externos relaciones con las comunidades locales, proveedores, consumidores.
- Trasparencia de la RSC mediante la información en informes, memorias de sostenibilidad, etiquetas sociales y ecológicas.
- Apoyo y coherencia con los acuerdos internacionales, como la OIT, OCDE, pacto mundial etc. (Navarro, 2012, pág. 158)

Por otro lado el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa define a la misma como “*una forma de dirigir de las empresas basada en la gestión de los impactos que su actividad genera sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general*”. De esta manera se plantea que la RSC es un concepto transversal que afecta a distintos ámbitos de gestión de la empresa por lo que las actividades desarrolladas en el marco de la RSC deben estar vinculadas a la actividad básica de la empresa, deben permanecer durante el tiempo y deben implicar un compromiso de alta dirección. (Observatorio de RSC, 2015)

Para la empresa multinacional Coca Cola la RSC es una posición en los negocios que considera el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Es un proceso que considera un amplio set de políticas, prácticas y programas que son integrados a través de la operación empresarial y el proceso de toma de decisiones. La RSC debe ser establecida como un proceso tanto internamente en relación a las personas que integran a la compañía como externamente con los diferentes stakeholders y cuidado del medioambiente. (Coca Cola Embonor S.A., 2015).

Para la organización Business for Social Responsibility la RSC es lograr el éxito comercial en formas que honren los valores éticos y respeto por la gente, comunidades y el ambiente natural. Conduciendo las expectativas legales, éticas, comerciales y otras que la sociedad obtiene de los negocios tomando decisiones que equiparen las demandas de todos. Finalmente el organismo The World Bussines Council for Sustaintable Development plantea que ser responsable socialmente es un compromiso de las empresas para contribuir con el desarrollo económico sostenible, trabajar con los empleados,

sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida. (Puente, 2011: 59)

De esta manera con la construcción del concepto de RSC, en los últimos años, las organizaciones empresariales han ido asumiendo progresivamente, un creciente protagonismo en la política de cooperación internacional del desarrollo. La adhesión vía interpelación al desarrollo sostenible por las empresas muestra su intento de reformular el obsoleto paradigma de desarrollo por medio de la ideología. Para esto, la empresa privada transnacional ha creado su propio modelo de desarrollo conocido como responsabilidad social corporativa la misma que busca contribuir al desarrollo sostenible y mejorar la imagen de la empresa en la sociedad y mantener el modo de producción dominante y su modelo de desarrollo.

La Responsabilidad social corporativa modelo de desarrollo de la empresa privada y sujeto del modelo de desarrollo sostenible, coadyuva a configurar un universo simbólico en la sociedad para que la empresa pueda producir la relaciones de producción, reducir vulnerabilidad, mantenerse en el tiempo y disminuir la incertidumbre operativa en el entorno social. La empresa al ser el motor del capital, precisa ser creativa para crear nuevas identidades y valores a los sujetos para mantener su organización y sus reproducir las condiciones de producción dominante. Si bien, la empresa ha sido considerada como un agente pragmático en la producción de bienes y servicios, no deja de lado su carácter ideológico político para sostener su praxis económica, de ahí el hecho fundamental de entender la ideología del desarrollo.

La RSC mecanismo ideológico de retroalimentación de la empresa privada, contribuye a resguardar el modo de producción capitalista para mantener su imagen privada-publica favorable frente a los distintos sujetos. Este recurso ideológico dirigido para obtener ventajas competitivas a largo plazo, para incrementar ganancias económicas, generar la aceptación o consentimiento de los sujetos permite que estos no cuestionen el modelo de negocio de la empresa lo que conlleva a mejorar la credibilidad en sus operaciones. La empresa va mejorando su imagen dado que se adhiere al desarrollo sostenible, a los principios del pacto mundial, a las certificaciones internacionales que en fin contribuyen a la imagen de la empresa para que continúe con su praxis y los sujetos confíen en la misma.

La empresa mediante la RSC maneja su influencia ideológica en la percepción de los sujetos, los mismos que van a estar convencidos que la empresa se ha transformado y que ahora es moral y éticamente responsable en sus actividades gracias a la RSC sujeto del desarrollo sostenible. Pero es importante cuestionarse si es posible que la empresa sea una entidad moral-ética, gracias a la RSC. Considerando que la empresa capitalista persigue fines interesados para lucrar infinitamente y acumular capital no puede estar atravesado por una moral ética dado que estos valores persiguen fines desinteresados que no están atravesados por el móvil económico, por lo tanto la RSC es un instrumento de la empresa para la maximización de la ganancia en un mercado anárquico competitivo.

La empresa garantiza su continuidad en el mercado por medio del desarrollo sostenible y su responsabilidad social corporativa. De esta manera, elabora y difunde memorias de sostenibilidad las mismas que son comunicadas a los distintos sujetos interesados por el accionar de la empresa, permitiéndole construir percepciones valorativas de los sujetos hacia la empresa. Estas memorias de sostenibilidad son valiosas para las empresas ya que al ser un instrumento ideológico de difusión, permiten mantener a los sujetos sujetos conformes con el desarrollo de la empresa. Estas memorias de sostenibilidad contribuyen a reducir la incertidumbre operativa de la empresa sobre sus impactos socios, ambientales y así mantener una buena imagen frente a sus competidores, consumidores, trabajadores y comunidades.

La utilización de las memorias de sostenibilidad permite a la empresa desde su dimensión interna sostener las relaciones de producción ya que los trabajadores al identificarse con sus valores enfocan su comportamiento para mantener las relaciones de producción. En la dimensión externa le permite adherir nuevos consumidores, mantener consumidores los mismos que van a garantizar la continuidad de la empresa en el mercado.

Dentro del mundo empresarial RSC es caracterizada como una nueva manera de hacer negocio, sin embargo, la realidad muestra que no se ha cambiado la base sobre la cual la empresa se maneja, dado que es una base capitalista y por lo tanto la empresa sigue jugando bajo leyes capitalistas, donde la explotación y dominación es latente. Basta comprender cuando una

multinacional deslocaliza la cadena de producción en países periféricos creando enclaves económicos para aprovechar costos de producción como mano de obra, recursos naturales. Estos países se mantienen como proveedores y además al poseer las empresas multinacionales el poder económico son influyentes en la periferia ya que articulan convergencias políticas con las clases de turno, obteniendo así permisos de operación, lo que garantiza el funcionamiento de las empresas capitalistas del centro en territorios periféricos.

1.4.2.2. Guías o Principios RSC

La Responsabilidad Social Corporativa se promueve a través de varias normas e iniciativas internacionales que buscan establecer un esquema de Triple Cuenta por resultados en donde las iniciativas RSC deben cumplir con el objetivo de promover tres aspectos básicos que son los derechos humanos, derechos sociolaborales y derechos medioambientales. De esta manera, en el ámbito internacional han aparecido significativas directrices y pautas de actuación por varios organismos internacionales. A continuación se analizarán las iniciativas del Pacto Mundial y las normas ISO ya que son las guías con un esquema de Triple Cuenta por lo que abarcan la mayoría de marcos normativos descritos en el cuadro 1, de esta manera estas guías son implementadas con mayor recurrencia por las empresas privadas. (Navarro, 2012: 166)

CUADRO 1
NORMAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

Declaración Universal de Derechos Humanos (1948)
Pacto Mundial
Normas sobre la responsabilidad de las empresas transnacionales (CESNU)
Convenios OIT
Principios Equator
OCDE – Líneas directrices para las empresas multinacionales
Principios Ceres
Principios Global Sullivan
Objetivos del milenio (2000)
Declaración de Río sobre medio ambiente y desarrollo sostenible (1992)
Protocolo sobre el efecto invernadero
Normas ISO
Orientaciones Amnistía Internacional para las empresas multinacionales

Fuente: (Navarro, 2012)
Elaboración: Maldonado, A.

- El Pacto Mundial (Global Compact)

El Pacto mundial es un instrumento de cooperación de las empresas con la sociedad para crear un mercado mundial abierto más equitativo. Esta iniciativa fue propuesta por el ex secretario general de las Naciones Unidas Kofi Annan durante la cumbre Económica Mundial de Davos en el año 1999. Este instrumento de libre adscripción plantea el compromiso de implantar los diez principios del pacto en su estrategia y en sus operaciones. (Ver cuadro 1) En este sentido, el pacto no es un instrumento regulador que plantea normas legales de conducta para todas las entidades, al contrario la entidad que asume el compromiso de ir dando cuenta a la sociedad, con publicidad y transparencia de los procesos realizados mediante la elaboración de informes de seguimiento. La misión del Pacto Mundial de las Naciones Unidas es que quienes se comprometan en implantar los principios propuestos puedan alcanzar una sostenibilidad corporativa. (Navarro, 2012) (United Nations Global Compact, 2014).

La sostenibilidad empresarial está orientada a desarrollar y hacer negocios de manera responsable enfocándose en varias áreas de trabajo como es el medio ambiente, el área social, la gobernanza, el desarrollo sostenible, los mercados financieros y en la cadena de suministro. Finalmente, para ayudar a que las empresas logren los objetivos antes mencionados, el Pacto funciona como una red integrada entre los participantes, la ONU, sus organizaciones sectoriales, ONG internacionales que promueven los principios del Pacto de acuerdo a cuatro instrumentos principales:

- ✓ *Desarrollo de iniciativas conjuntas* para la promoción de buenas prácticas empresariales
- ✓ *Creación de foros de diálogo y redes de colaboración* entre el mercado y la sociedad en las materias del Pacto
- ✓ *Promoción de un foro activo de educación y aprendizaje* para promulgar estos valores entre la comunidad, así como estudio de casos e iniciativas piloto de implementación de los principios.

- ✓ Creación de redes y plataformas locales y nacionales que permiten el aprendizaje mutuo entre empresas.

CUADRO 2
10 PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

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

Fuente: Pacto Mundial, Navarro 2012

Elaboración: Maldonado, A.

- ISO: International Organization for Standardization

ISO es una organización internacional no gubernamental que reúne expertos para crear conocimiento y desarrollar estándares o normas internacionales que promuevan la innovación y den solución a retos globales. Un estándar internacional es un documento que proporciona los requisitos, especificaciones, directrices o características que se pueden utilizar constantemente para asegurar que los materiales, productos, procesos y servicios son adecuados para su propósito. De esta manera, las normas internacionales ISO mediante una certificación garantizan que los productos y servicios sean seguros y de buena calidad.

De igual manera, para las empresas son herramientas estratégicas que reducen los costos mediante la minimización de residuos y errores incrementando la productividad. Las normas ISO permiten que las empresas accedan a nuevos mercados, permitiendo a los países en desarrollo ser más competitivos y facilitando el comercio mundial libre y justo. (ISO, 2014). Las normas o estándares ISO más utilizadas por la comunidad internacional empresarial se detallan en el cuadro 3.

CUADRO 3
DESCRIPCIÓN NORMAS ISO

ISO 9000 Gestión de Calidad	
ISO 9001 : 2015	Establece los criterios para un sistema de gestión de calidad y es la única norma en la familia que puede ser certificada. Puede ser utilizada por cualquier organización, grande o pequeña, independientemente de su campo de actividad.
ISO 9000 : 2015	Cubre los conceptos básicos y el lenguaje de un sistema de gestión de calidad.
ISO 9004 : 2009	Especifica cómo hacer que un sistema de gestión de calidad más eficiente y eficaz.
ISO 19011 : 2011	Presenta una guía para la auditoría interna y externa de los sistemas de gestión de calidad.

ISO 14000 Gestión ambiental	
ISO 14001: 2005	Especifica los requisitos que una organización debe cumplir para obtener una certificación por la implementación de un sistema de gestión medioambiental con la finalidad de mejorar el desempeño ambiental.
ISO 14004: 2004	Proporciona orientación sobre el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora de un sistema de gestión ambiental y su coordinación con otros sistemas de gestión.
ISO 14006: 2011	Proporciona directrices para ayudar a las organizaciones a establecer, documentar, implantar, mantener y mejorar continuamente su gestión de eco-diseño como parte de un sistema de gestión ambiental.
ISO 14064-1: 2006	Especifica los principios y los requisitos para la cuantificación y el reporte de emisiones y absorciones de gases de efecto invernadero (GEI). Incluye requisitos para el diseño, desarrollo, gestión, notificación y verificación de inventario de GEI de una organización

ISO 26000 Responsabilidad Social	
ISO 26000: 2010	Ayuda a las organizaciones en la contribución al desarrollo sostenible. Su objetivo es alentarlas a ir más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es un deber fundamental de cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social. Su objetivo es promover el entendimiento común en el campo de la responsabilidad social.

ISO 22000 Gestión de la Seguridad Alimentaria	
ISO 22000:2005	Especifica los requisitos para un sistema de gestión de seguridad alimentaria, permite que una organización dentro de sus necesidades de la cadena alimentaria pueda demostrar su capacidad para controlar los peligros de inocuidad de los alimentos con el fin de certificar que los alimentos sean seguros en el momento de consumo humano.
ISO 22005:2007	Proporciona los principios y especifica los requisitos básicos para el diseño e implementación de un sistema de trazabilidad de alimentación y los alimentos. Puede ser aplicado por una organización que opera en cualquier etapa de la cadena de alimentación y alimentos.

ISO 45001 Seguridad y Salud Laboral	
ISO 45001	Proporciona un marco para mejorar la seguridad de los empleados, reducir los riesgos del lugar de trabajo y crear condiciones de trabajo más seguras.
OHSAS 18001	Proporciona directrices para la especificación de un sistema de gestión de salud y seguridad ocupacional internacional.

Fuente: ISO 2014
Elaboración: Maldonado, A.

1.4.3. Mecanismos de seguimiento y herramientas de la RSC

La comunidad internacional con la finalidad de promover la aplicación de las diferentes normas y guías de RSC a su vez implementó fuentes de verificación en donde se puede constatar una gran variedad de normas (Ver cuadro 4) (certificables), guías (no certificables), reglamentos, directrices y orientaciones para la aplicación de políticas generales basadas en la normativa internacional. Cada uno de los mecanismos de seguimiento permiten a la empresa cumplir con los requisitos necesarios para verificar la implementación de los mismos y cada mecanismo se especializa en un eje determinado con en el Global Reporting Initiative (GRI) que será analizada a continuación ya que es una iniciativa de triple cuenta que abarca los tres pilares de la RSC: Derechos humanos, ambientales y sociales.

CUADRO 4
SISTEMAS DE REPORTE DE RSC

***Memorias GRI – Global Reporting Initiative (GRI)
*SGE 21: 2008 FORÉTICA
*PNE 165010 EX (AENOR) Sistema de Gestión Ética de la Empresa. España
**ECOLABEL – Etiqueta Ecológica
**FSC
*SA 8000
*AA 1000
* Certificaciones ISO
**ILO- Comercio Justo
***OIT- ANDI / Manual de Balance Social (2001)
*OSHAS 1800
*Ethical training initiative (ETI)
*EFQM- Framework for Social Corporate Responsibility

Certificables(), Etiquetas(**) y Sistemas de Reporte Verificables (***)*

Fuente: (Navarro, 2012)

Elaboración: Maldonado, A.

1.4.3.1. Global Reporting Initiative

El Global Reporting Initiative (GRI) es una organización en el campo de la sostenibilidad. GRI fue fundada en Boston en el año 1997, por las organizaciones sin fines de lucro de Estados Unidos, la Coalición para Economías Ambientalmente Responsables (CERES) y el Instituto Tellus. GRI promueve el uso de memorias de sostenibilidad como una herramienta mediante la cual las organizaciones adoptan mecanismos y operan de una manera más sostenible contribuyendo al desarrollo sostenible. Esta iniciativa ha sido pionera y ha desarrollado un marco integral de informes de sostenibilidad que se utilizan ampliamente en todo el mundo. (GRI, 2015)

La iniciativa promueve la utilización de informes de sostenibilidad que son reportes publicados por una empresa u organización acerca de los impactos económicos, ambientales y sociales causados por sus actividades cotidianas. Además, estos informes presentan los valores y el modelo de gobernanza de la organización demostrando así el vínculo entre la estrategia de la empresa y el compromiso con el desarrollo y aplicación de una economía global sostenible. (GRI, 2015)

La misión de la iniciativa GRI es hacer que las empresas conviertan a los informes de sostenibilidad en una práctica estándar. Su marco es un

sistema de información que proporciona métodos, directrices e indicadores para medir e informar sobre los impactos y resultados relacionados con la sostenibilidad. Además, la visión de esta iniciativa es crear un futuro en el que la sostenibilidad sea la parte integral del proceso de la toma de decisiones de todas las organizaciones. El marco se desarrolla en colaboración con aportaciones de expertos: grupos de trabajo internacionales, los grupos de interés, y el debido proceso, lo que ayuda a hacer que el marco sea adecuado y creíble para todas las organizaciones. (GRI, 2015: 2- 4)

La secretaría del GRI se encuentra en Ámsterdam, Países Bajos, y hay Puntos Focales, oficinas regionales, en Australia, Brasil, China, Colombia, India, Sudáfrica y EE.UU. Más de 600 grupos de interés juegan un papel vital en respaldar la misión de GRI. GRI también tiene alianzas estratégicas con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo, la Organización Internacional de Normalización, y otros. (GRI, 2015)

CAPÍTULO 2

NESTLÉ ECUADOR

- 2.1. La empresa
- 2.1.1. Historia

La empresa Nestlé nace de la idea del farmacéutico Henry Nestlé de crear un alimento nutritivo y económico, que funcionara como un reconstituyente y fortificante para los niños víctimas de desnutrición y hambre en Europa. Es así que en el año 1867 se crea una combinación de harina de trigo y leche en polvo a la cual se la llamó “harina lacteada”. Esta combinación tuvo un gran éxito en Europa permitiendo que en 1868 se inicie con su producción industrial; gracias a la fórmula, la cual es comercializada hasta la actualidad bajo el nombre comercial de CERELAC, nace la empresa Nestlé. Más adelante, Nestlé se fusiona con la empresa Anglo-Swiss Condensed Milk Co., con su marca principal La Lechera; para luego fusionarse con la empresa fundada por Julius Maggi. Estas fusiones permitieron que se amplíe la gama de productos y que la empresa se consolide como una de las compañías de alimentos y bebidas más grande del mundo. (Nestlé, 2015)

Nestlé ya consolidada se expandió por toda Europa, no obstante, durante la Primera Guerra Mundial la empresa decide trasladarse a Estados Unidos para mantener su producción libre de conflicto. En 1919, Nestlé ya constaba con 42 fábricas en dicho país y en 1920 puso su primera fábrica en Brasil iniciando así su expansión en América Latina. De esta manera, Nestlé ingresa por primera vez al mercado de Ecuador en 1950 mediante la comercialización de sus productos a través de la empresa Comercial Panamericana cuya sede se encontraba en Guayaquil. En 1955, decidió montar una organización libre de intermediarios y es así que establecieron las primeras oficinas en Guayaquil, la primera venta llegó a un valor de 3.000 sucres. (Nestlé, 2015) (Nestlé, 2015)

Es importante mencionar que para la empresa no significó solo abrir un negocio más, al contrario, el situarse en Ecuador fue un “avance” para el país y una ayuda a la sociedad ecuatoriana ya que en 1963 Nestlé logró un millón de sucres en ventas. De acuerdo a Nestlé (2015) *“desde entonces Nestlé será una marca que, en el recuerdo de esa generación, aparece unida de una manera indisoluble con el progreso. Los niños desayunaban con el cereal Nestum. Las*

labores de cocina se facilitaron con sopas y salsas Maggi. Podemos decir así que la modernidad se sentaba en la mesa de los ecuatorianos.”

Sin embargo, cabe recalcar que esta idea de avance y progreso que la llegada de la multinacional supone está enmarcada dentro del continuo modelo de desarrollo obsoleto debido a que una vez más el tan ansiado progreso se mide bajo nexos y móviles puramente económicos. Por ende, esta idea de progreso económico responde a la ideología de desarrollo de la clase dominante en donde el aparato ideológico privado – la empresa- que representa al centro sujeta a la sociedad ecuatoriana bajo nuevamente un rol de periferia – proveedor de materias primas y fuerza de trabajo-.

Esta interpelación del desarrollo desde el centro hacia la periferia plantea el modelo de desarrollo industrial de los países del centro y garantiza la reproducción de las relaciones de producción bajo lazos de dependencia. Por lo tanto, esta inversión directa de la multinacional Nestlé se enfoca en permitir la apropiación de las condiciones de producción y sirve como mecanismo para la deslocalización de la cadena productiva lo que permite que la empresa acceda a medios de producción más competitivos en el mercado. De esta manera, la periferia se establece como un enclave económico lo que permite la salida de recursos controlada desde afuera fortaleciendo, así el proceso de acumulación del centro y evidentemente el proceso de desacumulación de la periferia.

Durante algunos años Nestlé no tenía una oficina propia en Quito, sino que era representada en toda la Sierra por la empresa Darquea Hnos. Hacia 1960 se abrió la oficina en el Distrito Quito, con sus propias bodegas. Prácticamente desde el inicio estuvo entre las avenidas Colón y 10 de Agosto. (Nestlé, 2015)

Durante la década de los setentas, la compañía adquirió destacadas empresas de ramas complementarias: la Industria Ecuatoriana de Elaborados de Cacao C. A. (Inedeca) y la Industria Lechera Friedman Cía. Ltda.; paralelamente, inició la fabricación local de los productos culinarios comercializados con la marca Maggi. Con la adquisición de la fábrica Ecuajugos S. A., en 1986, y una parte de la significativa empresa La Universal, una década más tarde, Nestlé acrecentó la producción con mano de obra y



materia prima local. Con la llegada del nuevo milenio, se inauguraron centros de distribución y ventas, y se cristalizó la alianza estratégica de Nestlé y Fonterra, bajo el nombre de Dairy Partners Americas. (Nestlé Ecuador , 2011)

En 2005, se modernizó el sistema de distribución y venta, y se instauraron renovados procedimientos de producción almacenamiento, distribución y disponibilidad de los productos Nestlé en el mercado ecuatoriano En el año 2009, Nestlé integró a su oferta de productos la marca Gerber, líder en compotas infantiles. En 2010, Nestlé Ecuador inauguró nuevas oficinas de ventas en Quito. Y, en 2011, dio un paso importante en su afán de mejorar la gestión ambiental, al construir una planta de tratamiento de aguas residuales en la fábrica de Cayambe. A partir de entonces, Nestlé se ha ubicado como líder en la industria nacional gracias a la historia de inversión, generación de productos y participación en el mercado y vida del país. (Nestlé Ecuador , 2011)

2.1.2. Estructura operacional Nestlé Ecuador.

La estructura operativa de Nestlé Ecuador se enfoca en consolidación de diferentes empresas. (Ver cuadro 5). De esta manera, Nestlé Ecuador, Ecuajugos e Industrial Surindu son sociedades anónimas, constituidas y en funcionamiento bajo los preceptos de la legislación ecuatoriana; todas ellas tienen, como parte de su objeto social, la elaboración y comercialización de alimentos y bebidas. (Nestlé Ecuador , 2011) (Nestlé Ecuador, 2012).

**CUADRO 5
ESTRUCTURA OPERACIONAL NESTLÉ ECUADOR**

 <p>Fábrica Guayaquil</p>	<p>Esta fábrica está encargada de la elaboración de bebidas chocolateadas, chocolates, semielaborados de cacao, deshidratados culinarios, sopas en polvo, salsas frías y empaque de café.</p>
 <p>Fábrica Ecuajugos S.A.</p>	<p>Esta fábrica ubicada en Cayambe, está encargada de la producción de bebidas UHT y leche en polvo.</p>

 <p>Fábrica Sur Surindu S.A</p>	<p>Esta fábrica localizada en Guayaquil, se encarga de la producción de la línea de galletería, waffer, recubiertos, grajeados y bebidas en polvo.</p>
 <p>Oficina Central</p>	<p>Matriz administrativa con sede en Quito, integrada por la Presidencia Ejecutiva y los departamentos de: Recursos Humanos; Legal; Comunicaciones y Asuntos Corporativos; Finanzas; Marketing; Supply Chain y Compras.</p>
 <p>Oficina Guayaquil</p>	<p>Esta oficina está conformada por las áreas de: Marketing, Confites, Negocio Cacao, Supply Chain y Compras.</p>
 <p>Centro de distribución</p>	<p>Ubicados en Guayaquil y Cayambe. Estos centros están encargados del monitoreo y gestión de la distribución a nivel nacional.</p>
 <p>Puntos de transbordo y puntos de sincronización remota</p>	<p>Dos puntos de transbordo ubicados en Quito y Cuenca. Cinco puntos de sincronización situados en varios lugares del país.</p>
 <p>Fincas de investigación</p>	<p>Conformada por dos fincas ubicadas en la provincia de los Ríos y Pichincha dedicadas a la investigación de cacao y café.</p>

Fuente: Nestlé Ecuador
Elaboración: Maldonado, A.

2.1.3. Misión y visión Nestlé Ecuador

Nestlé -aparato ideológico- por medio de sus valores sujeta sujetos particulares. Estos valores que Nestlé busca promover en la sociedad a través de su misión y visión están en función de legitimar las prácticas de la empresa. Por medio de los valores se puede entender como la empresa promociona su idea de desarrollo -valor compartido y desarrollo sostenible-. Esto con el

objetivo de conseguir espacios de vinculación hacia las comunidades, la promoción de la marca, valores de consumo en los consumidores etc.

La ideología de desarrollo de Nestlé responde a su misión y visión de negocio la misma que busca por un lado mantener el mercado de sus productos en distintas localidades del país y por otro sujetar sujetos particulares – empleados, clientes, comunidades, etc.- para interpelar la idea de progreso, confianza y bienestar que la empresa supone garantizar en la sociedad. La empresa promocionando sus valores garantiza la reproducción de las condiciones de producción. De esta manera, la práctica empresarial mantiene su forma de negocio sin cuestionamiento por parte de los sujetos sujetados.

Al ser Nestlé aparato ideológico privado interpela sujetos para que acepten la ideología de desarrollo dominante, es decir, el desarrollo del centro – sociedades para el mercado, progreso material, capital por encima de la sociedad, mala distribución de riqueza, etc.-. De esta manera, el modelo de desarrollo obsoleto dominante continúa perpetuándose en el tiempo lo que garantiza la organización de explotación y dominación sin importar los costos sociales y ambientales lo que hace que el concepto del desarrollo sostenible sea una distorsión ideológica.

La misión de Nestlé plantea que la pasión de la empresa es exceder, con servicios, productos y marcas, las expectativas de Nutrición, Salud y Bienestar de nuestros consumidores y clientes. Mientras que la visión de Nestlé Ecuador plantea que la empresa busca ser considerada por sus empleados, clientes y consumidores, como la compañía más respetada y confiable en cuanto a nutrición, salud y bienestar en el Ecuador. (Nestlé Ecuador , 2011) (Nestlé Ecuador, 2012).

2.1.4. Valores

Nestlé como aparato ideológico privado al plantear los valores de su modelo de negocio, estos funcionan como mecanismo ideológico debido a que mediante la difusión de los mismos se interpelan sujetos particulares. Estos sujetos se adhieren al modelo de negocio de la empresa lo que claramente garantiza la reproducción de las condiciones de productos ya que la empresa

se ve beneficiada por el prestigio y el progreso que sus valores y marcas transmiten asegurando así consumidores, proveedores, etc. Los valores de Nestlé Ecuador actúan como mecanismo para difundir la ideología del valor compartido, al difundir este modelo de negocio, le empresa promociona su actuar mediante las memorias de responsabilidad lo que de igual manera perpetúa el modelo de desarrollo dominante. A continuación se detallan cada uno de los valores de la empresa multinacional Nestlé Ecuador:

- Enfoque en el desarrollo del negocio a largo plazo sin perder de vista la necesidad de obtener continuamente resultados sólidos para los accionistas.
- Creación de Valor Compartido como la forma fundamental de hacer negocios. Para crear valor de largo plazo para los accionistas deben crear valor para la sociedad.
- Compromiso con prácticas empresariales medioambientalmente sostenibles que protejan a las generaciones futuras.
- Marcar la diferencia en todo lo que la empresa realiza gracias a la pasión por ganar y a la creación de brechas respecto de los competidores con disciplina, rapidez y una ejecución sin errores.
- Entender qué aporta valor para los consumidores y focalizarse en proporcionar ese valor en todo lo que la empresa hace.
- Servir a los consumidores con retos para alcanzar los máximos niveles de calidad en los productos y sin poner en peligro los estándares de seguridad alimentaria.
- Mejora continua hacia la excelencia como forma de trabajar, evitando los cambios drásticos y repentinos.
- Visión más contextual que dogmática del negocio, lo cual implica que las decisiones son pragmáticas y basadas en hechos.
- Respeto y apertura hacia la diversidad de culturas y tradiciones. Nestlé se esfuerza por integrarse en las culturas y tradiciones de cada país en el que

está presente, al tiempo que mantiene su fidelidad hacia los valores y principios de la Empresa.

- Relaciones personales basadas en la confianza y en el respeto mutuo. Esto supone el compromiso de alinear los hechos con las palabras, escuchar opiniones distintas y comunicar de forma abierta y sincera.
- Compromiso con una sólida ética laboral, integridad y honestidad, así como con el cumplimiento de la legislación aplicable y los principios, políticas y estándares de Nestlé. (Nestlé , 2015).

2.2. Los Principios Corporativos

2.2.1. Creación del valor compartido

La Creación de Valor Compartido es la parte fundamental de la forma en que la multinacional Nestlé hace negocios. Este modelo de negocio a ser producto del modelo de desarrollo dominante, es un mecanismo para evidenciar el trabajo de la empresa en términos de responsabilidad social corporativa garantizando así las condiciones de producción dominantes. Esta iniciativa o modelo de negocio está enfocada en áreas específicas de las principales actividades de negocio de la compañía, las cuales son los pilares del programa CVC: (ver gráfico 1).

- Nutrición: es un área principal porque los alimentos y la nutrición son básicos para la salud y constituyen el núcleo del negocio de Nestlé y su razón de ser.
- Agua: el recurso esencial porque el mantenimiento de su calidad y disponibilidad es esencial para la vida, la producción de alimentos y para las operaciones de Nestlé.
- Desarrollo rural: es un área principal porque el bienestar general de los agricultores y ganaderos, las comunidades rurales, los trabajadores, los pequeños empresarios y los proveedores es esencial para poder desempeñar la actividad comercial de la compañía en el futuro.

GRÁFICO 1
CREACIÓN DEL VALOR COMPARTIDO



Fuente: Nestlé, 2015.
Elaboración: Nestlé

De acuerdo a Nestlé, estas principales actividades del negocio son en donde la empresa puede crear el mayor valor para la sociedad y los accionistas. De esta manera, la creación de valor compartido se convierte en el modo elemental de hacer negocios, lo que pone de manifiesto que, con el fin de crear valor a largo plazo para los accionistas, se debe crear valor para la sociedad. Por ende, una empresa tendrá éxito a largo plazo, solamente, si tiene en cuenta las necesidades de sus dos grupos de interés principales: la gente de los países en los que opera y sus accionistas. Este modelo de negocio ha evolucionado y se ha constituido desde el concepto de Responsabilidad social corporativa (RSC) hasta el de Creación de Valor Compartido (CVC). Por ende la CVC es la base de la estrategia de negocio de la compañía y la piedra angular de la responsabilidad social y la sostenibilidad. (Nestlé , 2010) (Nestlé, 2015).

Para poner en desarrollo este modelo de negocio de la CVC, Nestlé invierte recursos, en términos de talento y de capital, en aquellas áreas donde el potencial de creación de valor conjunto es el mejor, y busca acción colaborativa con la sociedad. La multinacional Nestlé plantea que la creación de valor compartido va más allá del cumplimiento de procedimiento, principios establecidos y más allá de la sostenibilidad, ya que todo negocio que tenga

vocación de futuro y aplique unas prácticas comerciales sólidas crea valor para los accionistas y para la sociedad a través de sus actividades; así, da empleo a los trabajadores, paga impuestos para contribuir a financiar los servicios públicos y apoya la actividad económica en general. (Nestlé , 2010) (Nestlé, 2015).

Por lo tanto, la creación de valor compartido se basa en que una compañía sea capaz de identificar sus áreas clave, en las que:

- a) Confluyan claramente los intereses de los accionistas y de la sociedad.
- b) Se pueda optimizar la creación de valor para ambos.

Por otro lado, es importante recalcar que la creación de valor compartido no se trata de filantropía, sino de aprovechar las actividades básicas y las alianzas para el beneficio conjunto de los habitantes de los países en los que operamos y de nuestros accionistas. El concepto de Creación de Valor Compartido está implícito en las bases de una sólida cultura de cumplimiento y compromiso con la sostenibilidad. Pero la Creación de Valor Compartido va más allá del cumplimiento y la sostenibilidad, y busca crear mayor y mejor valor para la sociedad y los accionistas dentro de las áreas de enfoque, es decir, un proyecto RSC. (Nestlé , 2010) (Nestlé, 2015)

Bajo este modelo de negocio Nestlé busca activamente el compromiso y la colaboración con grupos de interés externos que contribuyan a optimizar el impacto positivo en estas áreas clave. De esta forma, Nestlé mantiene una perspectiva muy a largo plazo de desarrollo del negocio y acoge el diálogo con grupos de interés externos comprometidos con una conducta empresarial basada en fuertes principios y con una colaboración constructiva. Entre ellos se incluyen autoridades gubernamentales y reguladoras, organizaciones intergubernamentales, ONG, instituciones académicas y profesionales y comunidades locales. (Nestlé , 2010) (Nestlé, 2015).

La Creación de Valor Compartido es una filosofía que se traduce en prácticas responsables de mejora continua, tendientes a la evitación del desperdicio, con un impacto ambiental paulatinamente decreciente, con ahorro de recursos y enfocadas a la redistribución de riqueza y oportunidades. Todo esto en el marco del fomento del desarrollo sostenible. Esta noción, inserta en

la estructura, mentalidad y funcionamiento de Nestlé Ecuador, busca generar valor económico, social y ambiental para la sociedad ecuatoriana, a largo plazo. (Nestlé Ecuador , 2011)

2.2.2. 10 principios corporativos

La multinacional Nestlé maneja el modelo de negocio bajo principios establecidos, lo que les permite mantener la confianza en la marca y minimizar riesgo durante toda la cadena de valor. De esta manera, los 10 principios corporativos regulan la manera en como la compañía maneja su negocio y además, estos forman la base de los valores y la estrategia de la creación de valor compartido. Los principios son revisados por el Consejo ejecutivo y alineados con los principios internacionales, la incorporación de estándares globales tales como los Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, es así que, los principios deben ser aplicados por todos los empleados y estos son monitoreados continuamente a través de los códigos, políticas y procesos del modelo de negocios. (Ver cuadro 6). (Nestlé, 2015) (Nestlé , 2010).

**CUADRO 6
PRINCIPIOS CORPORATIVOS**

Consumidores	1. Nutrición, Salud y Bienestar.	Principios de Nestlé sobre Nutrición, Salud y Bienestar
	2. Garantía de Calidad y Seguridad de los Productos.	Política de Calidad de Nestlé sobre Nutrición
	3. Comunicación con el consumidor	Política de Comunicación con el Consumidor
Derechos Humanos y Prácticas Laborales	4. Derechos Humanos en actividad empresarial.	Pacto Mundial Convenios 87, 138 y 182 de la OIT Declaración de la OIT sobre Empresas Multinacionales 2006 Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales 2000
Nuestro Personal	5. Liderazgo y responsabilidad personal.	Principios de Gestión y Liderazgo de Nestlé
	6. Seguridad y salud en el trabajo.	Política de Nestlé sobre Seguridad y Salud en el trabajo
Proveedores y Clientes	7. Relaciones con proveedores y clientes.	Código de Proveedores de Nestlé

	8. Agricultura y desarrollo rural.	Política de Nestlé sobre Sostenibilidad Medioambiental
El Medio Ambiente	9. Sostenibilidad Ambiental.	Política de Nestlé sobre Sostenibilidad Medioambiental
	10. El agua.	Compromisos de Nestlé sobre el agua

Fuente: Nestlé 2010
Elaboración: Maldonado, A.

A continuación se detalla cada uno de los principios especificados en el cuadro 6.

- Nutrición, salud y bienestar.

“Nuestro objetivo central es mejorar la calidad de vida de los consumidores día a día y en todos los lugares, ofreciéndoles una selección de alimentos y bebidas más sabrosas y saludables y fomentando un estilo de vida sano. Expresamos esta idea mediante nuestra propuesta Good Food, Good Life”. (Nestlé , 2010). De acuerdo a Nestlé, el objetivo de este principio es trabajar para incrementar el valor nutritivo de los productos a la vez que se mejora el sabor y cualidades organolépticas. De igual manera, la empresa desarrolla una información y comunicación de marcas que anima y capacita a los consumidores a elegir su dieta de manera consciente.

- Garantía de calidad y seguridad de los productos.

“En todos los lugares del mundo, la marca Nestlé representa la promesa al consumidor de que sus productos son seguros y de calidad” (Nestlé , 2010) Este principio establece que el compromiso de Nestlé consiste en no poner jamás en riesgo la seguridad de ningún producto. La política de calidad plantea que el objetivo de la misma es establecer confianza al ofrecer productos y servicios que cumplan las expectativas y preferencias del cliente; además, de cumplir todos los requisitos internos y externos de seguridad, calidad y regulación de los alimentos.

De esta manera, la empresa se plantea el desafío de seguir mejorando y de alcanzar los más altos niveles de calidad. Para lo cual, la empresa mantiene estándares elevados de seguridad de los alimentos en todos los

países en los que opera, es así que se garantiza la entrega de productos de la máxima calidad mediante el sistema de gestión de calidad.

- Comunicación con el consumidor.

“Tenemos el compromiso de mantener una comunicación responsable y fiable con el consumidor, que le capacite para ejercer su derecho a una elección informada y que promueva una dieta sana. Respetamos la privacidad del consumidor”. (Nestlé , 2010) Este principio empresarial muestra que la estrategia empresarial central de Nestlé gira en torno al consumidor con el objetivo de ayudarlo a adoptar una dieta sana y equilibrada. Los principios de comunicación con el consumidor de Nestlé contienen reglas obligatorias de comunicación de mercadeo dirigida a todo tipo de consumidores, incluyendo la precisa descripción y representación gráfica de los alimentos de un modo que no promueva el consumo en exceso. Además, determinados principios sirven de guía en la comunicación con los niños, por ejemplo, la prohibición de actividades publicitarias a los menores de 6 años.

La multinacional establece que los principios de comunicación destinados a los niños se dirijan específicamente a su protección, garantizando que la publicidad no sea engañosa, que no reste autoridad a los padres, no despierte expectativas de éxito poco realistas, ni cree una sensación de urgencia o apunte a la idea de bajo costo. Además, la política de Nestlé sobre las declaraciones nutricionales y de salud dirige las acciones de la empresa en torno a declaraciones de salud científicamente demostrables.

En el caso especial de la comercialización de productos de nutrición infantil, es un área en donde los principios marcan el compromiso que supone prestar apoyo a todo aquello que sea lo más adecuado para los bebés desde el primer día. Esto quiere decir que Nestlé recomienda la lactancia materna sobre todas las demás posibilidades, sin embargo, para quienes necesitan alternativas a la lactancia materna, el objetivo es ofrecer preparados para lactantes que cumplan con estándares internacionales de salud infantil. Además, el propósito es ofrecer también cereales, alimentos infantiles y fórmulas lácteas que contribuyan a un crecimiento y desarrollo óptimos, en lugar de los alimentos complementarios de poco valor nutritivo que a menudo reciben los niños. De esta manera, el mercadeo de alimentos infantiles se rige

por el Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna de la Organización Mundial de la Salud. (Nestlé, 2015).

- Derechos humanos en nuestra actividad empresarial.

“Apoyamos plenamente las directrices del Pacto Mundial de las Naciones Unidas sobre los derechos humanos y el trabajo y pretendemos ofrecer un ejemplo de buenas prácticas laborales y de derechos humanos en todas nuestras actividades empresariales”. (Nestlé , 2010). Nestlé basa sus principios en las directrices del Pacto Mundial, por ende, la empresa está en contra de cualquier forma de explotación infantil; reconoce la privacidad como un derecho humano; busca la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación. Además, se ha adherido a los ocho convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en particular al Convenio 87, Libertad sindical y protección del derecho de sindicación (1948), así como al Convenio 138, Edad mínima de admisión al empleo, y al Convenio 182, Peores formas de trabajo infantil, que se basan en la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño (artículo 32). Asimismo, la empresa se ha adherido a la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social (OIT) de marzo de 2006 y a las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales de junio de 2000.

- Liderazgo y responsabilidad empresarial.

La clave de nuestro éxito está en nuestro personal. Mantenemos una actitud de dignidad y respeto mutuo y esperamos que todos nuestros empleados contribuyan a fomentar el sentido de la responsabilidad personal. Contratamos a personas competentes y motivadas que respetan nuestros valores, les ofrecemos igualdad de oportunidades de desarrollo y promoción profesional, protegemos su privacidad y no toleramos ninguna forma de acoso o discriminación. (Nestlé , 2010).

Los principios de gestión y liderazgo de Nestlé describen la cultura y los valores básicos que los empleados deben seguir y practicar, así como los atributos necesarios para tener éxito en la gestión y el liderazgo. Además, el código de conducta Empresarial de Nestlé especifica determinados estándares mínimos no negociables en áreas clave del comportamiento de los empleados, como el cumplimiento de la legislación, conflictos de intereses, competencia desleal e infracción de los derechos de propiedad intelectual, soborno y

extorsión. Finalmente, la política de recursos humanos señala las actitudes tales como el respeto mutuo, la confianza y la transparencia en la relación con los demás y promueve una comunicación y cooperación abiertas.

- Seguridad y salud en el trabajo.

“Estamos comprometidos con la prevención de accidentes, lesiones y enfermedades relacionados con el trabajo y con la protección de nuestros empleados, contratistas y demás personas que intervienen en la cadena de valor”. (Nestlé , 2010). La política sobre seguridad y salud en el trabajo establece a la seguridad como una prioridad no negociable. Para lograr este objetivo la empresa promueve la toma de conciencia y el conocimiento de las normas de seguridad y salud en el trabajo por parte de empleados, contratistas, otras personas relacionadas con la actividad empresarial o afectadas por ella mediante el establecimiento de estándares elevados. Este principio se supervisa mediante el sistema de gestión de salud y seguridad laboral.

- Relaciones con proveedores y clientes

“Exigimos a nuestros proveedores, agentes, subcontratistas y a sus empleados que demuestren honestidad, integridad y justicia, y que respeten nuestras normas, las cuales no son negociables. De la misma forma, nosotros estamos comprometidos en estos aspectos con nuestros clientes”. (Nestlé , 2010). Las relaciones con los proveedores se especifican en el código de proveedores de Nestlé que establece los estándares mínimos que la empresa exige que respeten y cumplan los proveedores, agentes, subcontratistas y sus empleados. El código de proveedores incluye requisitos tales como la integridad empresarial, prácticas operativas y agrícolas sostenibles, estándares laborales, seguridad, salud y prácticas medioambientales.

- Agricultura y desarrollo rural

“Contribuimos a mejorar la producción agrícola, el nivel social y económico de los agricultores, las comunidades rurales y los sistemas de producción para hacerlos más sostenibles desde el punto de vista medioambiental”. (Nestlé , 2010). Para garantizar que las fábricas obtengan materias primas a precios competitivos y con las especificaciones de calidad y

seguridad requeridas, Nestlé trabaja para desarrollar prácticas agrícolas sostenibles y sistemas que contribuyan a la eficiencia de la producción a largo plazo, la viabilidad de los ingresos de los agricultores y la transmisión de conocimientos agrícolas a los proveedores. De esta manera, la empresa apoya la aplicación de nuevas tecnologías y avances en agronomía, incluyendo las oportunidades que ofrecen las ciencias de la vida cuando su impacto positivo en la seguridad de los alimentos, el medio ambiente, las prácticas agrícolas y la eficiencia productiva sea científicamente confirmado y aceptado por los consumidores.

- Sostenibilidad medioambiental

Estamos comprometidos con prácticas empresariales medioambientalmente sostenibles. Nos esforzamos por emplear de forma eficiente los recursos naturales en todas las fases del ciclo de vida de nuestros productos, favorecemos el uso de recursos renovables gestionados de forma sostenible y nuestro objetivo es alcanzar el «cero desperdicios». (Nestlé , 2010).

La política de Nestlé sobre sostenibilidad medioambiental incorpora las tres directrices del Pacto Mundial de las Naciones Unidas sobre el medio ambiente (principios 7, 8 y 9). (Ver cuadro 2). De esta manera, a lo largo del ciclo de vida del producto, se involucra a todos los colaboradores, desde los agricultores hasta los consumidores, con el objeto de reducir al mínimo el impacto medioambiental de los productos y las actividades empresariales.

- El agua

Nuestro compromiso consiste en utilizar el agua de forma sostenible y mejorar continuamente su gestión. Somos conscientes de que el mundo se enfrenta a un reto cada vez mayor y que es absolutamente necesaria una gestión responsable de los recursos hídricos por parte de todos los usuarios. (Nestlé , 2010).

El agua es un área especial de enfoque para Nestlé, en los compromisos de Nestlé sobre el agua se exponen las prioridades y objetivos para hacer un uso responsable del agua. Estos consisten en proseguir esfuerzos por reducir el volumen de agua utilizado en las actividades empresariales, garantizar que estas respeten los recursos hídricos locales, asegurar que el agua que vierte en el entorno esté limpia, trabajar con los proveedores para promover la conservación del agua, especialmente entre los agricultores, y colaborar con otros actores de la sociedad para la conservación

del agua y el acceso a ella. Nestlé es signatario fundador del llamamiento del Pacto Mundial de las Naciones Unidas al ahorro de agua.

2.3. Sector comercial

2.3.1. Marcas y productos







Nestlé ofrece una gran variedad de marcas y productos (Ver cuadro 7). De esta manera, la empresa plantea que todos los alimentos y bebidas pueden ser agradables y también formar parte de una dieta equilibrada y balanceada. Para Nestlé sus marcas y sus productos acompañan la vida de los consumidores desde su nacimiento hasta la edad adulta, desde desayuno hasta la cena, en la casa y en todos los lugares. Por ende, Nestlé busca garantizar la calidad, el sabor y la nutrición en cada uno de los productos para que de esta manera exista un impacto positivo en la vida del consumidor. (Ver cuadro 7) (Nestlé, 2015). La estrategia de nutrición, salud y bienestar de Nestlé para todas sus marcas se basa en tres principios fundamentales:

- El placer y la salud: la empresa plantea que la nutrición debe tener muy buen gusto si es para ser disfrutada como parte de una dieta sana y equilibrada. Esto es un reto para el equipo de científicos altamente calificados y expertos en investigación de Nestlé quienes tienen el objetivo de asegurar que los productos a través de diferentes categorías no sólo tengan mejor sabor, sino también ayuden a las personas a llevar una vida más sana. (Nestlé, 2015)
- Comer con moderación y equilibrio: Nestlé anima a que las personas tengan una nutrición responsable con moderación y una variedad en hábitos alimenticios. La gama de productos está diseñado para incluir una gran variedad de opciones para cada momento del día y para todos los miembros de la familia. (Nestlé, 2015)
- Comunicación transparente: Nestlé comparte con los consumidores el contenido y valor nutricional, incluida la energía, azúcar, sal, grasas, proteínas y contenido de fibra de los productos. (Nestlé, 2015).

CUADRO 7
MARCAS Y PRODUCTOS

Nutrición Infantil		Compota infantil de sal y de dulce a partir de los 6 meses de edad.
		Cereal infantil a partir de los 6 meses de edad.
		Cereal Lacteado para niños de 1 a 3 años de edad.
		Fórmula infantil de crecimiento con probiótico, proteína de alta calidad, vitaminas, DHA Y ARA, indicada para niños de 1 a 3 años.
Alimento para mascotas		Sistema desodorizante que neutraliza los malos olores. Absorbe la humedad causada por la orina y las heces del gato.
		Alimento 100% completo y balanceado para cachorros, adultos y adultos mayores.
		Alimento 100% completo y balanceado para gatos pequeños y adultos.
		Balanceado de carne de res, pollo, pavo y trocitos de hígado para gatos.
Bebidas instantáneas		Bebida en polvo sabor a chocolate, vainilla y fresa.
		Bebida en polvo sabor a chocolate.
		Chocolate instantáneo granulado.
Bebidas refrescantes		Bebida instantánea a base de té con ingredientes de frutas naturales.
Bebidas UHT		Bebida con néctar de fruta
		Es una leche larga vida lista para tomar que ha sido sometida al proceso UHT.
		Bebida de yogurt
		Es una leche larga vida lista para tomar que ha sido sometida al proceso UHT, 99.9% libre de grasa.
		Avena casera sabor a naranjilla y leche
		Jugo de frutas con sabor a manzana, naranja, pera, durazno y guanábana.
Café		Café instantáneo de alta calidad.

Cereales		Cereal para el desayuno a base de maíz integral sabor de chocolate Nesquik.
		Cereal para el desayuno a base de maíz, maíz integral y avena con sabor a frutas.
		Cereal para el desayuno a base de trigo integral, trigo y maíz con sabor a Milo.
		Cereal para el desayuno a base de maíz y maíz integral, endulzado con leche condensada azucarada la Lechera.
		Cereal para el desayuno con hojuelas de maíz y maíz integral con sabor a miel.
		Hojuelas de maíz integral.
		Cereal para el desayuno a base de trigo integral, trigo, maíz integral y arroz con sabor a chocolate.
Chocolates		Tableta de chocolate con leche, chocolate blanco, chocolate con maní, chocolate con trocitos de galletas, chocolate con pasas
		Dos galletas rellenas de crema y cubiertas de chocolate con leche o chocolate blanco.
		Tableta de chocolate blanco con leche y arroz crocante.
		Tableta de chocolate con arroz crocante
Culinarios		En 1883 Julius Maggi tuvo una visión: buen sabor, accesible a todos los alimentos. La marca Maggi ha crecido hasta convertirse en una de las más populares del Grupo Nestlé. Maggi cuenta con diferentes productos diseñados para acompañar, sazonar y complementar la comida diaria como: salsas de tomate, mayonesa, mostaza, BBQ, sopas instantáneas, puré de papas y una variedad de sazonadores.
		
		
		
Galletas		Galletas waffer con relleno de diferentes sabores: freso, chocolate, limón, leche, avellana, etc.
		Galletas saladas de harina de trigo.
		Galleta crocante de trigo con sabor a coco
		Galleta de trigo con relleno de chocolate blanco
		Galleta crocante de trigo con sabor a canela

Lácteos		Lácteos Culinarios: manjar de leche, dulce de leche, leche evaporada, leche condensada, Lácteos en polvo: leche en polvo la vaquita, svelty, leche infantil Nido y crema en polvo.
		
		
Profesional		Línea diseñada para uso de profesionales para diferentes líneas de negocio.
		
		
		

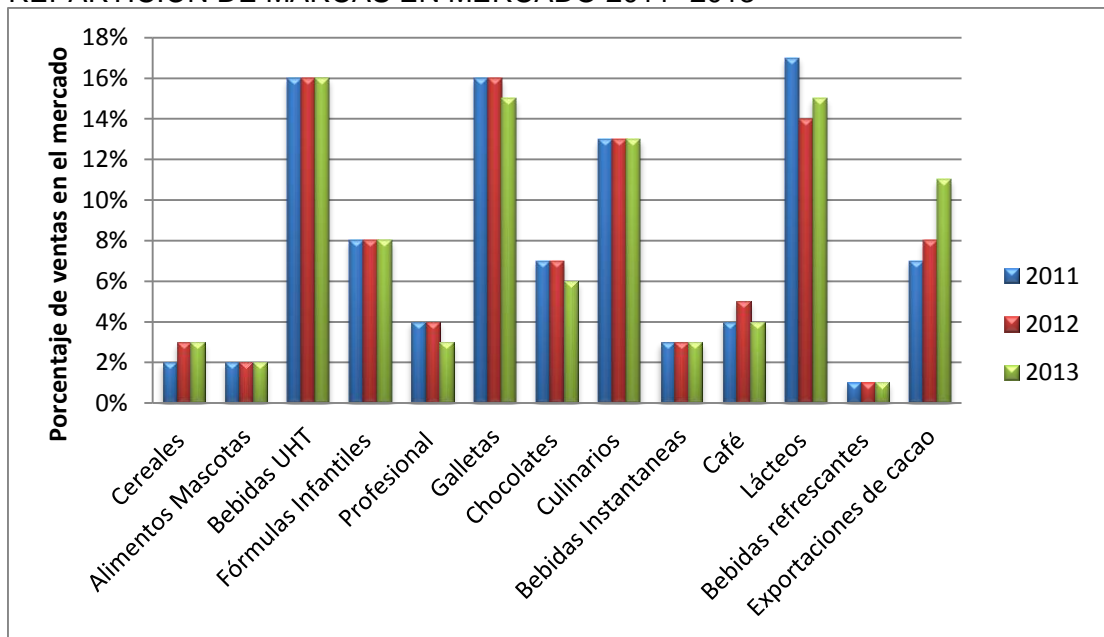
Fuente: (Nestlé Ecuador , 2015)
Elaboración: Maldonado, A.

Debido a la gran variedad de marcas y productos ofrecidos por Nestlé, esta es una empresa líder en el mercado ecuatoriano ya que cubre varios segmentos de mercado desde la infancia hasta la adultez. Durante el periodo de análisis 2011-2013 en el gráfico 2 se ve reflejado la repartición de cada una de las marcas en el mercado ecuatoriano. Durante el periodo de análisis se evidencia que las marcas mayormente consumidas en nuestro país son las bebidas UHT (la lechera, yoguyogu, natura, huesitos, svelty y avena) y las galletas (amor, ricas, coco, galak y daysi) con el 16% de participación promedio en las ventas totales. Seguidas de los lácteos (culinarios y en polvo) con el 15% de participación promedio y los culinarios (maggi) con el 13% de participación en las ventas totales.

De igual manera el gráfico 2 se muestra las marca menos consumidas por los ecuatorianos en donde se encuentran las bebidas refrescantes (Nestea) con 1% de participación promedio, los alimentos de mascotas (purina) con el 2% de participación promedio y los cereales con el 3% de participación promedio en las ventas totales durante el periodo 2011-2013. De igual manera, es importante recalcar el trabajo de RSC con el plan Cacao que contribuye a la recuperación, protección y desarrollo del cacao nacional, caracterizado por su sabor floral. Los principales productos exportados son cacao en grano, manteca de cacao, licor de cacao, polvo de cacao natural y polvo de cacao alcalino.

Es así que por medio de este programa varios productores ecuatorianos han tenido la oportunidad de exportar a diferentes clientes en EEUU, México, Sudamérica y Europa. Durante el periodo de análisis se evidencia que las ventas o exportaciones de cacao representan el 9% de la participación promedio en las totales y cada año evidenciando una tasa de crecimiento del 2%. En el 2013 las exportaciones de cacao se incrementaron en un 47%, registrando en el año 2012 11852 toneladas y en el año 2013 17470 toneladas de cacao exportadas. (Nestlé Ecuador, 2012)

GRÁFICO 2
REPARTICIÓN DE MARCAS EN MERCADO 2011- 2013



Fuente: (Nestlé Ecuador , 2011) (Nestlé Ecuador, 2012)
 Elaboración: Maldonado, A.

CAPÍTULO 3

LA IDEOLOGÍA DEL DESARROLLO DE LA EMPRESA PRIVADA: PROGRAMA DE RSC: CREACIÓN DEL VALOR COMPARTIDO

- 3. Pilares del programa CVC Ecuador
- 3.1.1. Agua: Programa sembremos agua

En cuanto se refiere al agua, Nestlé desarrolla continuas y crecientes formas de gestión ambiental, reduciendo riesgos y costos, para garantizar el acceso a agua y materias primas a largo plazo, en concordancia con el desarrollo sostenible. De esta forma, la compañía busca afrontar los retos relacionados con la provisión de agua segura y la cobertura de servicios sanitarios; colabora con la aplicación de altos estándares de uso del agua en la agricultura; salvaguarda la seguridad de la producción y apoya el incremento de la rentabilidad de los pequeños productores. (Nestlé Ecuador , 2015).

Además, Nestlé elabora sus productos en fábricas de alto rendimiento y busca mejorar continuamente su gestión ambiental. La compañía busca mejorar su rendimiento medioambiental y producir alimentos de alta calidad con el menor impacto posible sobre el entorno. La gestión medioambiental de Nestlé se guía por tres principios: la responsabilidad hacia la sociedad, presente y futura; el deseo de agradar a los consumidores; la conciencia de dependencia de un medioambiente limpio que proporcione los recursos necesarios para elaborar alimentos y bebidas de alta calidad. A través del Sistema de Gestión Medioambiental, Nestlé ha implantado proyectos de reducción del uso de agua, energías no renovables y otros recursos naturales, para disminuir las emisiones de gases con efecto invernadero, eliminar residuos y mejorar el desempeño medioambiental de sus productos. (Nestlé Ecuador , 2015) (Nestlé Ecuador , 2011) (Nestlé Ecuador, 2012)

De esta manera, la multinacional Nestlé implementa el programa sembremos agua el cual busca proveer de herramientas y conocimientos enmarcados en la educación ambiental a niñas y niños, de manera que, desde la infancia, aprendan a relacionarse con la naturaleza y usar sus recursos de manera equilibrada. El principal objetivo de este programa es contribuir con la recuperación de las cuencas de hídricas mediante la educación ambiental, la reforestación de árboles nativos y la implementación de sistemas de manejo

eco-eficiente del agua. Mediante talleres, charlas interactivas y el desarrollo de materiales pedagógicos de alta calidad, se impulsan procesos de aprendizaje y sensibilización en las instituciones educativas. Con el objetivo de lograr mayor impacto en el desarrollo de las actividades educativas, el Programa Sembremos Agua desarrolló materiales pedagógicos que incluyen contenidos sobre el agua, la cosmovisión de las culturas ancestrales ecuatorianas y su relación con la naturaleza. (Nestlé Ecuador , 2011) (Nestlé Ecuador, 2012)

Como eje principal del programa sembremos agua se encuentra la reforestación técnica ya que esta sigue parámetros en correspondencia con la disposición de las especies de árboles nativos para cada área natural y la integración de las comunidades aledañas a las cuencas hidrográficas. De esta manera Nestlé plantea que la importancia de sembrar árboles radica en que estos atraen la lluvia que vivifica la tierra; evitan su erosión; fijan dióxido de carbono, uno de los principales gases de efecto invernadero; disminuyen el calentamiento global; modulan el ciclo del agua, y son el hogar de innumerables especies de flora y fauna que la embellecen. Desde esta perspectiva, el programa se enfoca en la reforestación en fuentes hídricas, como en la zona del Cayambe, los Illinizas, Cotopaxi, Chimborazo, Imbabura, Pichincha y Cañar, trabajando con dichas comunidades y con las autoridades e instituciones implicadas, y vinculando al personal de Nestlé. (Nestlé Ecuador , 2011) (Nestlé Ecuador, 2012).

3.1.2. Nutrición: Niños saludables

El Programa Nestlé Niños Saludables se inserta en la política pública relacionada con el derecho de los niños y niñas a una alimentación adecuada, contemplado en la Agenda Social de la Niñez y Adolescencia. En lo relativo a la nutrición, Nestlé invierte abundantes recursos en investigación, en pos de un conocimiento más profundo y diversificado de la alimentación y los hábitos saludables, buscando fomentar la colaboración con diversos grupos de interés, a través de esfuerzos conjuntos en pro de la innovación, la renovación, el posicionamiento de marca, el reconocimiento y la lealtad de los consumidores, el crecimiento a largo plazo, la cobertura del mercado y la rentabilidad. De esta manera, la empresa garantiza a sus consumidores el acceso a productos seguros, de alta calidad y deliciosos, al tiempo que fomenta hábitos de

alimentación saludable a través de estrategias de comunicación y educación. (Nestlé Ecuador , 2015).

El Programa Niños Saludables es parte de la estrategia de Creación de Valor Compartido de Nestlé, a través de la educación nutricional se fomenta Nutrición, Salud y Bienestar en la población infantil de 0 a 11 años, docentes, padres de familia y madres comunitarias; de las provincias de Pichincha, Guayas, Imbabura y Chimborazo. Mediante una estrategia de educación y comunicación, niños saludables incorpora temas de nutrición, seguridad alimentaria, higiene, actividad física, cocina saludable con alimentos ecuatorianos altamente nutritivos y huertos orgánicos familiares; como ejes transversales en la educación nutricional de la niñez ecuatoriana. (Nestlé Ecuador , 2015)

Desde el año 2008 hasta la fecha, Nestlé ha capacitado directamente a 70000 niñas y niños, docentes y personal de centros infantiles. Indirectamente ha llegado a 180500 niñas y niños, menores de 5 años, a través de las madres comunitarias de los centros infantiles. El programa se inició en 2008 con el nombre Programa Nutrir y por los resultados logrados se ha convertido en una de las iniciativas más representativas en educación nutricional del país y reunió los parámetros conceptuales y metodológicos para formar parte de “Healthy Kids” de Nestlé a nivel mundial. Por esta razón, a partir del año 2012 Nutrir cambio por Programa Niños Saludables. (Nestlé Ecuador , 2015). El programa niños saludables se enfoca en cuatro áreas: Educación nutricional, cocina saludable, huertos orgánicos y el plan de alimentación saludables.

- Educación nutricional.

El programa niños saludables busca capacitar a los docentes de escuelas, cuyos niños y niñas se encuentran dentro del grupo de vulnerabilidad alimentaria. Desde esta perspectiva, el programa imparte talleres de capacitación sobre nutrición infantil, cocina saludable y huertos orgánicos familiares, dirigidos a la comunidad educativa de escuelas fiscales y al personal comunitario de organizaciones sociales. El objetivo es que los padres de familia, maestros y cuidadores primarios multipliquen los contenidos con los niños y niñas, en casa, en la escuela y en los centros infantiles. (Nestlé Ecuador , 2015)

Para llevar a cabo el proceso de capacitación, la multinacional Nestlé emplea el método educativo del empowerment, con el fin de generar un proceso de acción social que requiere la participación de los actores sociales en esfuerzos colectivos para detectar y valorar críticamente sus problemas, fijar metas y objetivos y planificar estrategias para conseguirlos. De esta manera, se busca potenciar las capacidades de las comunidades educativas, de tal modo que se conviertan en los protagonistas de su propio desarrollo. (Nestlé Ecuador , 2015)

- Cocina saludable.

Con la finalidad de fortalecer el proyecto de educación nutricional, el programa niños saludables plantea los talleres de cocina saludable en donde la utilización de recetas constituye una herramienta metodológica eficaz para cambiar los hábitos de alimentación y la aplicación práctica de los principios de una dieta balanceada. De acuerdo a la empresa Nestlé, a través de la elaboración y degustación de preparaciones con alimentos ecuatorianos, se favorece la revalorización de la identidad alimentaria del país. (Nestlé Ecuador, 2012) (Nestlé Ecuador , 2011)

Por este motivo Nestlé pone a disposición el recetario Nutrir una publicación conjunta de Nestlé con el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), en la cual se encuentran detalladas las recetas preparadas con alimentos tradicionales ecuatorianos, tales como: quinua, chocho, amaranto, tubérculos andinos, zapallo, entre otros. Nestlé establece que estas preparaciones permiten a las comunidades educativas adquirir una nueva apreciación de su cultura gastronómica. Debido a que nadie consume simplemente proteínas o vitaminas; a la vez, consume símbolos, ilusiones y afectos, elementos que aportan a la configuración de la identidad cultural por lo que los talleres de cocina saludable tienen este enfoque, y proveen un espacio para compartir y aprender través de la experiencia. (Nestlé Ecuador , 2011) (Nestlé Ecuador, 2012)

- Huertos orgánicos

El Programa Niños Saludables con el apoyo de la Guía de huertos orgánicos imparte los talleres de “Huertos orgánicos familiares”, en donde se enseña a preparar la tierra, crear semilleros, sembrar, elaborar remedios botánicos, entre otras actividades relacionadas con el cultivo orgánico y ecológico. Los talleres se enfocan en la creación de huertos orgánicos en cajones, botellas, macetas o cualquier recipiente reciclable sin necesitar de un terreno amplio para su construcción. Dentro de las escuelas, los huertos brindan un lugar para el aprendizaje, una oportunidad para trabajar la tierra y conocer el entorno de cerca, inspirando interés por la conservación del medioambiente. (Nestlé Ecuador , 2011) (Nestlé Ecuador, 2012)

- Plan de alimentación saludable

Nestlé Ecuador establece que el plan escolar de alimentación saludable es una guía para el mejoramiento del estado nutricional de los niños y niñas de las escuelas participantes. Dentro de este plan, se encuentran una serie de actividades que la escuela puede realizar, con distintos niveles de complejidad, y su cumplimiento se efectuará en la medida en que todos los miembros de la escuela se involucren en el proceso educativo. Entre las principales actividades del plan de alimentación saludable, que desarrollan las escuelas participantes de niños saludables, constan: revisión del material pedagógico dentro del aula, mi lonchera saludable, día de las frutas, casas abiertas sobre alimentación saludable, semilleros dentro del aula, huertos orgánicos escolares, clubes de cocina, bar saludable, promoción de la actividad física a través de danzas y juegos tradicionales ecuatorianos, entre otras. (Nestlé Ecuador , 2015) (Nestlé Ecuador, 2012)

El Plan es una propuesta que busca incentivar acciones en los grupos sociales que los movilicen al cambio de prácticas de alimentación saludable de acuerdo a la realidad socio cultural y económica de las comunidades debido a que es un mecanismo o herramienta de seguimiento de los procesos educativos, evaluando los resultados en las escuelas e instituciones participantes. (Nestlé Ecuador , 2015)

3.1.3. Desarrollo rural: Hacia la comunidad

Nestlé Ecuador plantea que el fomento del desarrollo rural responde a la necesidad de contar con materias primas de óptima calidad, a menor costo y en cantidad suficiente. Al tiempo que satisface las necesidades de la empresa, esta política beneficia a los pequeños productores a través de asistencia técnica y económica, con el fin de generar mayor productividad y menor desperdicio de recursos, favoreciendo el incremento de ingresos, la creación de fuentes de empleo, la redistribución de oportunidades económicas y la aplicación de prácticas sustentables. Dentro del pilar de desarrollo rural se encuentran dos proyectos base, el plan cacao y el servicio productor de leche. (Nestlé Ecuador , 2015)

✓ El plan cacao

El plan cacao es uno de los ejercicios de Creación de Valor Compartido dentro del eje de Desarrollo Rural. Su principal objetivo es asegurar el abastecimiento responsable de cacao y, al mismo tiempo, mejorar las condiciones sociales, ambientales y económicas de los agricultores cacaoteros, sus familias y las comunidades locales. Nestlé establece que con la filosofía ganar-ganar, se potencian las capacidades técnicas y organizativas locales, se fomentan programas de certificación, se promueven acciones que conjuntamente con el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), la empresa ha promovido el cultivo del cacao Fino de Aroma, conocido también como Cacao Nacional, Criollo o Arriba. Es importante destacar que únicamente en el Ecuador, debido a las condiciones climatológicas, el Cacao Nacional adquiere el intenso sabor floral, altamente valorado en el mercado internacional, y que constituye el ingrediente principal para las marcas de chocolate Cailler, Nestlé Gold, Nestlé Grand Chocolat y Nestlé Sublime. (Nestlé Ecuador , 2011) (Nestlé Ecuador, 2012)

El Cacao Nacional es, por tanto, un producto insignia del Ecuador. De acuerdo con Nestlé, gracias a las estrategias y actividades del plan cacao (Ver cuadro 8), la empresa se ha convertido en un aliado de los productores cacaoteros, facilitándoles asesoría técnica para generar mayores volúmenes de producción y la obtención de un producto de alta calidad, con un valor

agregado, la implementación de prácticas amigables con el medioambiente y la comunidad. (Nestlé Ecuador , 2011) (Nestlé Ecuador, 2012).

**CUADRO 8
ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES PLAN CACAO**

Asistencia Técnica	Asistencia técnica a los pequeños agricultores en prácticas agrícolas y poscosechas, así como también en aspectos legales y organizacionales para ayudarles a incrementar su productividad e ingresos económicos.
Distribución de plantas	Entrega de plantas de cacao de variedad Nacional a los agricultores.
Certificación UTZ	Certificación que se otorga por el cumplimiento de estándares de responsabilidad social y ambiental en el cultivo de cacao. El programa articula los derechos laborales y las leyes nacionales, para mejorar las condiciones de seguridad, higiene, acceso a salud y educación de los productores.
Premios por certificación	Se premia la calidad a través de un pago adicional al precio promedio, como reconocimiento a la calidad e incentivo al productor a mejorar su proceso de poscosecha.
Compra directa agricultores	Disminución de intermediarios, ingreso de los pequeños agricultores con precios competitivos.
Soporte financiero y seguro de vida	Financiación directa a productores de Cacao Nacional, con préstamos sin intereses, ha permitido a las cooperativas comprar la producción de sus asociados, fermentar, secar el cacao y, finalmente, venderlo a Nestlé a precios competitivos.
Capacitación	Sesiones de capacitación sobre temáticas variadas relacionadas con la seguridad ocupacional, primeros auxilios y ambiente, con la finalidad de prevenir accidentes y contribuir a la formación de una cultura de cuidado. Talleres de artesanías con bambú, con el objetivo de brindar otras opciones de trabajo y generación de ingresos a las familias.

Elaboración: Maldonado, A.
Fuente: Nestlé Ecuador 2011, 2012.

✓ El servicio productor de leche

El Servicio al Productor de Leche trabaja de forma directa y permanente con los proveedores de leche, especialmente con los pequeños y medianos productores, con el objetivo de lograr mejoras en la eficiencia y productividad, cumpliendo prácticas ambientales sostenibles que ayuden a la consolidación y permanencia de la actividad lechera. El programa es parte de Dairy Partners Americas (DPA), compañía formada por Nestlé y Fonterra. El servicio productor de leche está orientado a capacitar a los productores en técnicas modernas de producción de leche, a facilitar créditos para fomento de la producción lechera

a implementar buenas prácticas en finca, a realizar estudios pilotos de sustentabilidad lechera en el país, a manejar sistemas de pago que bonifiquen la calidad de la leche, a realizar el seguimiento al programa de sanidad animal y a efectuar el gerenciamiento de costos de producción. (Nestlé Ecuador , 2011) (Nestlé Ecuador, 2012).

- 3.2. Sistemas de medición y reporte global de RSC
- 3.2.1. Estándares internacionales de RSC en Nestlé

La empresa multinacional Nestlé bajo la consolidación de sus diez principios corporativos empresariales ha establecido la base de toda la gestión y ha marcado los fundamentos que guían la gestión de todos quienes conforman la empresa, incluyendo a los accionistas. Estos principios se aplican a través de códigos, políticas y herramientas desarrolladas por la empresa e instan al cumplimiento de las normas nacionales e internacionales, para garantizar que las actividades fabriles, comerciales y de comunicación sean sostenibles, armónicas con el ambiente y creen un valor significativo para la sociedad a largo plazo, lo cual es la esencia de la concepción de su programa de responsabilidad social corporativa la Creación de Valor Compartido. (Nestlé Ecuador , 2013).

La multinacional Nestlé al ser interpelada por la ideología del desarrollo sostenible de las Naciones Unidas debe orientar su comportamiento en base a los valores del desarrollo. Para la Multinacional asumir la aplicación de las certificaciones internacionales como los estándares internacionales es fundamental para continuar en el negocio ya que estas herramientas contribuyen a la imagen de la empresa frente a los consumidores, trabajadores etc. Las certificaciones así como el cumplimiento de los estándares internacionales confieren a la empresa credibilidad en la sociedad en cuanto a sus operaciones productivas, entonces la empresa puede impulsar enclaves productivos para generar utilidades como la utilización de los recursos naturales.

La multinacional Nestlé garantiza su dominación por el orden vigente del desarrollo sostenible los sujetos de la empresa como los consumidores son interpelados, su actuar estará orientado a consumir productos, marcas y valores de Nestlé. La multinacional al adherirse a las certificaciones y

estándares internacionales mejora el prestigio de la empresa en el mercado, favorece la credibilidad de sus operaciones con los gobiernos de turno, garantizando de esta manera la permanencia de la empresa en territorios extranjeros.

Dentro del ámbito nacional en el año 2012 la empresa Nestlé recibe por parte del Ministerio del Ambiente y CERES (Certification of Environmental Standards) la certificación Punto Verde la cual es otorgada por implementación de buenas prácticas medioambientales. Los representantes de dichas entidades realizaron la auditoría de certificación respectiva, que evidenció el 96 % de cumplimiento de la Matriz de Evaluación del Sector Productivo, estos resultados se evidenciaron gracias a la aplicación del programa de responsabilidad social corporativa Creación del Valor Compartido y sus diferentes proyectos inmersos. (Nestlé Ecuador, 2012)

Desde el entorno internacional, Nestlé basa su modelo de negocio en los principios del pacto mundial, los cuales se ven garantizados en las normas y políticas internas gracias al establecimiento de los principios corporativos de la empresa. De ahí que el respeto a las normas estipuladas para la obtención de diversas certificaciones promueva escenarios de excelencia en el cumplimiento, asegurando productos de calidad destinados a satisfacer a los clientes y consumidores de forma integral. En observancia de estos compromisos, durante el período 2012 y 2013, las fábricas de Guayaquil y Cayambe gestionaron varios procesos de certificación, recertificación y auditorías, con resultados exitosos. En el cuadro 9 se muestran las certificaciones internacionales que la multinacional Nestlé posee.

CUADRO 9
CERTIFICACIONES INTERNACIONALES DE NESTLÉ ECUADOR

 <p>OHSAS 18001:2004</p> <p>Certificación Seguridad y Salud Laboral (ver cuadro 3)</p>	 <p>ISO 14001:2004</p> <p>Gestión Ambiental (ver cuadro 3)</p>
---	--

 <p>ISO 22000:2005</p> <p>Gestión Seguridad Alimentaria (ver cuadro 3)</p>	 <p>ISO 9001:2008</p> <p>Gestión de Calidad (ver cuadro 3)</p>
 <p>BASC (Business Alliance for Secure Commerce).</p> <p>Alianza empresarial internacional que promueve un comercio seguro en cooperación con gobiernos y organismos internacionales.</p>	 <p>Certificación Ecuatoriana de Gestión Ambiental Responsable.</p>
 <p>Producción de Cacao social y ambientalmente responsable</p>	 <p>Certificación de Gestión Forestal Responsable.</p>

Fuente: (Nestlé Ecuador , 2011) (Nestlé Ecuador, 2012) (FSC, 2015) (BASC, 2015)
Elaboración: Maldonado, A.

3.2.2. Global Reporting Initiative en Nestlé: construcción de memorias

La multinacional Nestlé Ecuador reporta los resultados y estrategias con respecto a la creación de valor compartido acogiendo al sistema de reporte global GRI. Cada año la empresa realiza reportes que son creados siguiendo las directrices del sistema G4 para el sector de procesamiento de alimentos. De acuerdo a las directrices del GRI el mecanismo de reporte más vinculante es la construcción de memorias de sostenibilidad, las cuales han sido adaptadas a los contenidos de la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del GRI. Cada memoria de sostenibilidad es auditada por la empresa multinacional Deloitte ya que de esta manera se garantiza que la información proporcionada en el informe de CVC relativa a la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad del GRI establecidos en la norma AA1000 Accountability Principles Standard 2008 emitida por AccountAbility (Institute of

Social and Ethical Accountability) sean cumplidos. (Nestlé Ecuador , 2011)
(Nestlé Ecuador, 2012)

Nestlé al ser interpelado por la ideología del desarrollo sostenible de Naciones Unidas (aparato ideológico de Estado), también se acoge al pacto mundial y al sistema de reporte mundial GRI por lo cual se convierte en un sujeto sujetado. Por lo tanto, la interpelación de la ideología del desarrollo es difundida mediante los aparatos ideológicos de Estado (Naciones Unidas) así como aparatos ideológicos privados (Empresas) que son sujetas al valor dominante que es el desarrollo del centro.

La ideología del desarrollo busca mantener las relaciones centro-periferia y continuar creando sociedades para el mercado. Las empresas al asumir el valor dominante de desarrollo logran continuar con las relaciones de explotación encubriendo sus prácticas por la ideología del desarrollo sostenible ante la sociedad. También las empresas crean sujetos a estos valores los mismos que aceptan el desarrollo (trabajadores-consumidores) de esta manera el modelo de desarrollo se sigue perpetuándose. En el cuadro 10 se muestra que durante el periodo de análisis la multinacional Nestlé Ecuador publicó dos memorias de sostenibilidad en donde se evidencia los resultados obtenidos en los diferentes pilares de la creación del valor compartido

CUADRO 10
RESULTADOS CVC 2011-2013

<p>Nutrición Programa Niños Saludables</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 44321 niños, niñas y maestros capacitados • 64 380 niños y niñas involucrados indirectamente. • 20 324 niños y niñas, entre 5 y 11 años de edad, de escuelas públicas, capacitados dentro de un proceso educativo para mejorar su nutrición y salud. • 1529 maestros y maestras, madres y padres de la comunidad, y miembros de organizaciones sociales, capacitados • 158 000 materiales pedagógicos entregados • 15 alianzas firmadas con importantes organizaciones gubernamentales y no gubernamentales. • 90% de las instituciones intervenidas llevaron a cabo las acciones en el Plan de Alimentación Saludable. • \$348356 destinados para el programa
<p>Agua Programa Sembremos Agua</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se plantearon alrededor de 38950 árboles de varias especies nativas. • Entrega de 7000 árboles nativos a 200 agricultores cacaoteros • Se incrementó el 4,25 % de agua reciclada con una

	<p>operación mayor, demostrando el manejo eficiente del recurso vital.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se redujo el 40 % de materiales para empaques. • Reducción del 6,48 % de consumo de energía, a pesar del aumento de la producción. • Reducción de residuos en un 21% • La inversión en seguridad, salud y ambiente US\$15 050 000 • Disminución del 90% de emisiones de CO2
<p>Desarrollo Social Plan Cacao Servicio al productor de leche</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2456 agricultores y sus familias fueron beneficiados de manera directa. • El 100 % de los agricultores adscritos al Plan Cacao de Nestlé fueron capacitados en asistencia técnica y transferencia de tecnología. • Se firmaron acuerdos de cooperación con 17 grupos de productores cacaoteros. • 650 fincas y 5900 toneladas de cacao fueron certificados bajo la normativa social y ambientalmente responsable UTZ. • 1593 toneladas de cacao certificado bajo la misma normativa. • 600000 plantas de Cacao Nacional Arriba fueron entregadas desde el año 2009. • 10002 toneladas fueron compradas bajo las credenciales del Plan Cacao. • Se trabajó en conjunto con Nestlé R&D Tours, para la validación e implementación del proceso de fermentación. • Se establecieron nuevas parcelas demostrativas en las provincias de Guayas, Los Ríos, Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas, El Oro y Esmeraldas. • Capacitación 1959 proveedores en los diversos distritos lecheros. • DPA Ecuador invirtió US \$ 194 000 en las actividades del Servicio al Productor de Leche.

Elaboración: Maldonado, A.

Fuente: (Nestlé Ecuador , 2011) (Nestlé Ecuador, 2012)

3.3. La ideología de Nestlé en el sujeto interpelado

3.3.1. Publicidad de Nestlé

Dentro del ámbito de la publicidad, Nestlé enfoca sus esfuerzos en garantizar el compromiso de mantener una comunicación responsable y fiable con el consumidor, que le capacite para ejercer su derecho a una elección informada y que promueva una dieta sana. Además, la empresa plantea que la marca Nestlé representa una garantía hacia el consumidor de que sus productos son seguros, nutritivos y de calidad. De esta manera, Nestlé plantea los principios de comunicación que permiten verificar el cumplimiento de actividades concretas que mejoran los hábitos nutricionales y garantizan

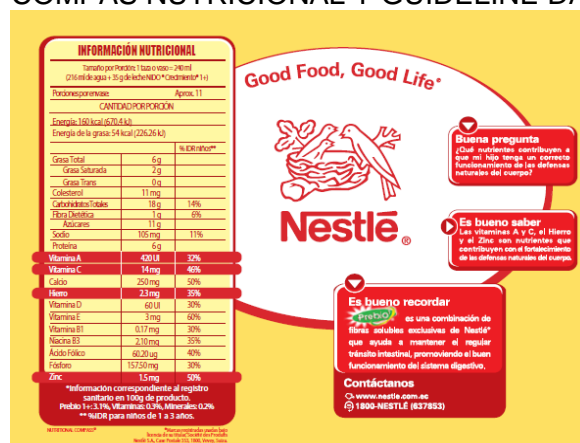
una comunicación responsable con el consumidor, como mecanismos para garantizar los principios de comunicación Nestlé plantea el programa productos saludables que promueve una alimentación responsable en cada uno de las actividades de CVC. (Nestlé Ecuador , 2011) (Nestlé Ecuador, 2012)

✓ Productos saludables

El mandato global del Grupo Nestlé es la reducción de sal, azúcar, ácidos grasos trans, grasas saturadas, preservantes y colorantes artificiales en los productos. De esta manera, Nestlé Ecuador observa estas direcciones de forma rigurosa. Por lo cual, Nestlé ha considerado una prioridad el brindar a sus consumidores información que les ayude a tomar decisiones alimenticias de manera informada. Nestlé considera que la información nutricional en el etiquetado debe ser transparente, responsable y completa, reflejando los datos que el consumidor requiere para empoderarse, hacer elecciones y tomar decisiones que contribuyan a su buena salud.

Por esta razón, además de cumplir con las normativas locales, Nestlé ha incorporado en su etiquetado el Compás Nutricional y los valores diarios de referencia GDA (ver gráfico 3). Estos indicadores permiten que el consumidor conozca el perfil nutricional de cada producto el mismo que especifica el rol del producto en una alimentación balanceada, factores nutricionales relevantes (calorías, grasa, azúcar, calcio, granos enteros, etc.), niveles de cada uno de dichos factores y las porciones adecuadas de acuerdo a la edad del consumidor. (Nestlé, 2015) (Nestlé Ecuador , 2011) (Nestlé Ecuador, 2012).

GRAFICO 3
COMPÁS NUTRICIONAL Y GUIDELINE DAILY AMOUNTS (GDA)



Fuente: Nestlé 2012
Elaboración: Nestlé Ecuador

La política de mercadeo responsable plantea una serie de principios que permiten la comunicación con los consumidores, a través de la publicidad, transmitiendo información de distintos niveles sobre el producto. Esta política permite que Nestlé en torno al programa niños saludables promocioe sus productos a través de actividades del programa como son las charlas educativas, recetas saludables y la cocina saludable a los comunidades participantes. De esta manera, con el objetivo de promocionar sus productos, la empresa Nestlé ha lanzado su libro “Más Ideas, Más Sonrisas”, que propone alrededor de 100 000 combinaciones de alimentos sanos y nutritivos para toda la familia, en el marco de la iniciativa de informar cómo se debe comer para vivir más y mejor. Los principios descritos en el cuadro 11 tiene para la empresa como principal objetivo el precautelar la confianza y fidelidad de los consumidores en los productos y la empresa multinacional.

CUADRO 11
PRINCIPIOS NESTLÉ ECUADOR SOBRE EL MERCADEO RESPONSABLE

1. Toda la publicidad (incluyendo texto, sonido y elementos visuales) debe representar con precisión al producto.
2. Los destacados de beneficios de salud deben tener una base científica sólida, cumplir con la legislación y los reglamentos aplicables.
3. La información sobre un producto debe reflejar con precisión su composición nutricional y cumplir con la legislación aplicable.
4. La publicidad alimentaria debe mostrar moderación en el consumo de alimentos, con tamaños de porciones adecuadas para el público objetivo y el contexto social correspondiente.
5. Siempre que sea posible y adecuado, la publicidad de alimentos y bebidas debe representar un estilo de vida activo, en lugar de sedentario.
6. A menos que un bocadillo o una bebida nutricional hayan sido diseñados como reemplazos de la comida, no deben ser presentados como tales.
7. Bocadillos dulces y barras deben ser promovidos de forma que no sugieran ser sustitutos de una comida.
8. Los destacados de beneficios ambientales y sociales de impacto deben tener una base científica sustancial, cumplir con la legislación y ser fácilmente comprensibles para los consumidores.
9. El contenido de las comunicaciones a los consumidores debe reflejar la responsabilidad social, de conformidad Con las leyes de cada país y los reglamentos, códigos y normas voluntarias.
10. El contenido publicitario no debe fomentar actitudes discriminatorias u ofensivas hacia grupos religiosos, étnicos, políticos, culturales o sociales.
11. La publicidad debe evitar la explotación mediática de eventos que podrían ser de mal gusto
12. La publicidad no debe aprovechar ninguna situación infortunada de otras personas o grupos.
13. La comunicación hacia los consumidores debe mostrar el consumo de productos de una manera segura y no representar a personas dedicadas a actividades peligrosas.
14. La publicidad no debe nombrar a la competencia directa, representar productos de la competencia de forma imprecisa, ni denigrarlos

15. Los datos del consumidor de Nestlé son privados, en cumplimiento con la legislación y reglamentos aplicables.

Fuente: Nestlé 2011, 2012.

Elaboración: Maldonado, A.

La publicidad realizada por Nestlé logra que los consumidores guíen su actuar a lo que creen creer debido a la creencia de su ideología- la ideología tiene una existencia material- porque consumen productos de Nestlé, estos consumidores al ser interpelados por Nestlé mediante instrumentos de mercado como publicidad, informes de responsabilidad social corporativa, desarrollo sostenible, se vuelven sujetos sujetados que son regulados por el aparato ideológico privado y sus prácticas. De esta manera, la empresa construye relaciones sociales -proveedor-consumidor- mantiene relaciones de explotación y dominación –empresario, obrero- siendo así una acción calculada para interpelar sujetos.

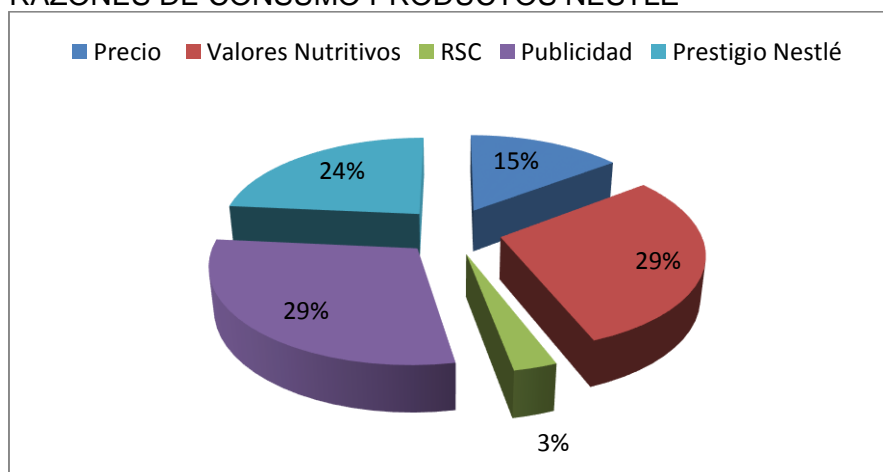
La CVC al ser un valor de negocio de la empresa sujeta a individuos particulares asegurando de esta manera los valores de la empresa y los suministros naturales que necesita la empresa así como la fuerza laboral y los consumidores que necesita Nestlé para operar. Por ejemplo, en el programa desarrollo rural, la empresa por medio del proyecto plan cacao ha reclutado sujetos – agricultores- los mismos que proveen de la materia prima así como mano de obra sujeta de ser contratada por la empresa. Además, en el programa niños saludables de la misma manera recluta sujetos -niños, padres, profesores- los mismos que se vuelven consumidores de las marcas de la empresa asumiendo que sus hábitos alimenticios mejoran si consumen productos de Nestlé -¡consumir caldos Maggi es saludable!-.

Por último, el programa sembremos agua que responde a la estrategia de obtener agua para el funcionamiento de la cadena productiva de Nestlé, evidencia la importancia de este recurso natural ya que sin este la empresa no pudiera producir sus productos, por eso para la empresa resulta fundamental obtener este recurso para garantizar la producción, utilizando la ideología del desarrollo para interpelar a las comunidades o autoridades para que puedan tener acceso a comunidades y poblaciones ricas en cuencas hídricas.

3.3.2. Sujetos consumidores de Nestlé

Para entender la interpelación de la multinacional a los sujetos consumidores se realizó una encuesta a diferentes consumidores, dicha encuesta permite evidenciar como estos sujetos se adhieren a la CVC, es decir, a la RSC de la multinacional Nestlé Ecuador. De esta manera, tomando en cuenta los resultados de la encuesta se evidencia que el 100% de los encuestados consume productos de la empresa. Además, en el gráfico 4 se muestra que la razón más importante por la cual los encuestados consumen productos de Nestlé es por sus valores nutritivos y la publicidad de los productos ya que representan el 29%, seguido por el prestigio de la empresa con el 24%, seguido por el precio de los productos representado en el 15% y finalmente por el programa de RSC con el 3% de los encuestados.

GRÁFICO 4
RAZONES DE CONSUMO PRODUCTOS NESTLÉ

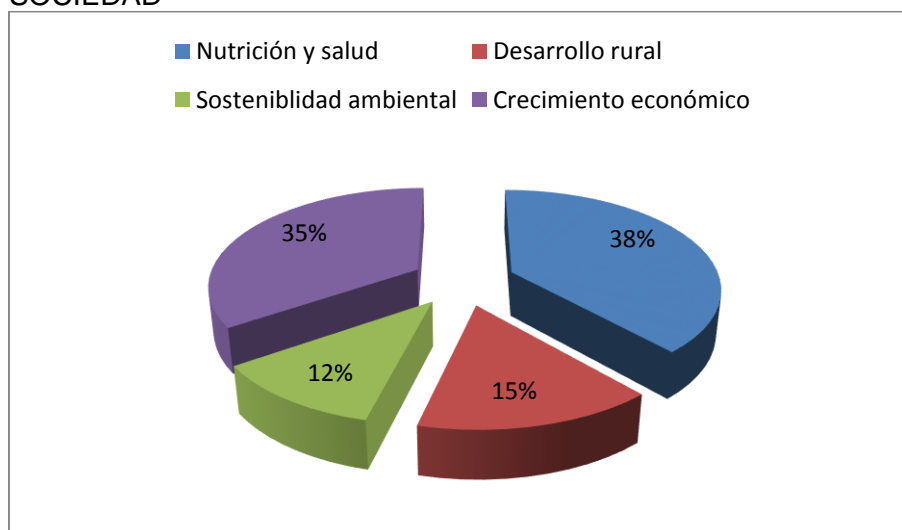


Fuente: Encuestas consumidores
Elaboración: Maldonado, A.

Continuando con los resultados de las encuestas, es importante recalcar que el 30% de los consumidores manifestaron que conocen que la multinacional Nestlé tiene un programa de responsabilidad social corporativa mientras que el 70% desconocía de este, sin embargo, el 100% de los consumidores manifestó que los productos ofrecidos por Nestlé contribuyen con el desarrollo de la sociedad. En el gráfico 5 se muestran los criterios sostenidos por los encuestados sobre la manera en que Nestlé contribuye al desarrollo de la sociedad en donde el 35% cree que la multinacional contribuye al crecimiento económico del país y el 38% manifiesta que Nestlé con sus productos aporta a la nutrición y la salud de la población.

Estos datos evidencian como mediante la publicidad, mecanismo ideológico, la empresa crea sujetos consumidores afianzados en la idea de que sus productos contribuyen con la sociedad a pesar de no conocer del programa de responsabilidad social corporativa CVC. De esta manera la ideología tiene una existencia material, es decir, la acción de creer y comprar los productos por parte de los consumidores, misma que garantiza que el sujeto se mantenga sujetado reproduciendo una vez más las condiciones para que el modelo de desarrollo dominante se perpetúe.

GRÁFICO 5
RAZONES DE COMO NESTLE CONTRIBUYE AL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD



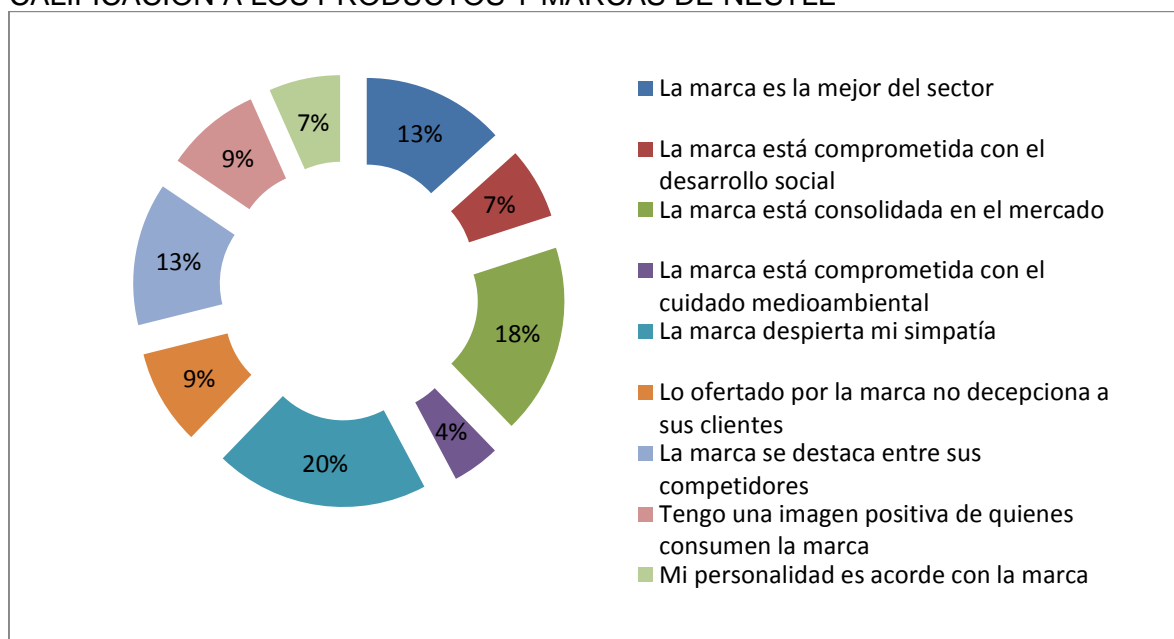
Fuente: Encuestas consumidores
Elaboración: Maldonado, A.

Además, todos los consumidores sostuvieron que prefirieron comprar un producto que contribuya al medio ambiente, aporte al desarrollo de las poblaciones rurales y que contribuyese al desarrollo de sus trabajadores. Es así que los consumidores calificaron a los productos y las marcas de Nestlé acorde al aporte que estos creen que dan a la sociedad. De esta manera, el gráfico 6 muestra que el 20% de los consumidores plantea que la marca despierta su simpatía, luego tenemos que el 18% considera que la marca está consolidada en el mercado, seguido del 13% que piensa que la marca es la mejor y se destaca entre sus consumidores, luego el 9% aduce que tienen una imagen positiva de quienes consumen la marca y que lo ofertado por la marca no decepciona a los clientes, luego el 7% señala que la marca está comprometida con el desarrollo social y que su personalidad está acorde a la

marca. Por ultimo en un 4% tenemos que la marca está comprometida con el cuidado medioambiental.

La empresa multinacional al ser este gran otro interpelador mediante la publicidad de CVC y la publicidad de sus productos sujeta sujetos bajo la idea de desarrollo sostenible haciendo que estos crean que existe un aporte hacia la sociedad. Sin embargo la empresa mantiene las relaciones de centro – periferia ya que el país es una fuente de factores de producción como recursos naturales y mano de obra, es decir un proveedor para la multinacional es por esto que una parte de la cadena de valor se encuentra des localizada en el país es decir inversión extranjera de Nestlé al tener plantas de producción en ecuador es una acción dirigida hacia los intereses de la multinacional.

GRÁFICO 6
CALIFICACION A LOS PRODUCTOS Y MARCAS DE NESTLE

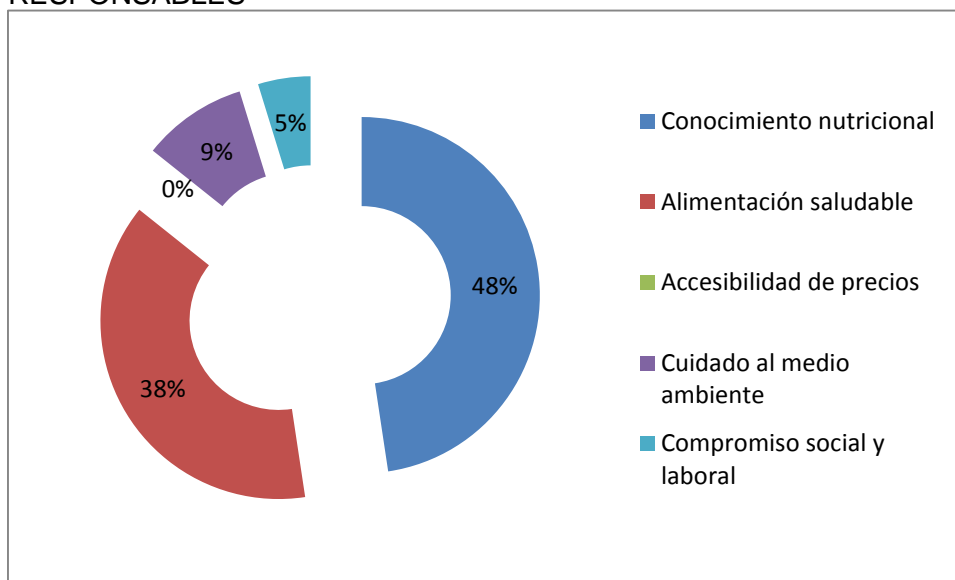


Fuente: Encuestas consumidores
Elaboración: Maldonado, A.

Para finalizar, el 70% de los consumidores considera que su preferencia por alguna empresa o producto se ve influenciada por la práctica de responsabilidad social corporativa y adicionalmente todos los consumidores están convencidos que las empresas deben publicar sus acciones socialmente responsables. Lo que evidencia que el 48% de los consumidores creen que los productos socialmente responsables de la multinacional tienen un aporte nutricional, además el 38% considera que los productos socialmente

responsables brindan alimentación saludable, el 9% considera que los productos cuidan el medio ambiente y el 5% piensa que aportan con el compromiso social y laboral en sus familias.

GRÁFICO 7
APORTE EN LA FAMILIA DE PRODUCTOS SOCIALMENTE RESPONSABLES



Fuente: Encuestas consumidores
Elaboración: Maldonado, A.

El modelo de desarrollo dominante – desarrollo sostenible- ha creado sujetos sujetos bajo la ideología de desarrollo sostenible, siendo así la empresa Nestlé sujeto sujeto que construye programas de RSC quienes a su vez han buscado mecanismos para sujetar sujetos consumidores. Los consumidores al ser interpelados por Nestlé consumen los productos asumiendo que la empresa brinda beneficios nutricionales por ejemplo consumir caldos Maggi será mejor que hacer su propia comida.

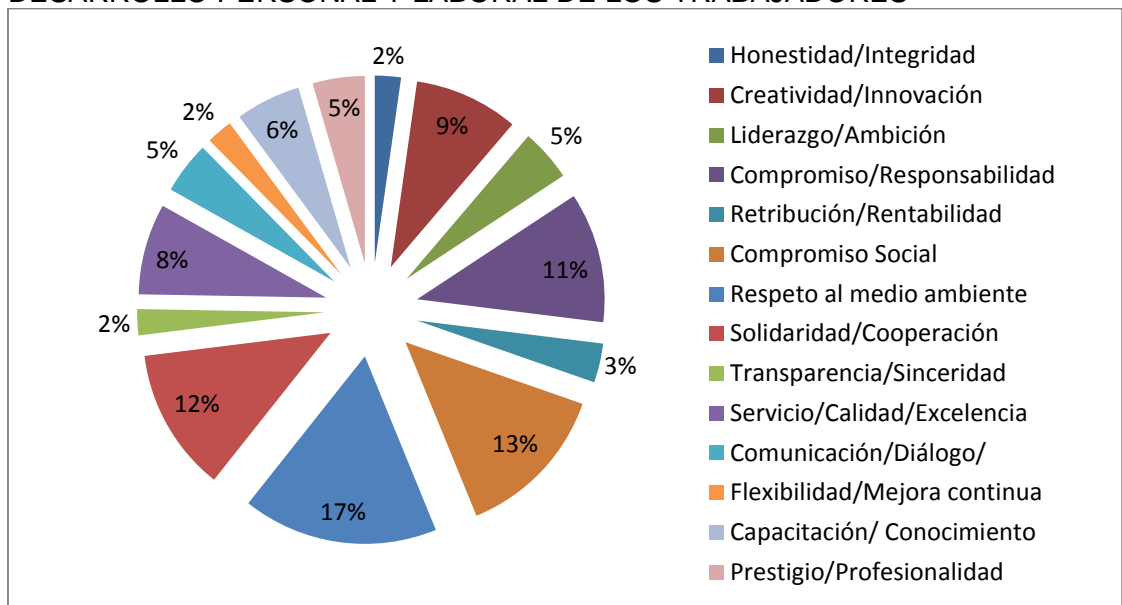
3.3.3. Valores de Nestlé en los trabajadores

Para entender la interpelación de los sujetos trabajadores se realizó una encuesta a diferentes trabajadores de Nestlé, dicha encuesta permite evidenciar como estos sujetos se adhieren a la CVC, es decir, a la RSC de la multinacional Nestlé Ecuador. De esta manera, tomando en cuenta los resultados de la encuesta se evidencia que el 100% de los encuestados conocen el programa de creación del valor compartido, también afirman que se identifican con los valores CVC y los principios corporativos de Nestlé, los

mismos que son implementados en sus labores diarias como en lo laboral. Los trabajadores afirman comprar productos de Nestlé ya que perciben descuentos y también sostienen que la CVC se evidencia en los productos fabricados siendo así que los consumidores son los más beneficiados.

Además todos los trabajadores creen que el modelo de negocio de Nestlé contribuye con su desarrollo personal y laboral. El gráfico 9 muestra que los trabajadores creen que el modelo de negocio de Nestlé contribuye a su desarrollo personal y laboral en diferentes áreas, siendo así, el 17% de los trabajadores cree que el modelo les ha ayudado a respetar al medio ambiente, el 13% está comprometido por causas sociales, el 12% comprende que ha mejorado su solidaridad y cooperación en su entorno laboral, el 11% dice que ha mejorado su compromiso y su responsabilidad con la empresa, el 9% afirma que su creatividad e innovación ha mejorado, el 8% argumenta que ha mejorado su servicio, calidad y eficiencia, el 6% dice que se ha capacitado y ha mejorado su conocimiento, el 5% afirma que profesionalmente le ha dado prestigio, liderazgo por lo tanto desarrollo personal y laboral.

GRÁFICO 9
CONTRIBUCION DEL MODELO DE NEGOCIO DE NESTLE AL
DESARROLLO PERSONAL Y LABORAL DE LOS TRABAJADORES

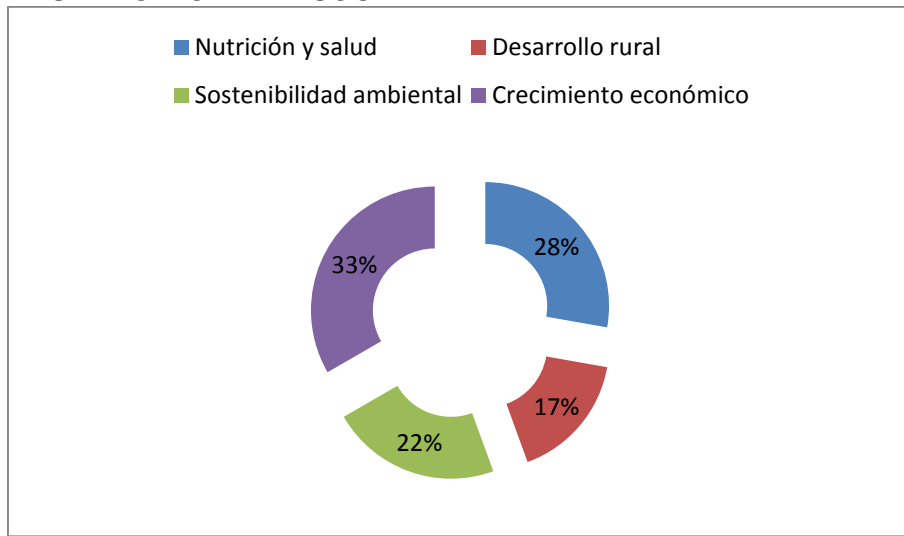


Fuente: Encuestas consumidores
 Elaboración: Maldonado, A.

Adicionalmente, todos los trabajadores consideran que los productos de Nestlé y por ende el modelo de negocio aporta al desarrollo de la sociedad. Sin embargo, existe una diferencia ya que los trabajadores manifiestan diferencias

al entender la manera en como el aporte se da al desarrollo de la sociedad, tal como lo podemos ver en el gráfico 10. Siendo así que el 33% considera que contribuye al crecimiento económico, el 28% cree que ayuda a la nutrición y salud, el 22% contribuye a la sostenibilidad ambiental y el 17% al desarrollo rural.

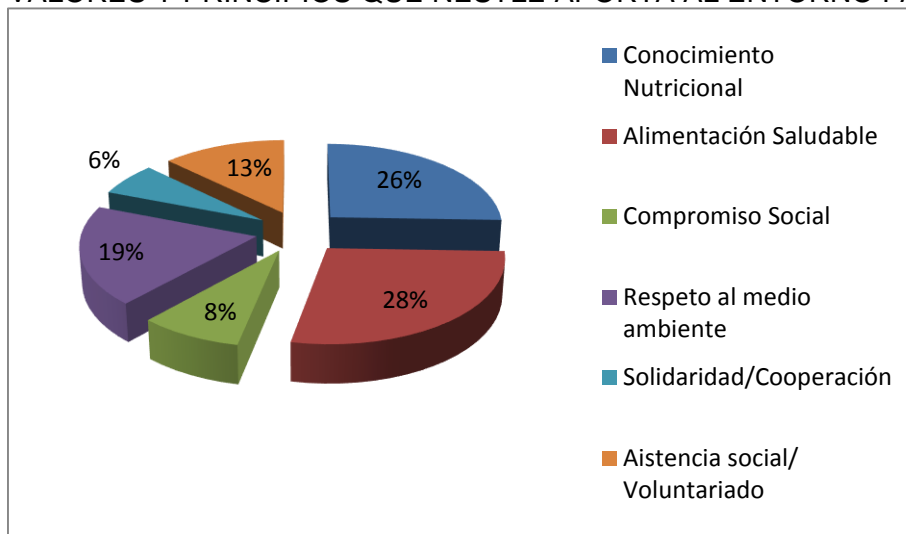
GRÁFICO 10
CONTRIBUCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO DE NESTLÉ AL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD



Fuente: Encuestas consumidores
Elaboración: Maldonado, A.

Para finalizar, la encuesta de los trabajadores permitió evidenciar que el 93% de los trabajadores ha compartido los principios de CVC con sus familiares, en el gráfico 11 se muestra como los valores y principios de Nestlé han aportado en su entorno familiar, siendo así que el 28% de los trabajadores considera que ha contribuido en tener una alimentación saludable, el 26% considera que es el conocimiento nutricional, el 19% considera que el valor adquirido es el respeto a la naturaleza, el 13% considera que le ha motivado ser voluntario en programas que les ofrezca Nestlé, el 8% le ha impulsado en mantener compromiso social y el 6% ha mejorado su cooperación.

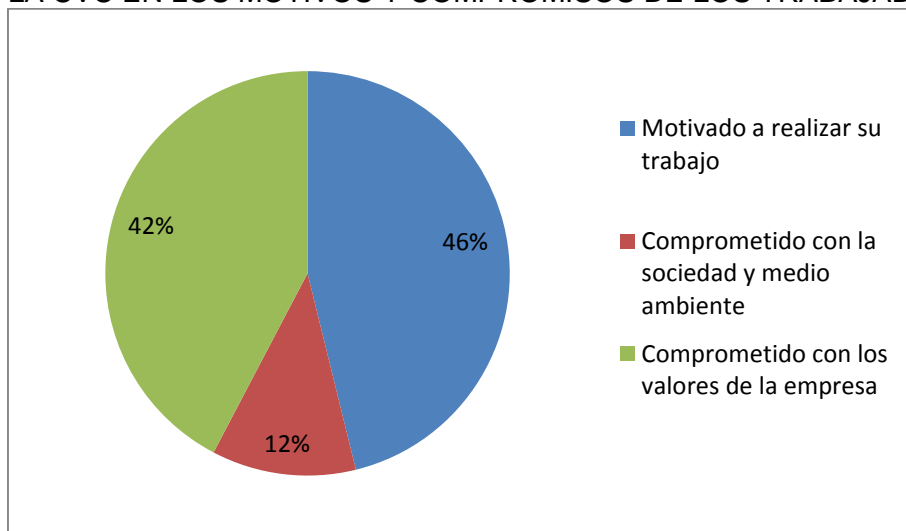
GRÁFICO 11
VALORES Y PRINCIPIOS QUE NESTLE APORTA AL ENTORNO FAMILIAR



Fuente: Encuestas consumidores
 Elaboración: Maldonado, A.

Por consiguiente, la encuesta evidencio que gracias a la CVC, como veremos en el grafico número 12, el 46% de los trabajadores consideran que se sienten motivados al realizar su trabajo, el 42% se siente comprometido con los valores de la empresa y el 12% se siente comprometido con la sociedad y el medio ambiente.

GRÁFICO 12
LA CVC EN LOS MOTIVOS Y COMPROMISOS DE LOS TRABAJADORES

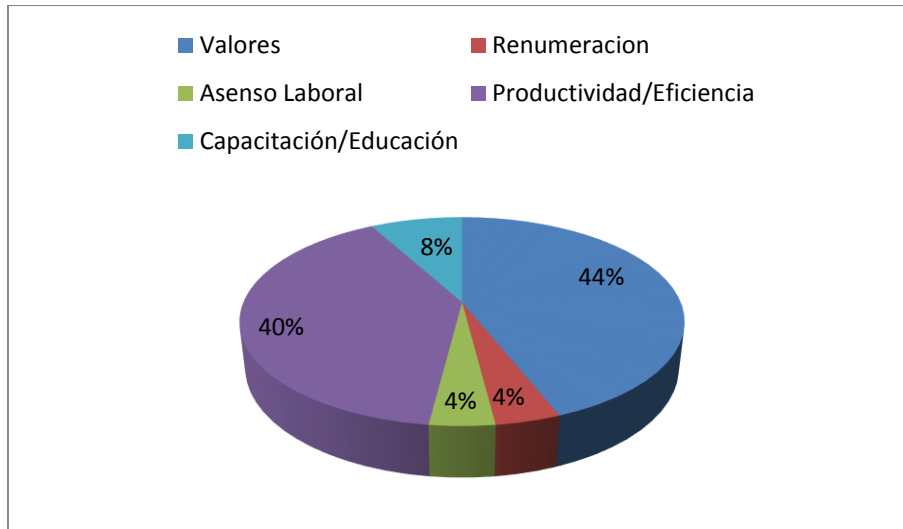


Fuente: Encuestas consumidores
 Elaboración: Maldonado, A.

Además en el gráfico 13, el 44% de los trabajadores cree que la CVC ha permitido desarrollarse por los valores adquiridos, el 40% consideran que su desarrollo está en ser más productivos y eficientes, el 8% cree que su

desarrollo se debe a las capacitaciones ya que se han educado más y por último el 4% considera que les ha permitido un ascenso laboral y una mejora remunerativa.

GRÁFICO 13
DESARROLLO EN LOS TRABAJADORES POR CVC



Fuente: Encuestas consumidores
Elaboración: Maldonado, A.

Los trabajadores tienen una relación imaginaria con sus condiciones reales de existencia, es decir, se forman una representación distorsionada por el modo de producción dominante. Los trabajadores no tienen conciencia de su situación de explotados ya que ocupan un puesto en la división internacional del trabajo siendo factores de producción para el mantenimiento de este gran otro hegemónico y el modelo de desarrollo dominante bajo relaciones de centro – periferia que son relaciones de explotación y dominación.

IV. CONCLUSIONES

En esta disertación de grado se concluyó que la hipótesis de trabajo es afirmativa, de esta manera se establece que la ideología es el mecanismo mediante el cual el modelo de desarrollo de Naciones Unidas-aparato ideológico de Estado- interpela sujetos particulares como la empresa privada Nestlé –aparato ideológico privado-, haciendo que el modelo dominante de desarrollo se perpetúe lo que a su vez permite que se sujeten sujetos particulares bajo la ideología del desarrollo la mismo que mantiene la división internacional del trabajo centro-periferia y las relaciones de explotación y dominación.

Mediante la construcción de las relaciones centro-periferia donde el centro ha consolidado su hegemonía en los países periféricos, estos son interpelados, adoptando la ideología de desarrollo dominante y se han transformado en sujetos sujetados- países periféricos subdesarrollados-. De esta manera, los países de la periferia deben rendir sumisión y ser funcionales a las demandas del centro -proveedores de recursos naturales y mano de obra. Estas relaciones de dominación centro - periferia (burguesía-oligarquía) hacen que la oligarquía periférica se sujete a la dominación de la burguesía industrial para favorecer la extracción de recursos y la apertura para garantizar los enclaves económicos -inversión de capital- para el desarrollo del centro quedando así la oligarquía dependiente de la inversión de capital lo cual significa para esta clase beneficios para el control político y el mantenimiento de su capital patrimonial.

La interpelación del modelo de desarrollo sostenible permite crear sujetos sujetados a la empresa Nestlé, quién al ser un aparato ideológico privado sujeta sujetos particulares por medio de su programa valor compartido. Este programa permite a la empresa garantizar recursos naturales como por ejemplo el agua para la cadena de producción. Además permite garantizar mano de obra y proveedores de materia prima- los agricultores cacaoteros-. De esta manera la periferia continúa siendo un enclave económico de la multinacional. De la misma manera, la empresa al tener sujetos sujetados como trabajadores y consumidores garantiza la continuidad del modelo de desarrollo dominante asentando las relaciones centro – periferia.

La ideología de desarrollo dominante se materializa en el accionar de la empresa mediante la construcción del programa de responsabilidad social corporativa. Este programa de RSC sirve como mecanismo ideológico para garantizar la cadena de producción en las periferias. La empresa al ser el motor del capital, precisa crear identidades y valores a los sujetos para mantener su organización de explotación y de acumulación de capital. La RSC no supone que la empresa sea moral y éticamente responsable en sus prácticas, todo lo contrario, al estar atravesada por el móvil económico persigue fines interesados para crear lucro y mantener la competitividad en un mercado anárquico y así, busca crear percepciones favorables hacia la empresa mediante memorias de sostenibilidad de CVC que son económicamente deseables ya que reducen incertidumbre en el accionar de la empresa y sujetan sujetos.

La empresa por medio de la ideología del desarrollo sostenible y su programa CVC garantiza la continuidad del negocio en el tiempo, mitigando la crítica sobre sus prácticas desde la sociedad civil - activistas, académicos, movimientos sociales, etc. – antagónica al modelo de desarrollo capitalista. El modelo de desarrollo dominante no busca cambiar la realidad social sino todo lo contrario, busca mantener las condiciones de la base capitalista, siendo así las sociedades objetos de explotación y dominación del mercado.

El liberalismo que durante mucho tiempo se ha perpetuado por medio de su idea dominante obedece a percepciones, experiencias e ideas de grupos y países hegemónicos que mediante la apropiación de los aparatos ideológicos de estado han materializado sus intereses y así han acumulado poder y riqueza implantando así una sola visión del mundo. Basta entender y cuestionar porque la periferia aspira ser como el centro, porque la periferia se somete a todo tipo de condicionamiento del centro, porque la periferia debe creer en las ventajas comparativas, en las ventajas teóricas del mercado, es decir, sin menor debate ni cuestionamiento debe creer en el desarrollo.

El desarrollo está construido desde una base económica capitalista, la misma que funciona bajo relaciones de dominación y explotación y sobre una base ideológica capitalista que ha construido lo que es desarrollado y subdesarrollado siendo así la periferia la que debe aspirar a ser como el centro. Sin embargo, al ser una construcción ideológica manifiesta su misma obsolescencia causando así un mal desarrollo para la periferia. Debido a que el

centro utiliza a la periferia como un enclave económico, es decir, para sobre explotar recursos naturales y mano de obra, para facilitar el ingreso de las multinacionales y por ende la salida de capitales de la periferia al centro.

La empresa privada al ser un aparato ideológico privado se encarga de sujetar sujetos mediante la interpelación, sin embargo, este aparato es de igual manera un sujeto sujetado. Este sujeto sujetado entendido como un ente particular que mediante interpelación se adhiere a la ideología dominante. Esta ideología dominante se evidencia en la implementación de pactos y principios internacionales del desarrollo sostenible por parte de la empresa y esta práctica se materializa en la publicación de memorias de sostenibilidad parte de la iniciativa global de reporte y en la adquisición de estándares internacionales en procesos productivos y productos.

La empresa privada mediante la publicidad realizada, logra que los consumidores guíen su actuar a lo que creen creer debido a la creencia de su ideología- la ideología tiene una existencia material- porque consumen productos de Nestlé, estos consumidores al ser interpelados por Nestlé mediante instrumentos de mercado como publicidad, informes de responsabilidad social corporativa, desarrollo sostenible, se vuelven sujetos sujetados que son regulados por el aparato ideológico privado y sus prácticas. De esta manera, la empresa construye relaciones sociales -proveedor-consumidor- mantiene relaciones de explotación y dominación –empresario, obrero- siendo así una acción calculada para interpelar sujetos.

El trabajo de campo realizado mediante las encuestas como técnica de investigación permitió utilizar a los resultados como indicadores de la interpelación de la ideología de desarrollo dominante en los sujetos particulares. De esta manera, se evidencia que los consumidores consumen productos de Nestlé porque creen que su calidad de vida mejora por los aportes nutritivos de los productos, además, los consumidores creen que la empresa Nestlé contribuye con el desarrollo de la sociedad entendido como crecimiento económico, esta acción valorativa de creer en los productos y comprar los productos materializa la ideología dominante de desarrollo de la empresa en los sujetos consumidores.

De esta manera, la empresa multinacional al ser este gran otro interpelador que por medio de la publicidad de sus productos y su programa de responsabilidad social corporativa CVC sujeta sujetos bajo la idea de desarrollo dominante. Este mecanismo ideológico de la empresa le permite deslocalizar la cadena de producción en la periferia, es decir, posicionarse en varios países y generar una idea de empresa líder en el mercado global que contribuye al desarrollo y progreso del país mediante la inversión directa. Sin embargo, cabe recalcar que la internacionalización de la producción es vital para la empresa ya que el país en donde se sitúa la multinacional es fuente de factores de producción como recursos naturales y mano de obra, es decir, la periferia sigue manteniendo su rol de proveedor lo que genera dependencia hacia el centro. Al mantener este rol se evidencia la obsolescencia del modelo de desarrollo que mantiene las relaciones de dominación y explotación bajo discursos ideológicos liberales.

Adicionalmente, tomando en cuenta los indicadores generados, se evidencia que la multinacional Nestlé Ecuador ha sido de igual manera capaz de sujetar mediante interpelación a otros sujetos particulares que en este caso son los trabajadores. Es así que los datos generados establecen que todos los trabajadores han construido una idea de identificación hacia los valores corporativos de Nestlé lo que les permite creer que el modelo de negocio de Nestlé contribuye con el desarrollo personal, laboral y de la sociedad. Siendo estos valores interpelados y asumidos por los trabajadores estos se vuelven sujetos y materializan la ideología ya que también se convierten en consumidores de los productos de Nestlé.

Los trabajadores al ser sujetos sujetados también se vuelven sujetos interpeladores ya que han compartido los principios de la CVC con sus familiares. De esta manera, la familia de cada trabajador se vuelve sujeto sujetado convirtiéndose en consumidor y adoptando los valores de Nestlé. Por ende, se determina que los trabajadores tienen una relación imaginaria con sus condiciones reales de existencia, es decir, se forman una representación distorsionada por el modo de producción dominante. Los trabajadores no tienen conciencia de su situación de explotados ya que ocupan un puesto en la división internacional del trabajo siendo factores de producción para el mantenimiento de este gran otro hegemónico.

VI. BIBLIOGRAFÍA

- Althusser, L. (1974). *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión .
- BASC. (2015). *Business Alliance for Secure Commerce* . Recuperado de <http://www.wbasco.org/>
- Bustos, J. (2009). El concepto de ideología en el pensamiento de Louis Althusser. En U. d. Aires, *Orientaciones para el estudio de una bibliografía obligatoria*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Cardoso, F., & Faletto, E. (1977). *Dependencia y Desarrollo en América Latina*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores S.A.
- CEMEFI . (2015). Centro Mexicano para la Filantropía . *El concepto de responsabilidad social corporativa*. Recuperado de http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Coca Cola Embonor S.A. (2015). *Responsabilidad Social* .Recuperado de http://www.embonor.cl/wps/wcm/connect/embonor/Sitio/Home/Responsabilidad_Social/FAQ/
- Cueva, A. (1977). *El desarrollo del capitalismo en América Latina* . Buenos Aires : XXI Siglo Veintiuno Editores .
- Falconí, F. (2002). *Economía y Desarrollo Sostenible. Matrimonio feliz o divorcio anunciado?* . Quito: FLACSO sede Ecuador .
- FAO. (2014). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. *El Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/x5600s/x5600s05.htm>
- FSC. (2015). *Forest Stewardship Council*.Recuperado de <https://es.fsc.org/es-es/acerca-de-fsc>
- GRI. (2015). *Global Reporting Initiative*. Recuperado de <https://www.globalreporting.org/information/news-and-press-center/Documents/GRI-Five-year-focus-2015.pdf>
- GRI. (2015). *Global Reporting Initiative. Empowering Sustainable Decisions*. Recuperado de <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/what-is-GRI/Pages/default.aspx>
- Gudynas, E. (2003). *Ecología, Economía y Ética del Desarrollo Sostenible*. Quito: ABYA- YALA .

- ISO. (2014). *International Organization for Standardization About ISO*. Recuperado de <http://www.iso.org/iso/home/about.htm>
- Naciones Unidas. (1992). *División de desarrollo sostenible Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y Desarrollo*. Recuperado de <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/riodeclaration.htm>
- Naciones Unidas. (2002). *Plan de Aplicación de las Decisiones de la Cumbre Mundial*. Recuperado de http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/pdf/WSSD_PlanImpl.pdf
- Naciones Unidas. (2012). *Asamblea General El futuro que queremos*. Recuperado de <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/66/288>
- Naciones Unidas. (2014). *Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <http://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>
- Naciones Unidas. (2015). *Temas Principales Desarrollo sostenible*. Recuperado de <http://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>
- Navarro, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Nestlé (2010). *Nestlé Ecuador Principios Corporativos Empresariales de Nestlé*. Recuperado de <http://ww1.nestle.com.ec/aboutus/documentoscorporativos/principioscorporativosempresariales>
- Nestlé . (2015). *Los principios de gestión y liderazgo de Nestlé*. Recuperado de <http://empresa.nestle.es/es/libreria-documentos/documents/publicaciones/principios-de-gestion-y-liderazgo-nestle.pdf>
- Nestlé. (2015). *Nestlé en Ecuador*. Recuperado de <http://ww1.nestle.com.ec/aboutus/historia>
- Nestlé. (2015). *Acerca de Nestlé en el mundo*. Recuperado de <http://ww1.nestle.com.ec/aboutus/acercadenestl%c3%a9>
- Nestlé. (2015). *Brands*. Recuperado de <http://www.nestle.com/brands/brandsnhw>
- Nestlé. (2015). *Nestlé Ecuador Creación del Valor Compartido*. Recuperado de <http://ww1.nestle.com.ec/csv/valorcompartido>
- Nestlé. (2015). *Our Corporate Business Principles*. Recuperado de <http://www.nestle.com/csv/what-is-csv/business-principles>
- Nestlé Ecuador . (2011). *Informe creación de l valor compartido 2011*. Recuperado de

http://ww1.nestle.com.ec/csv/documents/informe_csv_nestle_ecuador2011.pdf

Nestlé Ecuador . (2013). *Informe de Creación del Valor Compartido* . Recuperado de <http://ww1.nestle.com.ec/csv/documents/memoria-para-web-rgb.pdf>

Nestlé Ecuador . (2015). *Desarrollo Rural* . Recuperado de <http://ww1.nestle.com.ec/csv/desarrollorural>

Nestlé Ecuador . (2015). *Marcas*. Recuperado de <http://ww1.nestle.com.ec/marcas>

Nestlé Ecuador . (2015). *Programa Niños Saludables* . Recuperado de <http://ww1.nestle.com.ec/csv/programaninossaludables>

Nestlé Ecuador . (2015). *Programa Sembremos Agua* . Recuperado de <http://ww1.nestle.com.ec/csv/agua/programasembremosagua>

Nestlé Ecuador. (2012). *Informe de Creación del Valor Compartido 2012 - 2013* . Recuperado de <http://ww1.nestle.com.ec/csv/documents/memoria-para-web-rgb.pdf>

Observatorio de RSC. (2015). *Qué es la RSC*. Recuperado de <http://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/>

Paredes, E. (2011). *La Filosofía y sus laberintos*. Ecuador, Quito: Corporación Editoria Nacional.

Puente, I. (2011). *La Reponsabilidad Social Corporativa y sus consecuencias en el desarrollo social, parámetros internacionales y casos de estudio Ecuador. Disertación Pregado* .

UNESCO. (2015). *Educación para el Desarrollo Sotenible*. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-sustainable-development/sustainable-development/>

United Nations Global Compact. (2014). *What is UN Global Compact?* Recuperado de <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/our-work/>