

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y EL CUMPLIMIEN- TO DE LOS OBJETIVOS DE DESA- RROLLO DEL MILENIO

Estudio de Seis Casos de Buenas Prácticas
Empresariales



ÍNDICE GENERAL

❖	INTRODUCCIÓN	1
❖	CAPÍTULO 1:	
	- Consideraciones generales sobre el papel de la empresa privada en la consecución de los ODM.....	4
	- Ámbitos en los que el sector privado puede realizar acciones en relación a los ODM	5
❖	CAPÍTULO 2:	
	- ODM 3: Promover la equidad de género y empoderamiento de la mujer	7
	- Cómo puede contribuir el sector empresarial al cumplimiento de esta Meta	7
	- Caso de estudio 1: Lafarge.....	8
	- Caso de estudio 2: Yanbal.....	13
❖	CAPÍTULO 3:	
	- ODM 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.....	18
	- Cómo puede el sector empresarial contribuir al cumplimiento de esta meta.....	18
	- Caso de estudio 3: Pfizer.....	19
	- Caso de estudio 4: Etapa CP	24
❖	CAPÍTULO 4:	
	- ODM 8: fomentar una asociación mundial para el desarrollo	29
	- Caso de estudio 5: Diners Club.....	30
	- Caso de estudio 6: Telefónica Móviles Ecuador.....	35
❖	CONCLUSIONES	40

ÍNDICE DE ESQUEMAS

❖ Esquema 1: Los Objetivos del Milenio	1
❖ Esquema 2: Metodología de la selección de casos.....	2
❖ Esquema 3: Estructura del texto.....	2
❖ Esquema 4: LAFARGE. Programas desarrollados en el ámbito empresarial.....	9
❖ Esquema 5: LAFARGE. Programas desarrollados en el ámbito comunitario	10
❖ Esquema 6: LAFARGE. Implementación del ODM3 y sus primeros resultados	11
❖ Esquema 7: YANBAL. Programas desarrollados en el ámbito empresarial.....	14
❖ Esquema 8: YANBAL Programas desarrollados en el ámbito comunitario	15
❖ Esquema 9: YANBAL. Dinámica de crecimiento profesional	16
❖ Esquema 10: PFIZER. Programas desarrollados en el ámbito empresarial	20
❖ Esquema 11: PFIZER. Programas desarrollados en el ámbito comunitario	21
❖ Esquema 12: PFIZER. Estrategia de negocios basada en la RSE	22
❖ Esquema 13: ETAPA. Programas desarrollados en el ámbito empresarial	25
❖ Esquema 14: ETAPA. Programas desarrollados en el ámbito comunitario.....	26
❖ Esquema 15: ETAPA. Departamento de Responsabilidad Comunitaria	27
❖ Esquema 16: DINERS. Programas desarrollados en el ámbito empresarial.....	31
❖ Esquema 17: DINERS. Programas desarrollados en el ámbito comunitario	32
❖ Esquema 18: DINERS. Línea de tiempo: fortalecimiento de la Educación y Niñez y su vinculación con el ODM8.....	33
❖ Esquema 19: TELEFONICA. Programas desarrollados en el ámbito empresarial.....	36

❖ Esquema 20: TELEFONICA. Programas desarrollados en el ámbito comunitario	37
❖ Esquema 21: TELEFONICA: Estrategia de la RSE	38

Introducción

El presente documento contiene la sistematización de seis casos de buenas prácticas empresariales relacionadas con acciones de responsabilidad social empresarial y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

Su propósito es contribuir a la difusión y conocimiento de los ODM así como la labor que realiza el sector empresarial para incorporar estos últimos en su gestión. Estamos seguros que estos casos servirán para que otras empresas puedan replicar, mejorar y amplificar este tipo de prácticas.

El estudio se centra en tres de los ocho Objetivos:

Esquema 1: Los Objetivos del Milenio		
ODM3: <i>Promover la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de la mujer</i>	ODM7: <i>Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente</i>	ODM 8: <i>Fomentar una alianza mundial para el desarrollo</i>

Para la selección de las mejores prácticas, y por ende, de las empresas se realizó de la siguiente forma:

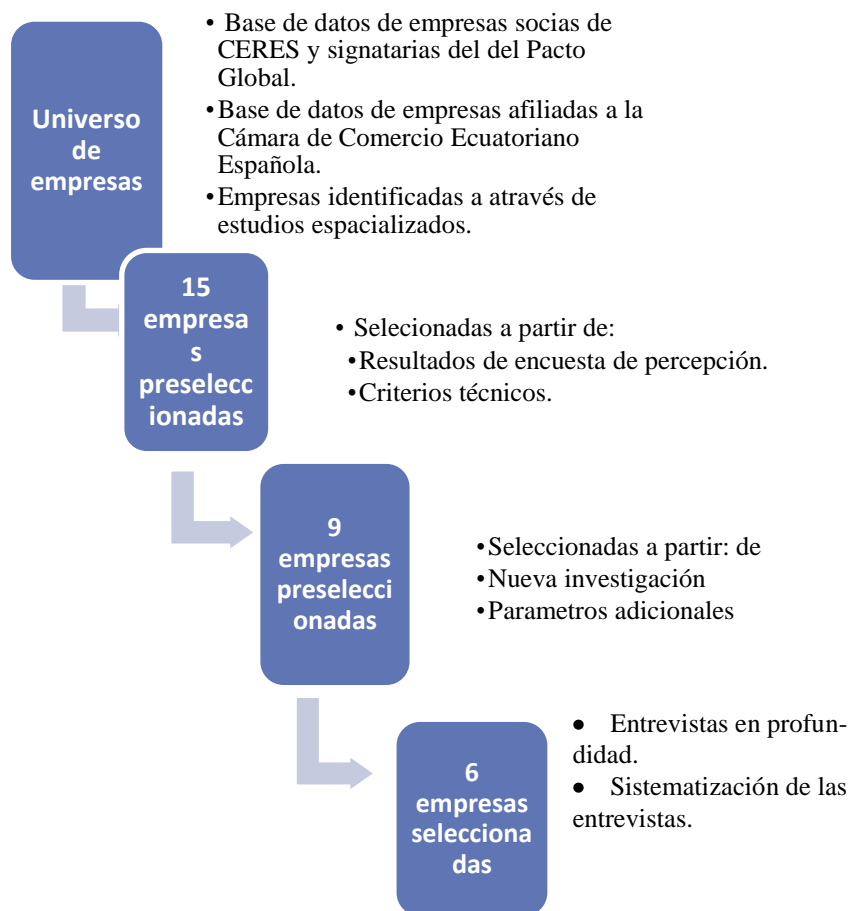
- a. En primera instancia se definió el universo de empresas objeto de este estudio, para lo cual se tomó como base las siguientes fuentes: Base de datos de empresas socias de CERES y signatarias del Pacto Global, base datos de empresas socias de la Cámara de Comercio Ecuatoriano Española y otras bases de datos de estudios de mercado especializados.
- b. A continuación, se procedió a consultar las páginas web de las empresas y otras fuentes de información secundarias para identificar a priori cuáles de estas realizan acciones de RSE vinculadas a los ODM seleccionados.
- c. Seguido de ello se formuló y aplicó una encuesta de percepción destinada a conocer de manera directa información de los temas antes señalados por parte de las empresas objeto de estudio
- d. Posteriormente se preseleccionaron 15 empresas de las 44 empresas que contestaron la encuesta, 5 por cada ODM objeto de este estudio; para ello se aplicaron 4 indicadores, a saber:
 - Trabajar alrededor de uno o más de los ODM seleccionados;
 - Reconocimiento del programa o proyecto de RSE por parte de uno o varios de los actores sociales: academia, otras empresas, OSC, comunidad, Estado;
 - Socializar resultados obtenidos a través de diferentes formas y medios; y Asociación de la empresa con institucio-

nes públicas, empresariales u OSC para cumplir con su programa o proyecto de RSE.

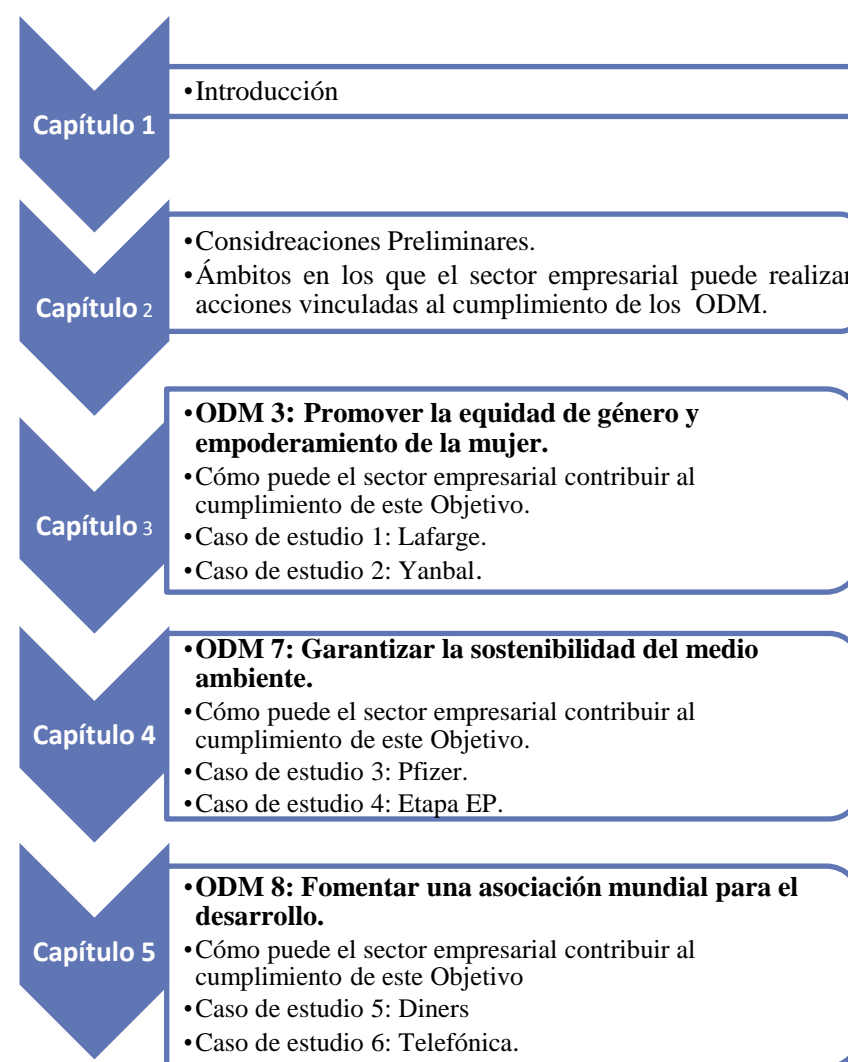
- e. Después se hizo una investigación más profunda de las empresas preseleccionadas, cuyo resultado fue la selección de 9 empresas, 3 por cada uno de los ODM objeto de la investigación, para ello se utilizaron los siguientes criterios
 - Que su labor de RSE haya logrado cambios cualitativos y/o cuantitativos en la sociedad y en el ambiente;
 - Que el programa de RSE haya cubierto al menos el 70% de sus metas en el período 2010 – 2012.
 - Que los diferentes estamentos de la empresa conozcan sobre los programas sociales implementados, sus resultados y hayan concienciado sobre su importancia;
 - Pronunciamiento favorable de beneficiarios directos de la práctica del ejercicio de RSE; y
 - Que los mecanismos para superar los problemas presentados en la ejecución del programa hayan sido efectivos.
- f. Finalmente se realizaron entrevistas en profundidad con 6 de las 9 empresas seleccionadas, en las cuales se abordaron los siguientes temas:
 - Acciones de las empresas enmarcadas dentro de la RSE, y específicamente aquellas relacionadas con los ODM objeto de estudio.
 - Una descripción de sus programas más exitosos, los logros alcanzados y los problemas a los que tuvieron que hacer frente y,
 - Sus procesos de evaluación y rendición de cuentas.

- Posteriormente se analizaron y sistematizaron las entrevistas.

Esquema 2: Metodología de selección de casos



Esquema 3: Estructura del texto



Consideraciones Preliminares.¹

La alianza global promovida por Naciones Unidas y dirigida a fomentar el desarrollo a través de estrategias de lucha contra la pobreza y la desigualdad social ha sido, históricamente, impulsada por los Estados.

La visión dominante sitúa a los gobiernos como actores claves y principales responsables para el cumplimiento de los ODM. Sin embargo, hoy en día, se reconoce la importancia de otros actores, como son la sociedad civil y el sector empresarial, como aliados de los Estados para afrontar con éxito los complejos retos que enfrenta la humanidad.

De este modo, las agendas políticas y sociales han venido progresivamente incentivando el rol y responsabilidad del sector empresarial para lograr las metas de desarrollo promovidas ampliamente dentro del sistema de NN.UU. Más aún, la visión y enfoque con que ésta se ha venido relacionando con el sector empresarial ha experimentado una evolución gradual desde fines de los 90s. A grandes rasgos, se puede decir que desde inicios del siglo XXI, NN.UU reconoce la contribución positiva que el sector empresarial realiza, por lo que ha pasado a fomentar activamente su participación.

¹ Esta sección está basada principalmente en dos publicaciones como son: (Hoxtell, Preysing, y Julia Streets, 2010; Nelson y Prescott, 2008).

La iniciativa Pacto Global lanzada en el año 2000 por NN.UU constituye el ejemplo más importante al respecto. Se trata de una iniciativa voluntaria que busca constituirse en una plataforma política y un marco práctico para que las empresas armonicen sus operaciones y estrategias comerciales con los diez principios universalmente aceptados y que se relacionan con los ámbitos de los derechos humanos, los estándares laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. Asimismo, también busca catalizar el apoyo de las empresas hacia los ocho ODM.

A continuación se presentan los factores más importantes que explican por qué es tan decisiva la aportación del sector empresarial para la consecución de los ODM:

1. El sector empresarial a nivel global ha crecido significativamente en las últimas dos décadas y se ha convertido en un actor clave para el desarrollo socio-económico. Mientras que en la década de los 90s, aproximadamente 37.000 empresas transnacionales hacían negocios, hoy en día, el número asciende a 82.0000. Estas mismas empresas operan con 8.100.000 sucursales a nivel mundial, ofrecen empleo a más de 77 millones de personas y alimentan a millones de proveedores y distribuidores a través de sus cadenas de valor.
2. Muchos países en vías de desarrollo reconocen la importancia de generar las condiciones necesarias para atraer la inversión privada, en el marco de los lineamientos estatales, para impulsar el crecimiento económico y poder de este modo, avanzar en su desarrollo.

3. Existe cada vez más presión social para que el sector empresarial, y en especial las empresas transnacionales, adopten comportamientos y prácticas social y ambientalmente más responsables.

En síntesis, actualmente existe la necesidad de unir esfuerzos entre las empresas y los Estados para lograr las metas del desarrollo.

A medida que el sector público y los organismos internacionales se han mostrado más abiertos a colaborar con el sector empresarial, éste ha respondido con acciones que muestran su voluntad de asumir un rol más activo. Esto se debe, en parte a que existe una mayor conciencia por parte de las empresas respecto a las ventajas asociadas con “ser parte de la solución, en lugar de ser parte del problema”.

En este sentido, cabe señalar las siguientes ventajas para el sector empresarial en relación al cumplimiento de los ODM, especialmente en el marco de los países en desarrollo:

- a. Los ODM ayudan a crear un entorno sólido y estable, condición sin equa non para que las empresas puedan hacer negocios. Es decir, las empresas son uno de los actores directamente beneficiados de la existencia de sociedades prósperas y cohesionadas donde ciudadanos sanos y competitivos pueden constituirse en su mano de obra, inversores y/o posibles clientes.
- b. Los ODM contribuyen a reducir los costos directos y riesgos inherentes a la actividad empresarial. Es decir, problemas como: la degradación ambiental, la conflictividad social, los inadecua-

dos sistemas educativos y sanitarios, generan costos adicionales a los propios de toda práctica empresarial. Por tanto, las empresas que contribuyen a solucionar estos retos pueden reducir sus costos, lo que a su vez, mejora su eficiencia productiva y por ende su competitividad; a la vez contribuye a mejorar su imagen externa y competir en los crecientes mercados responsables.

- c. Los ODM crean nuevas oportunidades de desarrollo empresarial. Es decir, la responsabilidad social empresarial no debe ser vista como una fuente de costos adicionales, sino más bien como una excelente oportunidad de negocio, de competitividad y de creación de valor a medio y largo plazo

Ámbitos en los que el sector empresarial puede realizar acciones relacionadas a los ODM.

Toda empresa tiene el potencial de contribuir a los ODM en uno o más de los siguientes ámbitos:

- a. En el ámbito empresarial: en las operaciones centrales del negocio y cadena de valor.
- b. En el ámbito comunitario: en las localidades donde las empresas están establecidas a través de acciones de inversión social/filantrópica (IS)² o de responsabilidad social empresarial (RSE)³.

²Se refiere a las acciones puntuales, de carácter asistencialista y de corto plazo que responden a una necesidad específica o a pedidos de la comunidad

³Son acciones planificadas enmarcadas en programas con objetivos formulados a partir de diagnósticos y cuyo horizonte temporal es el mediano y largo plazo. Ge-

- c. En el ámbito público: actividades de promoción para la defensa de intereses públicos, el diálogo sobre políticas públicas, la incidencia a nivel gubernamental y comunitario y el fortalecimiento institucional.

Por tanto, la incorporación voluntaria de los ODM a la gestión empresarial implica la puesta en práctica de acciones de responsabilidad social cuyo carácter e impacto depende de factores como el sector al que se pertenece, el modelo o tamaño de la empresa o la forma cómo se entiende y aplica la responsabilidad social empresarial.

A continuación se detallan algunas acciones en los dos primeros ámbitos para los ODM 3 y 7 y se acompañan con dos estudios de caso de buenas prácticas para cada uno de los ODM seleccionados. Por su naturaleza, el ODM 8 es un objetivo transversal a todos los demás. Por esta razón, no se lo trata de igual forma que los otros ODM. No obstante, se presentan dos estudios de caso con el objetivo de ilustrar ejemplos de alianzas exitosas.

neralmente su impacto es monitoreado y evaluado periódicamente con la finalidad de incrementar su efectividad.

ODM 3: PROMOVER LA EQUIDAD DE GÉNERO Y EMPODERAMIENTO DE LA MUJER

META

Eliminar la disparidad de género en la educación primaria y secundaria preferiblemente hacia el año 2005 y de todos los niveles educativos para el año 2015.



¿CÓMO PUEDE CONTRIBUIR EL SECTOR EMPRESARIAL AL CUMPLIMIENTO DE ESTA META?

EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL

- Promover la igualdad en el acceso a oportunidades, es decir la no diferenciación entre jornadas y horarios ni tipo de funciones entre hombres y mujeres.
- Prohibir las pruebas de embarazo como condición para el empleo o continuación del mismo.
- Conceder permisos necesarios para que las mujeres asistan a sus controles prenatales y/o el otorgamiento de licencias post parto e implementación de otros beneficios que contribuyan a valorizar el rol de las mujeres tanto en lo profesional como personal.
- Generar empleo específico para mujeres adultas mayores de 40 años
- Intervenir y eliminar el acoso sexual y otras formas de violencia en el lugar de trabajo a través de políticas institucionales y sanciones rigurosas.

EN EL ÁMBITO COMUNITARIO

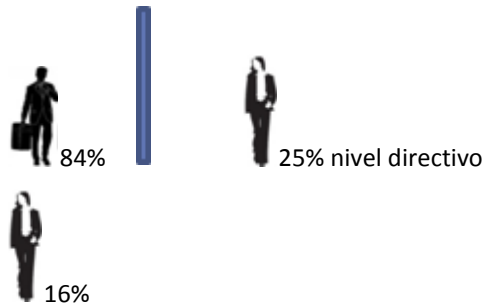
- Facilitar oportunidades de auto-empleo para mujeres/jefas de hogar. Como por ejemplo: proveer de instrumentos e insumos de trabajo o apoyar cooperativas de artesanas a través de la formación e investigación comercial o la generación de programas de micro crédito.

- Prevenir la violencia contra las mujeres como por ejemplo campañas de concientización o apoyo a programas ya existentes sobre el tema, y en el caso de las empresas turísticas, evitar la explotación sexual y el tráfico de mujeres y adolescentes.

LAFARGE CEMENTOS

Información General

- SECTOR: CEMENTO
- TIPO EMPRESA: Privada internacional.
- UBICACIÓN: La matriz está en Quito, y la planta industrial en Otavalo. Cuenta aproximadamente con 300 distribuidores y 500 puntos de venta a nivel nacional.
- Nº EMPLEADOS: 320



Responsabilidad Social Empresarial

AÑOS DE EXPERIENCIA: 8 años, desde el inicio de las actividades de Lafarge en Ecuador en el 2005

ÁMBITO: Educación, Salud, Generación de Ingresos, Infraestructura y Ambiente.

DEPARTAMENTO RSE PROPIO: Sí.

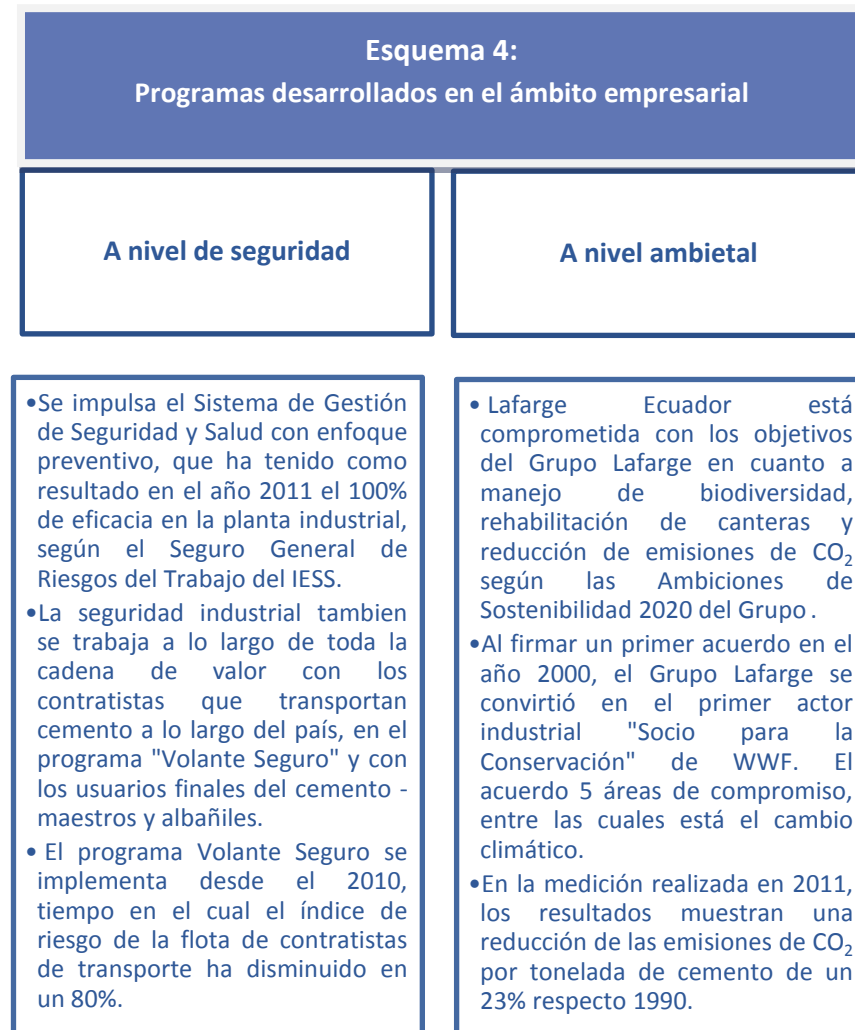
Dentro de su misión busca convertirse en el líder mundial en salud y seguridad, protección del medio ambiente, responsabilidad social y gestión corporativa. En su estrategia de Responsabilidad Social, Lafarge prioriza a las personas y al medio ambiente dentro de sus objetivos de desarrollo sustentable. En el año 2000 se convirtió en el primer actor industrial “socio para la conservación” de WWF con el objetivo de reducir la huella ambiental del Grupo en todas sus operaciones.

Antecedentes

En Diciembre de 2004, el Grupo Lafarge adquirió la empresa Cementos Selva Alegre S.A.; al integrarse a esta multinacional, la empresa incorporó la visión de esta última a su cultura organizacional, situación que se ve reflejada, entre otros aspectos, en la implementación de programas de responsabilidad social empresarial.

Si bien, la RSE es un principio fundamental de trabajo en todos los países en los que Lafarge opera, en el caso del Ecuador, el trabajo con las comunidades es muy cercano y continuo. Este trabajo se lo coordina a través de los cabildos de las comunidades aledañas a la planta, en la parroquia Quichinche, y a la cantera, en la parroquia Selva Alegre.

El diálogo con los moradores del sector ha permitido a la empresa impulsar la constitución de un departamento de relaciones comunitarias y ambientales, mismo que desarrolla una serie de programas y proyectos con las comunidades locales. El trabajo de desarrollo local es coordinado con otros actores, entre los cuales se encuentran: autoridades e instancias del Gobierno Central, del Gobierno Provincial de Imbabura, del Municipio de Otavalo y de los Gobiernos de Juntas Parroquiales de la zona, al igual que con ONG's con larga trayectoria de trabajo en la provincia.



Esquema 5:
Programas de Responsabilidad Social, algunos ejemplos

A nivel	A nivel de	A nivel de
<ul style="list-style-type: none"> •Se estableció un Convenio con la Unión de Comunidades Indígenas Kichwas y Campesinas de Quichinche (UCINQUE) para la entrega de becas escolares. • Actualmente 65 niños y adolescentes cuentan con becas de Lafarge. • Adicionalmente, la empresa desarrolla otras acciones para fomentar la escolarización de niños/as y adolescentes. •Se trabaja también en programas de liderazgo y empoderamiento de adolescentes. 	<ul style="list-style-type: none"> •“Maestro Seguro” coordina con la Cámara de la Construcción, la Escuela Taller Quito, y Socio Empleo (MRL); • En el 2012, a través del programa Maestro Seguro, un total de 1,200 maestros y albañiles se capacitaron en temas de seguridad industrial en obras de construcción. 	<ul style="list-style-type: none"> •Apoyo a la construcción de obras de infraestructura prioritaria en la zona de la cantera en Selva Alegre. •Este programa de construcción de viviendas, aporta con los materiales de construcción. •El programa ha beneficiado al 80% de la población de las dos comunidades.

Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relación con el Objetivo de Desarrollo del Milenio 3 (ODM)

Para Lafarge, el articular sus iniciativas de RSE con los ODM le ha permitido reafirmar el compromiso tanto con sus colaboradores como con la comunidad y el medio ambiente.

Una de las preocupaciones principales que tiene Lafarge es el promover la equidad de género. Al respecto, en junio de 2012 el Grupo Lafarge, formalizó sus “Ambiciones de Sostenibilidad 2020”, que consiste en una serie de metas de sostenibilidad alineadas a los ODM y al Pacto Global, entre las cuales se establece que en el 2020 al menos un 35% de los cargos gerenciales dentro de la empresa deberán estar ocupados por mujeres. Para ello, se han implementado políticas afirmativas de género, como por ejemplo, favorecer la incorporación de mujeres cuando se requiere cubrir una vacante y se presentan hombres y mujeres con igual o similares características profesionales para ocupar un mismo puesto.

Actualmente, se ha incorporado la primera mujer al Consejo Directivo, como Gerente de Marketing, lo cual constituye un gran cambio, sobre todo, si se tiene en cuenta que se trata de un tipo de industria que tradicionalmente ha tenido poca presencia de mujeres.

Uno de los proyectos a destacar dentro de este ámbito, tiene que ver con la investigación y desarrollo de nuevos productos, ahora a cargo de la Gerencia de Marketing. Para conformar la estructura y el funcionamiento actual, se ha pasado por las siguientes etapas:

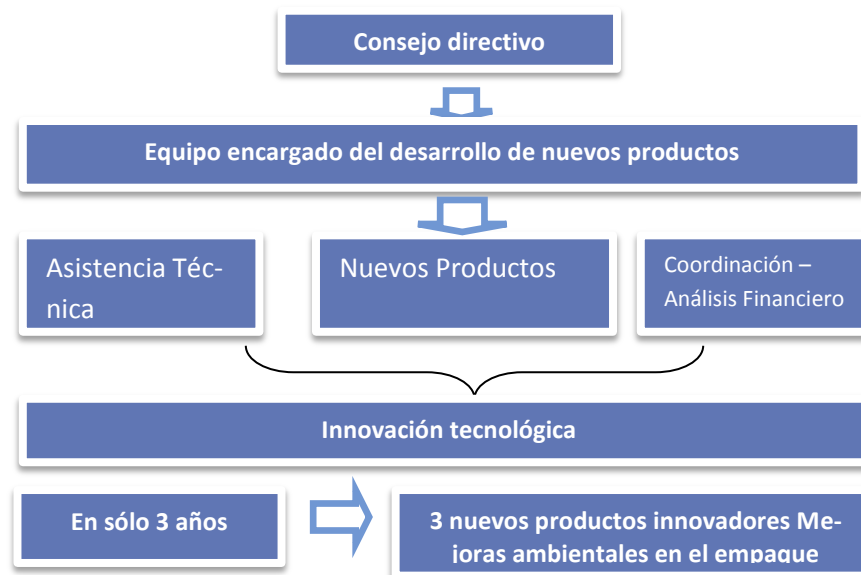
- Creación del Área de Marketing, cuya labor se centra en la identificación de nuevos nichos de mercado, la creación de nuevos productos según las necesidades evolutivas de los clientes y el posicionamiento de estos productos en el mercado,
- Restructuración del Área de Investigación y Desarrollo que se dedica al estudio y desarrollo de pruebas en laboratorio así como al análisis de la capacidad de producción, para estar más alineados con las necesidades de los clientes,
- Incorporación al equipo de marketing de profesionales expertos/as en ingeniería civil y otras ramas asociadas a la producción de cemento, cuya función es la de brindar asesoría técnica y orientar tanto a los clientes como al equipo comercial.

Para la implementación de este proyecto se designó a una joven profesional para la Gerencia del Área de Marketing, adicionalmente se contrató a una Ingeniera Química para Investigación y Desarrollo, a una profesional de la rama de la Ingeniería Civil, quien brinda asesoría al área comercial y a los clientes y a una profesional del área financiera a cargo de la Coordinación del área de marketing.

En muy poco tiempo este equipo de mujeres ha alcanzado un alto protagonismo dentro de la empresa ya que su presencia y logros han significado cambios importantes en una empresa donde no era prevalente una cultura de innovación y desarrollo de nuevos productos. Adicionalmente, cabe resaltar que, han contribuido al fortalecimiento de la cultura organizacional así como al cambio de mentalidad en pro de una cultura de innovación.

En este cambio actitudinal ha tenido un rol clave el apoyo directo que la gerencia general y el comité ejecutivo les ha proporcionado. Además de contribuir al desarrollo de tres nuevos productos en menos de tres años, su aporte también se ve reflejado en la disminución del impacto ambiental mediante la mejora de los empaques, por ejemplo. El nuevo empaque, los sacos que contienen el cemento de Lafarge, cuenta con el sello del Consejo de Administración Forestal (FSC por sus siglas en inglés) que certifica la sostenibilidad de la materia prima (papel) utilizada en los sacos.

Esquema 6
Implementación del ODM3 y sus primeros resultados



Fuente: Elaboración propia

Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relación con otros Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)

Lafarge también trabaja en relación con otros ODM como el objetivo 7, a través de varias iniciativas, como:

- La reducción de emisiones de CO2 y polvo y,
- La sustitución del uso de combustibles de fuentes fósiles por combustibles alterantivos (ej: biomasa)
- El mejoramiento del manejo de agua en los procesos industriales y la protección de fuentes de agua conjuntamente con las comunidades aledañas, por ejemplo mediante los sistemas de captación, almacenamiento y conducción de agua para el consumo humano en las comunidades de Quinde La Libertad y Río Blanco.

Este último proyecto se inició en el 2009 y se amplió a la comunidad de Tangali en el año 2011. Por otro lado, en alianza con la Unión de Comunidades Indígenas Kichwas Otavalo y Campesinas de Quichinche (UCINQUI), se implementa desde hace 10 años un programa de Forestación y Reforestación con plantas nativas en 23 comunidades de la Parroquia de Quichinche. Finalmente Lafarge realiza un programa de rehabilitación de todas sus canteras cuando éstas entran en su fase de cierre. Para ello se usan plantas nativas de la zona.

Su relación con el ODM8 se da a través de alianzas con ONG's, como CARE Ecuador, quienes coordinan las actividades con el GAD Municipio de Otavalo según las prioridades definidas por el estado=

Monitoreo, transparencias, obstáculos y soluciones.

Monitoreo y evaluación

- En relación a los programas relacionados con el ODM3 Lafarge cuenta con indicadores de gestión como el contar con un 35% de mujeres en niveles de toma de decisiones al 2020.

Transparencia y rendición de cuentas

- Lafarge hace público un informe anual sobre responsabilidad corporativa en el que se incluyen resultados relacionados con su gestión económica a nivel mundial. Asimismo, el informe transparenta los niveles alcanzados en las diferentes áreas.

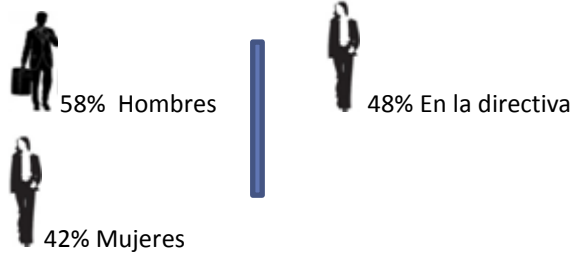
Obstáculos y modos de superarlos

- El obstáculo más evidente es el proceso de cambio de cultura que requiere incorporar a mujeres a puestos industriales en la empresa.
- Para solucionarlo Lafarge ha trabajado en la sensibilización para lograr una correcta comprensión de la importancia de la equidad de género.
- Se ha enfatizado en el hecho de que las sociedades son dinámicas, así como los mercados y los clientes y que la empresa debe adaptarse a esos cambios para mantenerse competitiva.

YANBAL ECUADOR

Información General

- SECTOR: Comercial
- TIPO EMPRESA: Privada internacional.
- UBICACIÓN: Quito Oficinas y Cadena Producción, presencia comercial en 10 provincias.
- Nº EMPLEADOS: 688



Responsabilidad Social Empresarial

- AÑOS DE EXPERIENCIA: 35 años
- ÁMBITO: Ambiental, género, seguridad y salud.
- DEPARTAMENTO RSE PROPIO: Sí.
- El giro de negocio de la empresa ha estado siempre orientado a ofrecer una oportunidad de desarrollo personal, profesional y económico de mujeres ecuatorianas desde el inicio, a través de la venta directa de cosméticos Yanbal.



Antecedentes

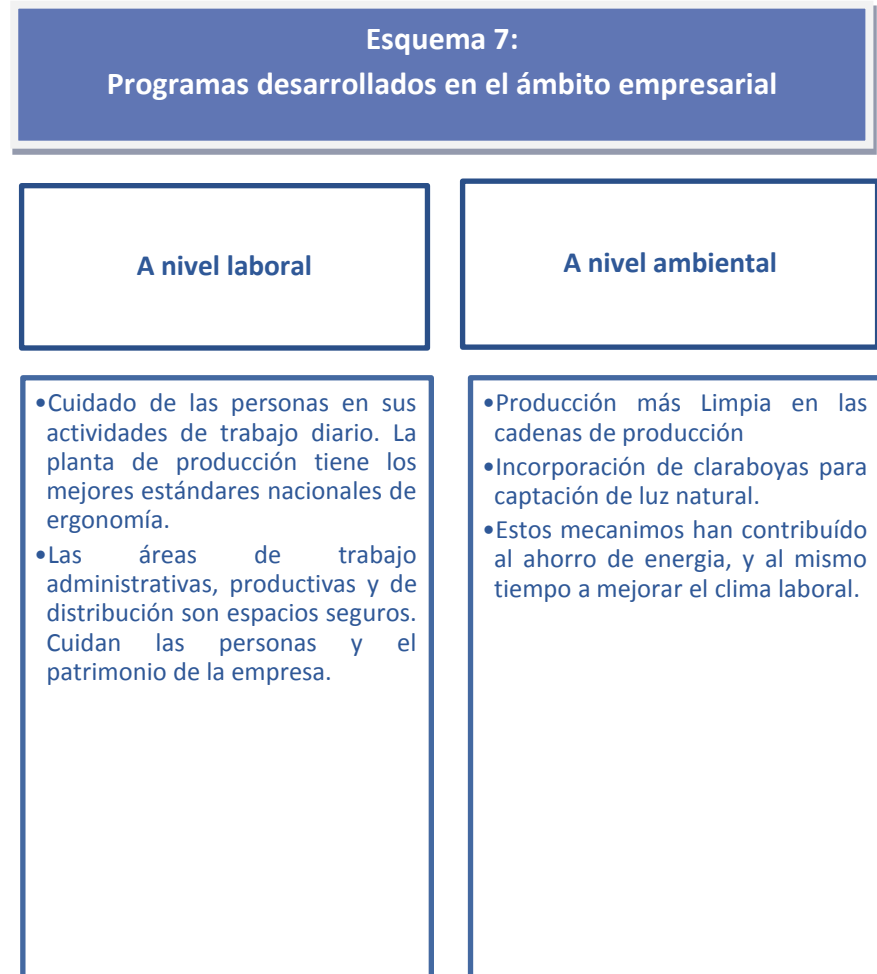
Yanbal opera en el Ecuador desde 1967 su presencia es de carácter comercial, cuenta con una planta de producción donde se elaboran fragancias y desodorantes que está ubicada al norte de Quito.

La responsabilidad social es visibilizada como parte del giro del negocio desde 2011, se la identifica como una gestión transversal en las actividades de la empresa. Se gestiona conjugando estándares internacionales de Responsabilidad Corporativa, con políticas internas y el Sistema Integrado de Gestión del área de producción y distribución de la empresa

La empresa realizó el levantamiento de una línea de base sobre responsabilidad corporativa, con la cual identificó la necesidad de institucionalizar la RSE a través de una Coordinación que se encargue de monitorear el cumplimiento de indicadores (RSE) en las distintas áreas de gestión.

Su ejercicio de responsabilidad social empresarial mantiene dos líneas que garantizan su éxito, por un lado, el cuidado puertas adentro, y por otro, el fuerte apoyo que brinda a consultores independientes en el área comercial.

A través de estas dos líneas, Yanbal asegura el diálogo, la corresponsabilidad y la calidad con el cumplimiento en temas de seguridad, salud y medio ambiente.



**Esquema 8:
Programas desarrollados en el ámbito comunitario**

Emprendimiento	Medio Ambiente	No violencia contra las mujeres
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa ofrece oportunidades de capacitación en el manejo de negocio. Posibilita así la independencia económica, el crecimiento personal, y la administración de su tiempo personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución del gramaje de las cajas de pedidos. • Eliminación de los cojines de aire. • Paso a fundas biodegradables. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación a mujeres en la venta directa, manejo de redes, y seguridad personal • Apoyo al proyecto de "Cartas de Mujeres" por el día internacional de la no violencia contra la mujer, el cual fue auspiciado por el Municipio del DM Quito y ONU Mujeres región Andina, en 2011.

Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relación con el Objetivo de Desarrollo del Milenio 3 (ODM)

Yanbal es miembro activo de CERES y de la Red Pacto Global, que permite articular sus actividades de RSE a los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

En relación con el ODM 3 que promueve la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer, a través de su negocio, Yanbal contribuye al bienestar, superación y desarrollo personal y profesional de cerca de 90.000 mujeres.

La autonomía y la igualdad de la mujer es impulsada por la empresa desde a través de la independencia económica y el liderazgo; Yanbal ofrece estas posibilidades a quien decide adherirse de su fuerza de ventas constituida por directoras de redes y consultoras.

El aumento en los ingresos por parte de las mujeres se basa en la constitución sostenible de redes de tres niveles (la “madre” (directora) gana de sus “hijas” o de sus “nietas” (consultoras). De la misma forma la administración del tiempo de las mujeres es otra forma de ganancia, ya que pueden organizarse en función de las ventas, su tiempo personal, el cuidado familiar y el tiempo de ocio.

El crecimiento profesional de las mujeres en Yanbal es dinámico y está ligado directamente con la capacitación y el volumen de ventas, y el manejo de la red. Pasar de consultora 1 a 4, y después a ser directora está acompañado de una serie de beneficios, entre descuentos

y premios económicos importantes, asesoramiento y seguimiento permanente por parte de la empresa.

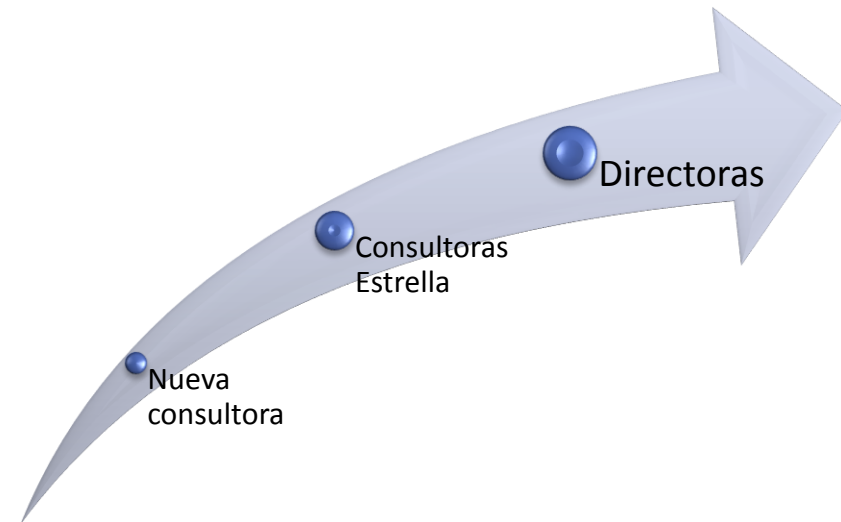
Uno de los aspectos clave es la articulación entre belleza y desarrollo profesional, pues, el crecimiento económico y profesional está acompañado por el fortalecimiento de su actitud y seguridad emocional, esto provoca cambios significativos en la vida de las mujeres que forman parte de la “Familia Yanbal”.

“Prosperity” es un programa dirigido a descendientes biológicos que heredan el negocio cuando la gestora de la red decide retirarse, este garantiza la permanencia del ingreso económico para la familia, además de transferir experiencias y conocimientos en temas como: liderazgo, negocios, tributación, y de generación de emprendimientos.

Otro de los proyectos relacionados con el ODM 3 es “Fusión K-ADN-A”, el cual rompió la designación de roles en la distribución de las actividades de trabajo que tradicionalmente están establecidas tanto para hombres como para mujeres, el proyecto promueve la rotación del personal a lo largo de la cadena de abastecimiento: producción, almacenes, calidad y distribución.

Esquema 9

Dinámica de crecimiento profesional ver cambios en el esquema



Fuente: Elaboración propia

Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relación con otros Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)

Yanbal mantiene relación con otros ODM como el objetivo 7, a través de la gestión de mejoras en la planta de producción, las cuales se sustentan en la producción de carácter limpio, lo que implica el ahorro de energía eléctrica, combustible, y agua potable. De la misma forma se procura disminuir el volumen de aguas residuales con sistemas de purificación que devuelven el agua a la red de agua potable en condiciones óptimas.

Con el ODM 8, Yanbal se ha asociado con instituciones tanto públicas como para la promoción de la campaña de *NO Violencia Contra las Mujeres*.

A través de la colocación de buzones en sus 11 Opportunity Center (Centros de formación de las consultoras y directoras ubicados en 10 ciudades) se motivó a su fuerza de ventas a que escriba y contribuya con la política pública por la erradicación de la violencia de género.

Monitoreo, transparencias, obstáculos y soluciones.

Monitoreo y evaluación

- Yanbal acoge los indicadores del Global Reporting Initiative (GRI) que permiten constatar la gestión ambiental en la empresa.
- Yanbal levanta indicadores de comercialización y de desarrollo en base a la información del INEC, para conocer a qué grupos y con qué características, aporta la venta de cosméticos.
- Otros indicadores con los que se cuenta la empresa tienen relación con los clientes internos, gobierno corporativo, desempeño económico, gestión ambiental, prácticas laborales y ética en el trabajo.

Transparencia y rendición de cuentas

- Informes bianuales, en los cuales se observan los ejercicios económicos, los lineamientos internos de Yanbal, los indicadores del Sistema de Gestión de la empresa, GRI, AA 1000.

Obstáculos y modos de superarlos

- El mayor obstáculo ha recaído sobre la responsabilidad ambiental, ésta ha significado una oportunidad para Yanbal, pues ha decidido fortalecer su gestión en la temática.
- Una de las primeras formas ha sido la obtención de cajas de menor gramaje para entregar pedidos.

ODM 7: GARANTIZAR LA SOSTENIBILIDAD DEL MEDIO AMBIENTE

METAS
7A: Incorporar los principios del desarrollo sustentable en las políticas y los programas nacionales e invertir la pérdida de recursos naturales.
7B: Reducir la pérdida de biodiversidad, alcanzando para el año 2010 una reducción significativa de la tasa de pérdida
7C: Reducir a la mitad para el año 2015 el porcentaje de personas sin acceso sostenible a agua potable y servicios básicos de saneamiento.
7D: Haber mejorado considerablemente para el 2020 la vida de por lo menos 100 millones de habitantes de barrios marginales.



¿CÓMO PUEDE EL SECTOR EMPRESARIAL CONTRIBUIR AL CUMPLIMIENTO DE ESTAS METAS?

EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL

Medidas de eco-eficiencia y mitigación del cambio climático:

- Invertir en procesos eco-eficientes, limpios y de prevención de la polución, en programas de análisis del ciclo de vida del producto y en innovación y servicios para que sean respetuosos con el medio ambiente.
- Reducir las emisiones de CO2 en los procesos de producción y a través de toda la cadena de valor.

Medidas de gestión ambiental:

- Establecer mecanismos de tratamiento de gestión de residuos y reciclaje.
- Aprovechar las aguas residuales para otros usos como el riego.
- Implementar evaluaciones periódicas de impacto y riesgo ambiental.

EN EL ÁMBITO COMUNITARIO

Biodiversidad y ecosistemas

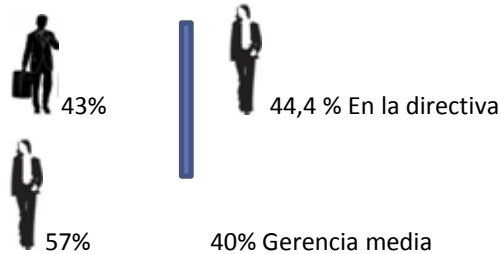
- Desarrollar programas de conservación de los ecosistemas en el entorno donde opera la empresa.

- Compensar sus emisiones de CO2 con forestación.
- Realizar campañas y programas de educación ambiental.
- Contribuir con mejoras en las condiciones de vida de los barrios marginales.
- Invertir en infraestructura básica como agua potable y saneamiento, desarrollar tecnologías renovables y comercialmente viables para comunidades marginales.

PFIZER

Información General

- SECTOR: Farmacéutico
- TIPO EMPRESA: Privada internacional.
- UBICACIÓN: Gerencia General en Quito y también tiene oficinas en Guayaquil, y Cuenca.
- Nº EMPLEADOS: 178



Responsabilidad Social Empresarial

- AÑOS DE EXPERIENCIA: 8 años
- ÁMBITO: Medio ambiente, Trabajo, género, salud, desarrollo local.
- DEPARTAMENTO RSC PROPIO: Sí.
- Primera empresa farmacéutica del Ecuador en medir la huella de carbono e implementar un proceso de compensación.

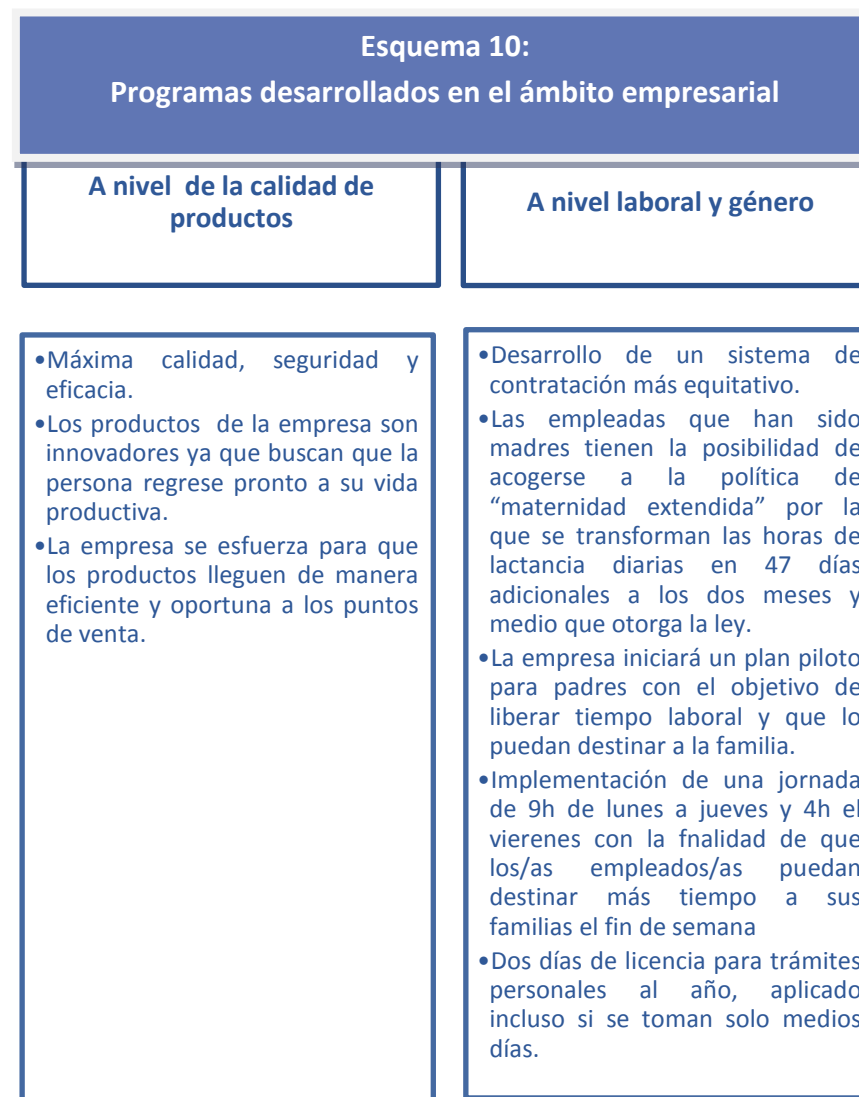
La empresa asume la RSE como una estrategia transversal a su gestión; de hecho, considera que su estrategia de negocios gira en torno a la RSE ya que ésta contribuye a su sostenibilidad. Al respecto la empresa contempla tres dimensiones, la social, la económica y la ambiental.

Al aplicar este concepto de sostenibilidad la empresa entiende que la dimensión económica es una condición necesaria para poder avanzar en las otras dos. No obstante, si no se abordan estas últimas tampoco se puede alcanzar la sostenibilidad empresarial.

En resumen, la empresa entiende que la sostenibilidad empresarial no es una meta aislada del contexto. Por ello, realiza acciones que aportan al bienestar de la comunidad en donde se ubica.

La empresa hace RSE aún antes que definiera las líneas de acciones específicas ya que el núcleo de la operación es la salud y en este aspecto siempre se ha asumido de manera responsable.

En este sentido, se puede decir que la empresa realiza acciones de RSE desde 1972, no obstante, desde el 2005 se asume como una política empresarial específica. En ese mismo año, se empezó a articular la RSE con los ODM y la empresa se vinculó entonces al Pacto Global. Actualmente, la RSE está institucionalizada a través de la Dirección de Asuntos Públicos y Comunicaciones.



**Esquema 11:
Programas desarrollados en el ámbito comunitario**

Programa de prevención

- Acciones comunicacionales destinadas a prevenir enfermedades a través de espacios de radio en los que se entrevista a médicos que sugieren cómo las personas pueden mejorar su salud y adoptar un estilo de vida más saludable.

Programa de nutrición

- Programas educacionales dirigidos a niños/as, y padres de familia de comunidades rurales y urbanas marginales en temas de nutrición.
- Programas de desparasitación gratuita .
- En el 2012 la empresa implementó estas iniciativas en las provincias de Esmeraldas, Guayas, Azuay y Pichincha.

Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relación con el Objetivo de Desarrollo del Milenio 7(ODM)

Desde el 2011 Pfizer viene implementando la iniciativa “Pfizer Carbono Cero”, la cual surge de un comité institucional que estudiaba nuevas líneas de trabajo en el campo de la sostenibilidad.

Para su implementación PFIZER estableció una alianza con la Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ), con el apoyo de Conservación Internacional, el Ministerio del Ambiente (MAE) a través de su programa Socio Bosque y la empresa Carbon Masters.

Éste programa consiste en tres componentes: la medición de la huella de carbono, su reducción y la compensación.

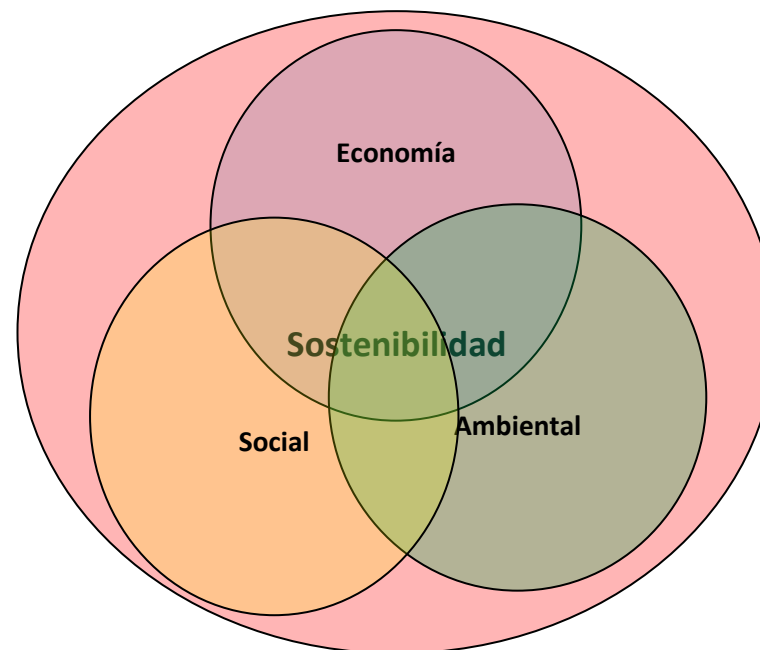
Para la **medición** el primer paso que se realizó fue la búsqueda de empresas que pudiesen realizar la medición de la huella de carbono. Aunque no es un cálculo muy complejo sí requiere experticia en el manejo metodológico. Finalmente y tras un proceso de investigación, se contrató a la empresa Carbon Masters. Posteriormente se procedió al cálculo de la huella, para lo cual, se precisaron datos sobre los consumos de la empresa en relación al agua, a la energía eléctrica, al uso de combustible fósiles, entre otros. Una vez se tuvieron estos datos, se aplicaron las fórmulas con el rigor adecuado para trasladarlos resultados en términos de generación de carbono. Una vez convertido todos estos consumos en una cantidad absoluta de carbono, en función de la matriz energética del país.

En lo referente a la **reducción** la meta es disminuir progresivamente la huella de carbono en términos individuales, es decir, calculada en función de las unidades vendidas. Asimismo, se busca que el crecimiento de la empresa sea eficiente en términos de consumo de recursos. El proyecto se inició en el año 2011, la primera medición se realizó en el 2012 y se estima realizar un nuevo cálculo para comprobar si la huella de carbono se ha reducido con la implementación de las medidas para mejorar la eficiencia en el consumo energético y otros recursos. Incluso Pfizer evaluó la posibilidad de instalar una turbina eólica para generar energía limpia para compensar la energía que su operación demanda. Sin embargo, esta inversión es muy elevada y no se justifica para el tamaño de la compañía en el país.

En cuanto a la **compensación** la empresa ha optado por aportar económicamente al programa Socio Bosque impulsado por el Ministerio del Ambiente, el cual apoya a los dueños de bosques para que estos los preserven a cambio de incentivos económicos. El Programa Socio Bosque ha determinado las toneladas de carbono por hectárea y año que captura un bosque “tipo” en el Ecuador, y a partir de este dato se estima el número de hectáreas de bosque necesarias para capturar la generación de carbono de Pfizer en Ecuador. Finalmente, se calcula el costo económico de conservar ese equivalente de bosque dentro del programa Socio Bosque y se procede a aportar con recursos financieros.

Actualmente la empresa contribuye a conservar más de 330 hectáreas de bosque en la zona de Esmeraldas. Y a su vez, también se está beneficiando a las comunidades que son propietarias de ese bosque.

Esquema 12
Estrategia de negocios basada en la RSE



Fuente: Elaboración propia

Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relación con otros Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)

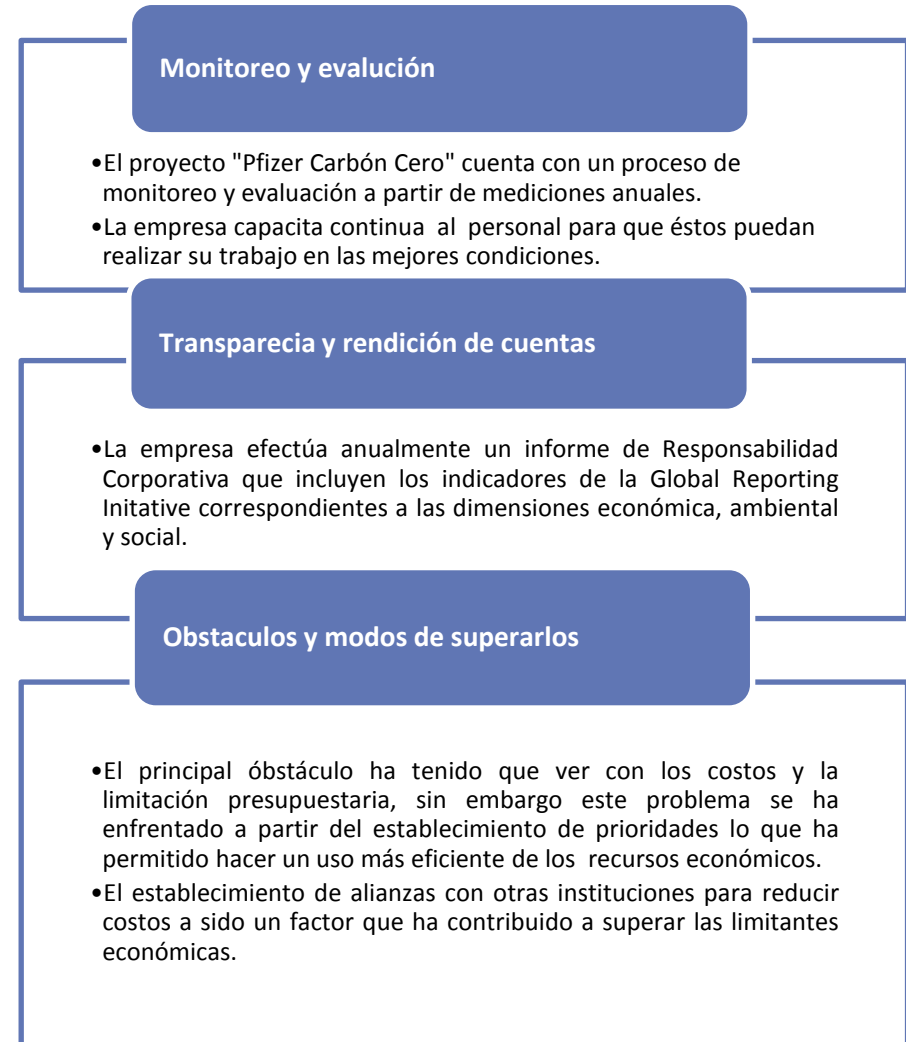
En relación al ODM 8 cabe señalar que todos los programas y proyectos que realiza Pfizer se dan en alianza con organizaciones nacionales e internacionales, desarrollando además siempre un vínculo

entre el sector privado y público, por ejemplo con el Ministerio de Salud, Ministerio de Educación, el Ministerio del Ambiente.

Respecto al ODM 7 adicional al caso antes expuesto cabe destacar que se han implementado diversos proyectos como: el proyecto Green Building o edificio ecológico que busca reducir los consumos de recursos naturales en sus oficinas y avanzar en el uso de energías renovables, para lo cual se instalaron paneles solares y claraboyas además de otras medidas encaminadas a reducir el consumo de energía eléctrica. Con la modificación que se hace del horario laboral Pfizer se contribuye, también, con la reducción del consumo eléctrico. Se estableció una jornada de 9 horas de lunes a jueves, y el día viernes solo 4 horas lo que permite aumentar el periodo de tiempo sin encender las luces. Asimismo esta medida tuvo como resultado la mejora en la productividad y ambiente laboral. También se implementó un programa de reciclaje y se adoptaron medidas de ahorro de agua.

Con el ODM 3 Pfizer impulsa las contrataciones con enfoque de equidad de género, de igual forma, brinda a sus colaboradoras la posibilidad de acogerse a la “maternidad extendida”, iniciativa que transforma sus días de lactancia diaria, en 47 días adicionales a los dos meses y medio que otorga la ley y al trabajo desde su casa, con la iniciativa denominada “Working Mom a la carte”

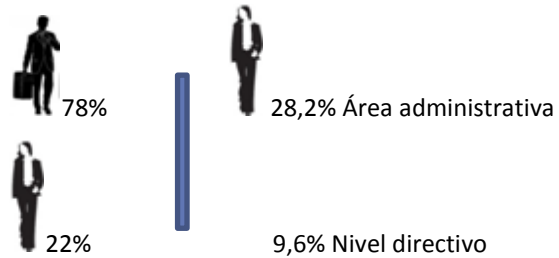
Monitoreo, transparencias, obstáculos y soluciones



ETAPA EP

Información General

- SECTOR: Servicios
- TIPO EMPRESA: Pública Nacional.
- UBICACIÓN: Cuenca.
- Nº EMPLEADOS: 1356 (funcionarios/as)



Responsabilidad Social Empresarial

- AÑOS DE EXPERIENCIA: 44 años
- ÁMBITO: Ambiental, participación y desarrollo local, salud.
- DEPARTAMENTO RSC PROPIO: Sí.
- ETAPA EP se ha convertido en aliado estratégico para que Cuenca fuera declarada como “Ciudad Saludable” por la Organización Panamericana de la Salud.
- La Empresa cuenta con la certificación ISO 9001/2008 en el proceso de potabilización de agua.



Antecedentes

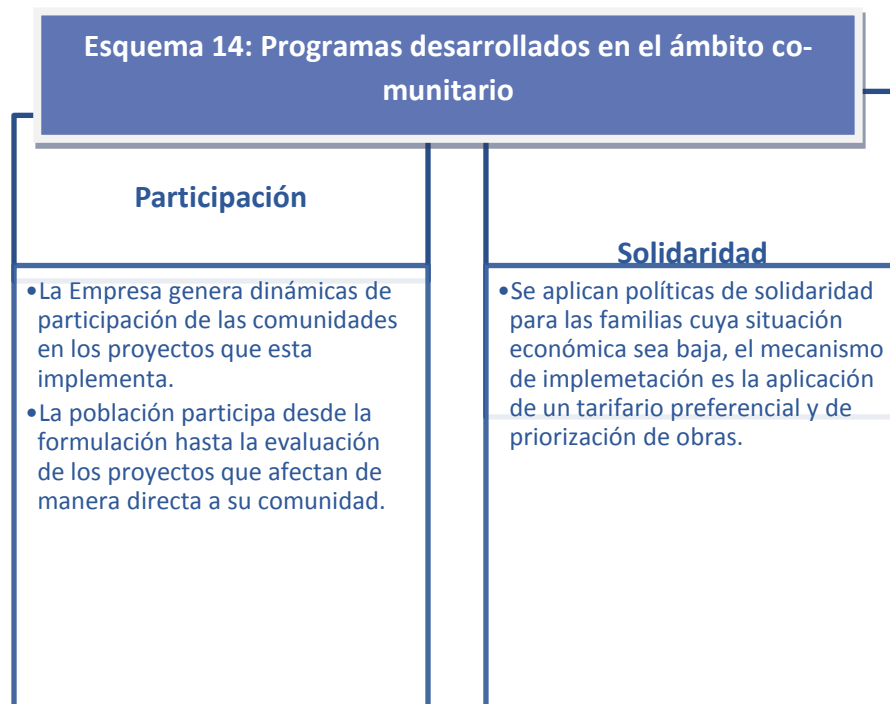
ETAPA EP se constituyó en 1968 en la ciudad de Cuenca, es una empresa pública de servicios, interviene en las áreas de Telecomunicaciones, Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento, su cobertura se extiende tanto hacia el sector rural como al urbano.

ETAPA EP, a través de sus programas, desarrolla acciones de RSE con todos los grupos de interés, tales como: los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) que actúan en el Cantón, los empleados y trabajadores, las comunidades, los clientes y los proveedores, además de otras instituciones gubernamentales y sus programas.

La responsabilidad social de ETAPA EP está ligada a su naturaleza de carácter público, tiene un departamento de Relaciones Comunitarias conformado por siete funcionarios y un grupo consultor, este equipo es el responsable del trabajo de campo y la solución de conflictos con las comunidades y los grupos encargados de proteger las fuentes hídricas.

La Empresa inicia su acercamiento con los Objetivos del Milenio al adherirse al Centro Ecuatoriano de Responsabilidad Social (CERES) y posteriormente a la Red Pacto Global. En este proceso cabe destacar el aporte institucional al cumplimiento de los Objetivos del Milenio a través de su labor de proveer a la población de agua potable y servicios básicos de saneamiento en zonas urbanas y rurales.





Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relación con el Objetivo de Desarrollo del Milenio 7(ODM)

ETAPA EP garantiza el manejo integral de los recursos hídricos, entendiendo a éste como un sistema, el cual tiene su inicio en la captación en la fuente natural, su potabilización, distribución, comercialización, recolección y tratamiento de las aguas residuales generadas por el uso de la ciudad, devolviéndola al cauce natural en condiciones aceptables; este manejo del recurso ha logrado posicionar a la empresa a nivel nacional.

En la actualidad la cobertura de agua potable en la zona urbana es del 97% y en la zona rural del 86%. Para el logro de estos resultados la Empresa trabaja simultáneamente en varios ámbitos:

- En la zona urbana de Cuenca y siete parroquias rurales cercanas, ETAPA EP hace la administración directa (operación y mantenimiento).
- En las Parroquias Rurales lejanas se establece un trabajo de cooperación con las Juntas Administradoras de Agua. En estos casos, ETAPA EP opera y hace el mantenimiento de las plantas de tratamiento de agua potable, mientras que las Juntas operan las redes de distribución.
- En los proyectos de ampliación de redes de agua potable y alcantarillado la Empresa busca establecer acuerdos con las comunidades. Estos acuerdos comprenden la intervención técnica, de recursos y de gestión, ETAPA EP 40%, Gobiernos Parroquiales 40% y los beneficiarios o socios del proyecto el 20%.

La protección de las fuentes de agua está cubierta por programas de cuidado de las mismas, cuyo pilar fundamental es la gestión sostenible del recurso en su origen, lo cual garantiza los servicios subsiguientes hacia sus áreas de influencia. Además contribuye con la recuperación de la calidad de las aguas de los ríos, sus márgenes y las quebradas existentes.

ETAPA EP asume la competencia del manejo descentralizado del del Parque Nacional Cajas desde el año 2002, a partir de esa fecha ha contribuido a la conservación de las fuentes, a disminuir los impactos de las actividades productivas, a potenciar los servicios am-

bientales de almacenamiento y regulación del agua, a la conservación de la biodiversidad, al mantenimiento del paisaje, a la conservación de suelos, al aporte a los ciclos básicos: agua, carbono, nutrientes. Además se propuso a la UNESCO la declaratoria de una reserva de Biosfera de la Región bio-geográfica del Macizo del Cajas, con el PNC como núcleo, lo cual fue aceptado por el organismo internacional durante el mes de mayo de 2013.

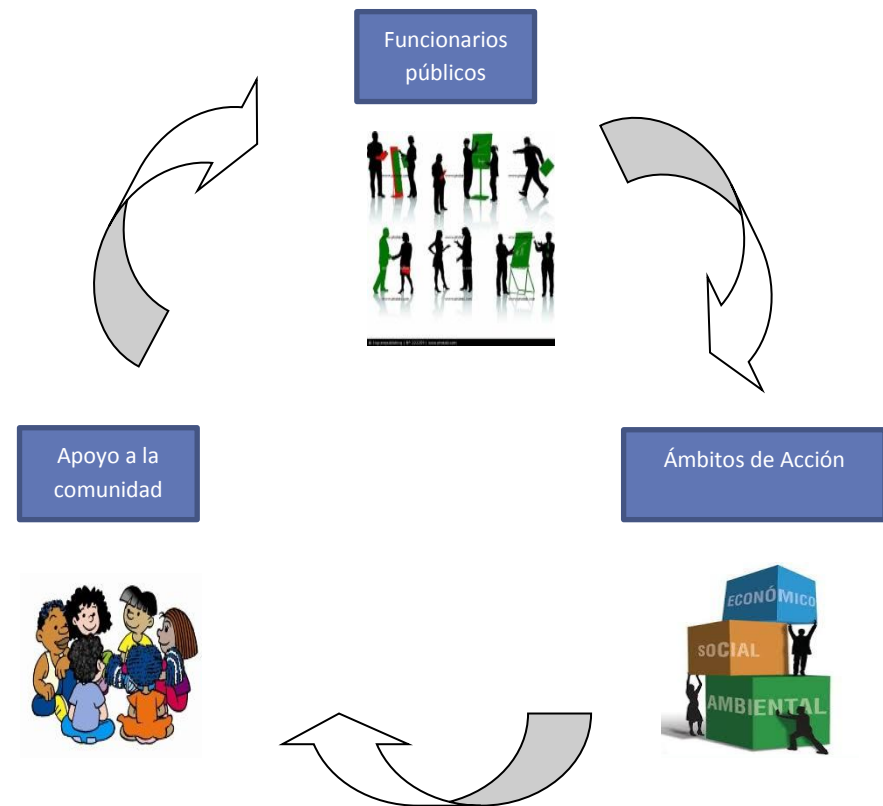
Otro programa para conservar las fuentes hídricas es el denominado “Áreas Protegidas Privadas” consiste en la adquisición y manejo de terrenos en el páramo, donde se inicia el cauce, aquí se realizan patrullajes y actividades productivas, que permiten controlar la contaminación y la intervención de la población por medio de los cultivos, el ganado, y actividades de distracción, tales como el motociclismo y el 4x4.

En las riberas de los ríos de Cuenca se cuenta con el programa de Manejo integrado de cuencas para la protección de fuentes de agua (MICPA) en el que ETAPA EP actúa como enlace entre el Ministerio de Ambiente (MAE), el programa Socio Bosque y las comunidades.

En el 2010 la Empresa conformó un cuerpo de bomberos forestales y capacitó a brigadas comunitarias para actuar de forma inmediata ante cualquier incendio que afecte las áreas protegidas. Adicionalmente, Se hacen campañas sistemáticas que contribuyen al ahorro del agua tanto a nivel urbano como rural.

Esquema 15

Responsabilidad Comunitaria



Fuente: Elaboración propia

Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relación con otros Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)

ETAPA EP trabaja en relación con el ODM 8 a través del establecimiento de alianzas estratégicas con instituciones como la Agencia Belga de Cooperación Internacional, la SENASCYT y la Universidad de Cuenca, con quienes desarrolla estudios de las comunidades biológicas existente en las lagunas del Cantón Cuenca. También se han firmado convenios con universidades para realizar estudios sobre los recursos bióticos del Parque Nacional Cajas, en los que se observa que aproximadamente el 60% de las especies son endémicas y que muchas de ellas están en peligro de extinción.

Respecto al ODM 3, la incorporación de las mujeres no ha sido muy dinámica, debido entre otros aspectos a las características de las actividades desarrolladas por la Empresa, por ejemplo el mantenimiento de las alcantarillas tradicionalmente ejecutado por los hombres, actividad calificada además de alto riesgo, lo cual ha generado una cultura que designa roles de acuerdo al riesgo de cada una de las actividades. Esto ha repercutido tanto en la selección para el cargo como en la capacitación técnica que desvincula a las mujeres en este tipo de trabajo.

A pesar de esto la Empresa ha iniciado un proceso de contratación de mujeres para todos los niveles. Uno de los casos emblemáticos en este punto, es la designación de una Coordinadora que dirigen la labor de una de la cuadrillas de trabajo de campo, la cual está constituida por hombres.

Monitoreo, transparencias, obstáculos y soluciones

Monitoreo y evaluación

- Se basa en los indicadores del GRI para monitorear aspectos ambientales, como el número de propietarios que se encuentran en el MICPA.
- Con respecto a los indicadores de gestión del agua potable se mide las conexiones afectadas por cortes de servicio, el total de reclamos por el total de las cuentas de agua potable.
- La Empresa tiene Planes Maestros a largo plazo.

Transparencia y rendición de cuentas

- La Empresa cumple con todas las disposiciones de la ley de Transparencia.
- Cada año ETAPA EP difunde el informe de resultados a través de la radio, la prensa y publicaciones propias.
- La Contraloría General del Estado realiza auditorías internas a la empresa.

Obstáculos y modos de superarlos

- Uno de los principales obstáculos que tiene la Empresa es la capacidad de cubrir las crecientes necesidades del territorio debido a la dispersión de los asentamientos.
- La Empresa trata de superar este inconveniente trabajando conjuntamente con el Municipio para planificar adecuadamente el crecimiento poblacional y la infraestructura necesaria para el abastecimiento de servicios, además brindando alternativas para la accesibilidad a los mismos.
- La Empresa desarrolla actividades de capacitación en temas ambientales y de planificación con las comunidades.

ODM 8: FOMENTAR UNA ASOCIACIÓN MUNDIAL PARA EL DESARROLLO

METAS

8.1 AOD (Asistencia oficial para el desarrollo) neta, en total y para los países menos adelantados, como porcentaje del ingreso nacional bruto de los países donantes del Comité de Asistencia para el Desarrollo de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (CAD/OCDE)

8.2 Proporción del total de AOD bilateral y por sectores que los donantes del CAD/OCDE destinan a servicios sociales básicos (enseñanza básica, atención primaria de la salud, nutrición, agua potable y saneamiento) (...)

(...) 8.15 Abonados a teléfonos celulares por cada 100 habitantes

8.16 Usuarios de Internet por cada 100 habitantes



El principio básico de una alianza es identificar puntos en común entre los sectores privados y públicos así como combinar las destrezas y experiencias del sector privado con la legitimidad y conocimiento del sector público en temas de desarrollo.

Los Socios, sociedades, alianzas, aliados se centran en aquellas áreas donde el sector privado y las instituciones públicas pueden obtener relaciones *ganar - ganar* como por ejemplo reducción de la pobreza, educación, salud y desarrollo comunitario.

Las Alianzas permiten superar retos que suelen ser demasiado difíciles o complejos para que una organización o sector pueda resolverlos de manera independiente. En este sentido la colaboración puede permitir a las empresas y organizaciones conseguir sus objetivos individuales a través de combinar y capitalizar las capacidades y fortalezas de cada parte.

En los últimos años, las alianzas de sector privado con las NN.UU se han incrementado. Estas colaboraciones han permitido a las empresas beneficiarse de la credibilidad, experiencia de las NN.UU así como de su apoyo intergubernamental y del alcance global de sus diferentes agencias especializadas y programas (Hoxtell, Preysing, and Streets, 2010).

DINERS CLUB

Información General

- SECTOR: Servicios Financieros.
- TIPO EMPRESA: Privada nacional.
- UBICACIÓN: La matriz está en Quito. Cuenta con 34.000 establecimientos a lo largo del Ecuador.
- Nº EMPLEADOS: 1.296



54% hombre



33% En la directiva



46% mujeres



Responsabilidad Social Empresarial

- AÑOS DE EXPERIENCIA: 12 años.
- ÁMBITO: Educación, difusión de la cultura, Turismo inclusivo
- DEPARTAMENTO RSC PROPIO: Sí.
- Primera empresa en Ecuador vinculada con el cumplimiento de los ODM. (fuente)



En el año 2001 Diners Club estableció una alianza con el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) con el objetivo de apoyar al fortalecimiento del sistema educativo en las escuelas unidocentes del país. Inicialmente el acercamiento con UNICEF tuvo más bien un carácter de inversión social privada limitándose a una aportación de tipo financiera al proyecto. Por su parte, UNICEF gestionaba el proyecto independientemente.

Sin embargo, esta primera experiencia condujo en el año 2006 a que la empresa institucionalice la RSE como una estrategia empresarial. La primera acción que se realizó fue la de conformar un área de RSE integrada por dos profesionales y liderada por una mujer.

A continuación se hizo un estudio para identificar los grupos de interés, tanto internos (trabajadores y sus familias, y accionistas) como externos (comunidad, proveedores, Estado, ONG, y organizaciones internacionales). Éste consistió básicamente en el levantamiento de un mapeo de actores y un censo de los mismos, que permitió tener una caracterización más completa de los mismos y definir líneas de acción para cada uno de los grupos..

**Esquema 16:
Programas desarrollados en el ámbito empresarial**

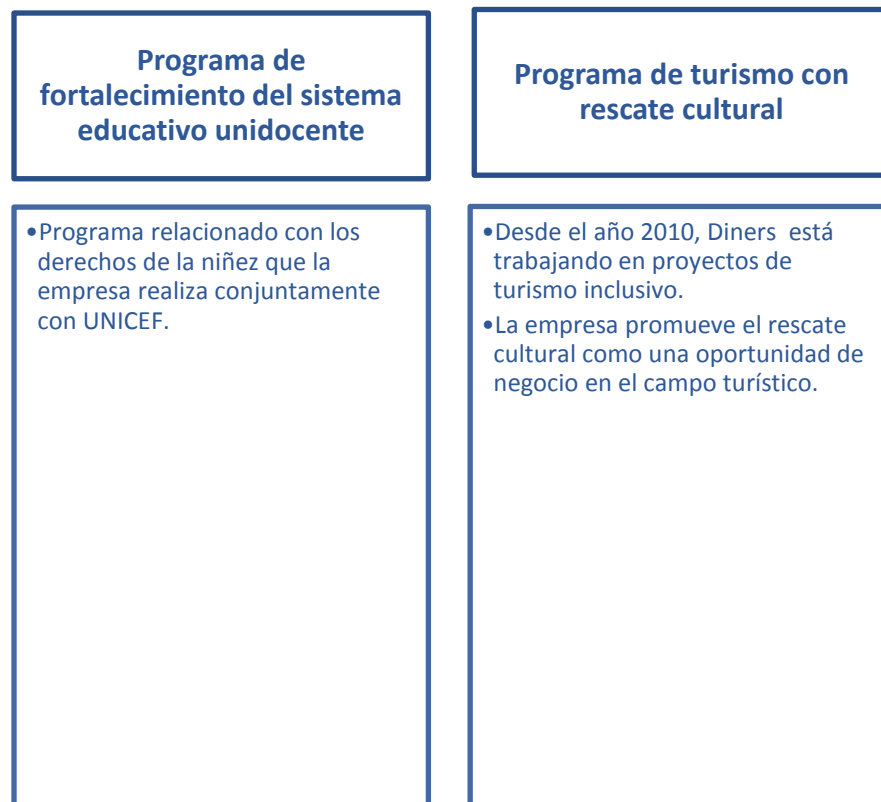
A nivel laboral

- En relación con los colaboradores, la empresa ha trabajado en el mejoramiento de la calidad de vida y clima laboral.
- Diners ha establecido un código ético que cuenta con directrices para su relación con cada grupo de interés

A nivel ambiental

- En el año 2009 la empresa realizó un estudio sobre impacto ambiental
- A partir de éste, se implementó un plan de disminución de dicha huella.
- Diner ha hecho énfasis en el uso eficiente de los recursos naturales como agua y luz.
- Un ejemplo concreto es la construcción del edificio con criterios ecológicos: se cuenta con un sistema integral de gestión de residuos, por otro lado cada luminaria tiene un detector de luz que regula su luminosidad de acuerdo a la luz natural y ahorra energía eléctrica; el sistema de calefacción es centralizado; y existe un sistema de regulación del agua.

**Esquema 17:
Programas desarrollados en el ámbito de la comunidad**



Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relación con el Objetivo de Desarrollo del Milenio 8(ODM)

En el año 2010, la empresa participó en un diagnóstico realizado por la oficina regional de NN.UU con el objetivo de conocer su aporte al cumplimiento de los objetivo de Desarrollo del Milenio (ODM). En el marco de este estudio, se evaluó el programa sobre educación y niñez realizado conjuntamente con UNICEF, el cual obtuvo el segundo lugar a nivel de América Latina.

Asimismo, se explicitó cómo ese mismo programa se relacionaba con el cumplimiento tanto del objetivo 2 –lograr la enseñanza primaria universal- como del objetivo 8 –fomentar alianzas para el desarrollo- en relación a los ODM.

Respecto a este último, la empresa considera fundamental establecer alianzas con organismos internacionales, entidades del Estado, y sociedad civil para asegurar la sostenibilidad en el tiempo de los programas y proyectos. Además busca que los programas de RSE se alineen con las políticas públicas existentes en cada ámbito y de este modo crear sinergias en el trabajo.

El Programa se denomina “Fortalecimiento del sistema educativo unidocente” y tuvo inicialmente por objetivo asegurar la inclusión y permanencia de niños/as y adolescentes en el sistema escolar. Una vez alcanzada esta meta, se focalizó en el mejoramiento de la calidad de la educación.

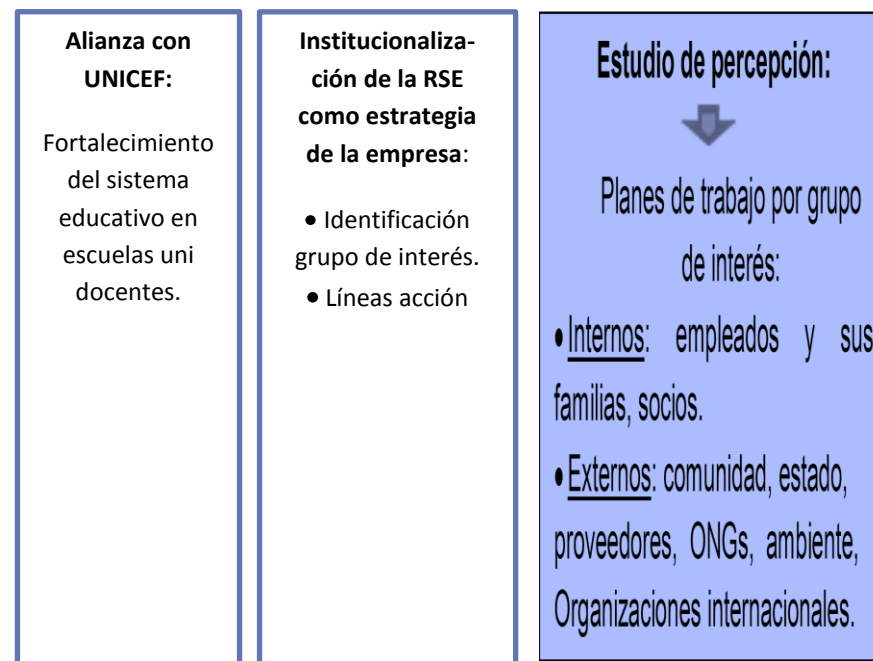
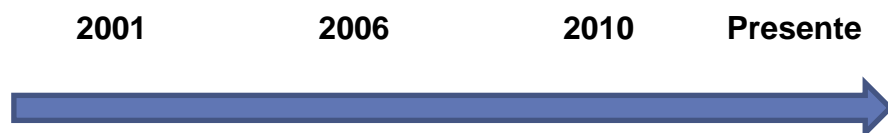
Para la implementación de este programa Diners ha establecido a serie de alianzas, a través de convenios con instituciones como: UNICEF, Los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) y la Sociedad Civil. De este modo, a partir de los lineamientos establecidos por el Ministerio de Educación, se identificaron diversas localidades prioritarias, donde UNICEF se encargó de realizar los contactos con los actores locales, tanto estatales como de la sociedad civil. El programa se ejecuta en las provincias de Esmeraldas, Cañar, Sucumbíos, y en las zonas rurales de Pichincha y Guayas.

En cada zona, se definieron de forma participativa con las instituciones aliadas los diferentes componentes y fases del programa. Se realizaron una serie de acciones en función de tres grandes grupos sociales: los/as profesores/as, los niños/as y adolescentes, y los padres y madres de familia. Entre sus principales resultados se tienen los siguientes:

- 60.830 alumnos/beneficiados,
- 1.600 docentes rurales profesionalizados,
- 519 escuelas uni-docentes

Esquema 18

Línea de tiempo: Fortalecimiento de la Educación y Niñez y su vinculación con el ODM8



Fuente: Elaboración propia

Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relación con otros Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)

El programa “Fortalecimiento del Sistema Educativo Unidocente” tiene un fuerte componente que lo relaciona también con el ODM2, sus resultados son alentadores en función de lograr la enseñanza primaria universal. Entre sus acciones destaca la capacitación a maestros/as sobre metodologías de enseñanza alternativas.

Diners conjuntamente con la Dirección de Educación del DMQ realizó un proyecto sobre el desarrollo de capacidades ciudadanas en niños/as y adolescentes, el cual consintió en 6 módulos con temáticas que incluían aspectos como la convivencia en el vecindario, la escuela, en los hogares, cuidado frente a riesgos naturales.

Desde el 2007, conjuntamente con otras empresas, el BID y el anterior INNFA Diners constituyó un fideicomiso para implementar un proyecto de educación en música clásica y creación de orquestas clásicas.

En relación al primer proyecto en Quito, se llegó a 500 colegios y 5.000 estudiantes de bachillerato, y al segundo proyecto se ha mejorado la calidad de vida de 1.252 alumnos de sectores marginales.

Monitoreo, transparencias, obstáculos y soluciones

Monitoreo y evaluación

- Consiste en la validación de los indicadores previamente establecidos por UNICEF. Éstos miden tanto la incidencia en la calidad educativa como el respeto de los derechos y equidad de los niños/as.

Transparencia y rendición de cuentas

- Diners cuenta con memorias anuales que se elaboran siguiendo los indicadores del Global Reporting Initiative –GRI–, que establece lineamientos estandarizados a nivel mundial para la elaboración de memorias de sostenibilidad para aquellas compañías que desean evaluar su desempeño económico, ambiental y social.
- la empresa es auditada una firma externa que es la que da fe de que todos los datos publicados son verídicos.

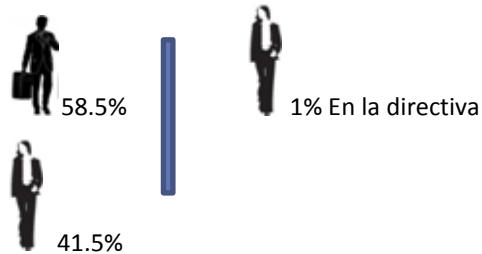
Obstáculos y modos de superarlos

- El rápido cambio de las competencias entre instituciones del Estado ha sido el principal obstáculo.
- Al inicio del programa los municipios tenían la competencia en educación. En ese momento, se detectó que algunos municipios asumieran los sueldos de los docentes. Sin embargo, rápidamente, esta competencia pasó a manos del ministerio de Educación, esto implicó que los maestros empicen a negociar su traslado a sitios más cercanos, lo que a su vez, conllevó a que las escuelas unidocentes se quedasen sin maestros, Diner Club y UNICEF optaron por capacitar a miembros de la propia comunidad para que participasen como docentes.

TELEFÓNICA MÓVILES ECUADOR

Información General

- SECTOR: Servicios
- TIPO EMPRESA: Privada internacional.
- UBICACIÓN: En Quito, dispone de 319 puntos de venta directa en todo el país, 150 call puntos de venta y 119 puntos ubicados en centros comerciales.
- Nº EMPLEADOS: 1328 (puestos de trabajo)



Responsabilidad Social Empresarial

- AÑOS DE EXPERIENCIA: 8 años
- ÁMBITO: Ambiental, erradicación del trabajo infantil, educación con calidad y acceso y uso de las TIC.
- DEPARTAMENTO RSC PROPIO: Sí.
- Telefónica tiene tres estrategias importantes: la gestión del riesgo, la gestión de la oportunidad y el diálogo, su implementación está respaldada por la alta dirección de la empresa.

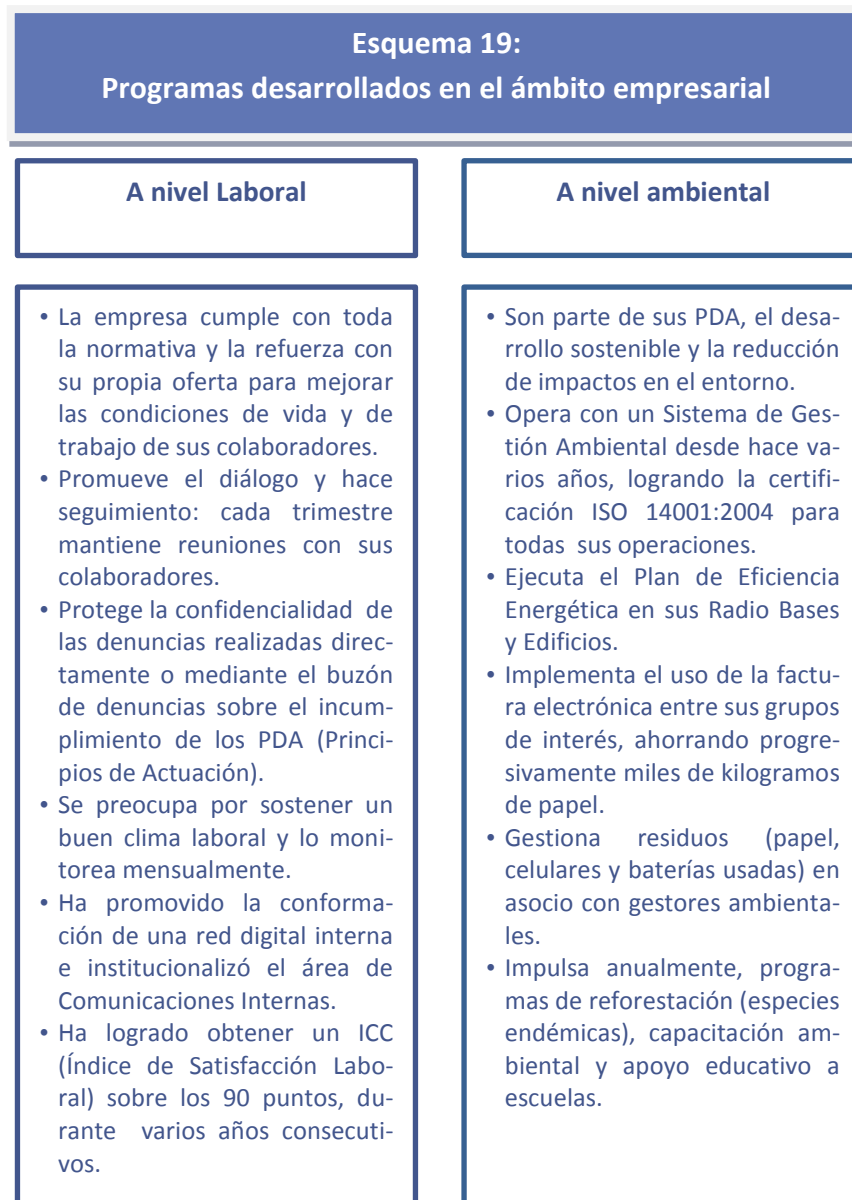
La empresa, más conocida como Movistar, es subsidiaria del grupo español Telefónica. Desde su ingreso al mercado ecuatoriano en el 2004 el crecimiento de Telefónica ha sido vertiginoso y hoy en día es una de las principales empresas proveedoras de servicios de telefonía celular e internet en el Ecuador. La responsabilidad social empresarial ha sido siempre una política del grupo y se aplica en todos los países donde opera.

El manejo de las operaciones se lo hace con criterios de sostenibilidad y responsabilidad hacia la comunidad promoviendo para ello la innovación y mejora continua de productos y servicios. La sostenibilidad se aplica al medio ambiente implementando soluciones tecnológicas que promueven la eco-eficiencia.

En el ámbito social, Telefónica ha sido pionera en la lucha por la erradicación del trabajo infantil, por la restitución de derechos y la disminución de la brecha digital. La alianza con instituciones privadas, organismos públicos, ONG nacionales e internacionales y organismos de la cooperación internacional como la OIT, ha sido un factor fundamental para abordar y superar las problemáticas sociales con las que está comprometida.

En este sentido, cabe desatacar que para concretar sus alianzas estratégicas en materia de Responsabilidad Social Empresarial, Telefónica hace un exhaustivo estudio de sus contrapartes. De esta manera segura que sus contrapartes cumplan con requisitos tales como: tener incorporados principios de rendición de cuentas y transparencia, de autorregulación de gobierno corporativo, respeto por la ley, por los

derechos humanos, ambientales, laborales, no estar involucradas en trabajo infantil, corrupción, etc.



Esquema 20: Procesos de Diálogo

- El diálogo es una estrategia vital, para la empresa. Por eso ha generado canales de comunicación específicos y de doble vía para cada grupo de interés: clientes, proveedores, colaboradores, directivos, accionistas, sociedad.
 - Son canales de participación y consulta abiertos que permiten interactuar y abordar aspectos ambientales, de seguridad, de salud ocupacional, de ética y transparencia, de calidad del servicio, de cumplimiento o no de los PDA, permiten detectar necesidades diversas.
 - Existen canales digitales tales como facebook, twitter, 'app' móvil y canales presenciales como las mesas de diálogo que son muy exitosas para interactuar con grupos pequeños.
- El diálogo ha sido fundamental para promover y sostener alianzas estratégicas tanto con instituciones públicas como el MINTEL, la SUPERTEL, SENATEL, la Agencia Postal, varios GAD, el Registro Civil, etc., como con organizaciones privadas: Dinero, Produbanco, entre otras.
 - El diálogo le ha permitido relacionarse con el sistema educativo para promover el acceso a la Internet segura entre niños, niñas y adolescentes, sobre todo de aquellos en situación de vulnerabilidad.
 - El diálogo es una estrategia que atraviesa todo el quehacer de la empresa y por ello la importancia que tiene el área de comunicación.

Programas de Sostenibilidad Corporativa y su relación con el Objetivo de Desarrollo del Milenio 8 (ODM)

Telefónica es una de las empresas que en 2008 fundó la Red Pacto Global Ecuador, actualmente es miembro activo del Directorio en representación del sector empresarial ecuatoriano.

Para contribuir al mejoramiento de la cobertura de la conectividad a Internet y telefonía celular y reducir la brecha digital (ODM 8), en el año de 2008 se atendieron en 15 provincias a 40.800 niños/as y adolescentes, se capacitó a 1700 docentes a través de 55 aulas tecnológicas de Fundación Telefónica ubicadas en 44 escuelas y colegios de zonas urbanas y urbano - marginales. Una de las aulas está ubicada en el Jardín Botánico de Quito y es la primera aula comunitaria creada en Ecuador.

A Telefónica le interesa además de disminuir la brecha digital y mejorar el acceso a las TIC, promover su acceso adecuado y responsable. En alianza con el MINTEL se realizó un estudio en 1900 unidades educativas del país para conocer el uso que niños/as y adolescentes (NNA) le daban a la TV, a los videojuegos, al internet y a los teléfonos celulares, obteniendo resultados interesantes que hoy son insumos para estos colegios, para los docentes, para la política pública y para la Fundación Telefónica; se investigó sobre qué información obtienen, qué les interesa. Gracias a este esfuerzo, ahora se sabe que el celular es multifuncional: el 87% lo utilizaba para escribir, el 74% para enviar/recibir mensajes, el 59% para escuchar música, el 44% para ver fotos y videos, el 55% para jugar, el 34% para tomar fotos y el 43% para grabar videos.

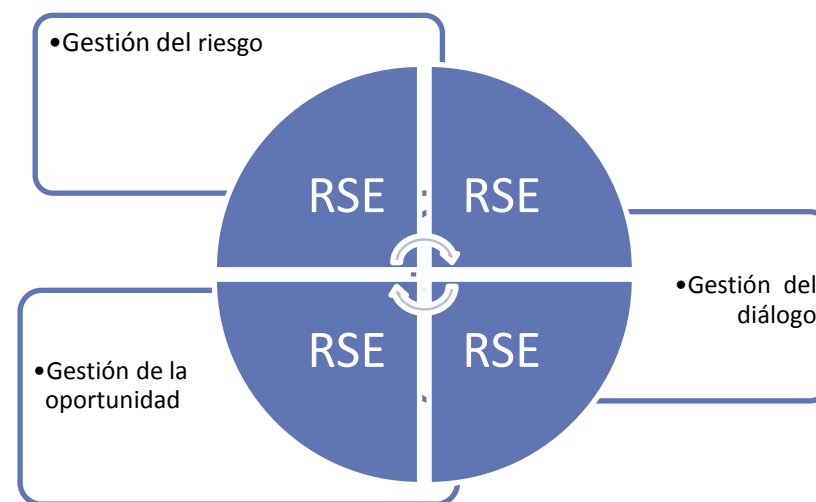
El programa PRONIÑO, que actualmente es desarrollado por la Fundación Telefónica, en los 14 años de labor en la prevención y erradicación del trabajo infantil en el Ecuador, logró vincular a 83.000 NNA y sus familias a la educación formal y no formal, en 17 provincias; pero para eso, Telefónica nunca trabajó sola, siempre trabajó en alianza con ONG y con organismos del Estado central y local; hoy, la Red PRONIÑO está constituida por 18 ONG y 260 centros de atención (infancia, familia y apoyo terapéutico) y así ha sido posible desplegar de forma extraordinaria todo lo que hace la Fundación Telefónica hoy en día. En el 2011 el número de NNA atendidos por PRONIÑO sumó 42.520, se extendió la cobertura a 186 jóvenes para garantizar la continuidad de sus estudios universitarios y una mejor calidad de vida, a ellos se suman 52 bachilleres becados para aprender diferentes oficios. PRONIÑO es replicado en varios países de Latinoamérica y ha sido la semilla para varios proyectos educativos, productivos, terapéuticos, con actores diversos: personas con discapacidad, mujeres, jóvenes, etc.

Es importante mencionar que luego de estos 8 años de trabajo en Ecuador, Telefónica participa en varios espacios asociativos como CERES, Cámara de Industrias y Producción de Pichincha y Guayas, Cámara de Comercio de Quito y Guayaquil, Cámara Ecuatoriana Americana, Cámara Oficial Española de Quito y Guayaquil, Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, COMPINA, Red Anti-trata, Red de la Niñez Callejizada, Red de Atacames y Manta, Mesa de Voluntariado, Mesa de Erradicación de Trabajo Infantil del Ministerio de Relaciones Laborales, y en todos ellos ha procurado proyectar su compromiso con la comunidad y el

ambiente. La clave de su éxito ha sido promover redes sostenibles, compartiendo la visión, los valores, formas de trabajar, aunque se trate de aliados de distinta naturaleza

Esquema 21

Estrategias de RSE



Fuente: Elaboración propia

Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relación con otros Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)

Gran parte de la gestión que realiza Telefónica en el país en el ámbito de la RSE está relacionada con el objetivo 7). En 2011, por ejem-

plo, se promovieron prácticas de eficiencia energética y reciclaje que lograron reciclar más de 74.000 celulares y accesorios a través de ánforas que se ubicaron en diferentes puntos. Se concretó un evento sobre la Huella de Carbono a fin de motivar a empresarios a medir y reducir dicha huella en sus unidades productivas. Todo ello lo desarrolló junto al MINTEL, a la SUPERTEL, SENATEL, a la Agencia Postal, al Registro Civil, a varios colegios, a Produbanco, Diners, a la Corporación para la Investigación Energética y a AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación).

La sinergia generada en las alianzas con el Estado ha sido clave, por ejemplo, hoy la prevención y erradicación del Trabajo Infantil es ya una Política Pública. Y en la comunidad, Telefónica ha logrado proyectarse como motor de progreso, superando la percepción inicial de potencial donante, su relación con la comunidad se basa en acuerdos sostenibles que contienen temas de desarrollo.

Telefónica actúa en el campo estratégico de las telecomunicaciones, y lo hace con principios ligados a los derechos humanos, al respeto al medio ambiente, a la honestidad y confianza, a la integridad, que es en suma una gestión inspirada en la ética y la transparencia, tiene procesos estandarizados a nivel mundial, que se adaptan a las necesidades y a las normativas locales

Monitoreo, transparencia, obstáculos y soluciones.

Monitoreo y evaluación

- Monitoreo de la condición histórica de los indicadores de sostenibilidad económica, social y ambiental. Por ejemplo el PIB nacional y el aporte de la empresa.
- Indicadores de estándares laborales, clima laboral y compromiso con la comunidad.
- Indicadores GRI para sus informes de sostenibilidad.
- Se fijan metas a corto, mediano y largo plazo; mecanismos de seguimiento como las mesas de trabajo, comités de gestión.
- Se mantienen activos todos los canales y estrategias de comunicación de doble vía con todos los grupos de interés.

Transparencia y rendición de cuentas

- Telefónica efectúa informes de responsabilidad Corporativa y ahora de Sostenibilidad, que incluyen su manejo económico.
- Auditorías internas por organismos independientes. transparentan los niveles alcanzados en las diferentes áreas.
- Auditorías in situ.

Obstáculos y modos de superarlos

- El trabajo en redes interinstitucionales conlleva una dificultad, la de *anteponer* los intereses particulares de algún miembro de la red. Para esto es necesario, primero, un proceso previo de evaluación de las empresas, segundo, afianzar siempre el interés superior que está relacionado con la calidad de vida, tercero, el principio de *ganar-ganar y sobre todo, lograr la legitimidad en la comunidad.*

Conclusiones

Este documento ha proporcionado seis ejemplos ilustrativos sobre cómo las empresas están contribuyendo a la consecución de los ODM.

Todos los casos muestran una transición desde prácticas aisladas y corto-placistas, lo que tradicionalmente se ha entendido como inversiones filantrópicas), hacia prácticas de RSE que tienen un horizonte temporal de largo plazo y están encaminadas a modificar los factores más estructurales que limitan el desarrollo.

Se observa una combinación de programas de RSE tanto en el ámbito de la comunidad como al interior de las empresas. Del mismo modo, todas ellas están llevando a cabo diversos programas que se enmarcan en diferentes ODM.

Asimismo, en todos ellos las alianzas entre diversos actores (ONGs, Estado, empresas) han sido un elemento clave. Éstas han permitido la transferencia de información y la optimización de los recursos entre los diferentes actores, lo que ha permitido reducir duplicidades y crear importantes sinergias. Además, han permitido procesos de aprendizaje compartidos que enriquecen a cada una de las partes así como permiten mejorar el trabajo en equipo.

Otro elemento importante que muestran los seis estudios de caso, es el proceso de evaluación y transparencia. Éste no sólo es aplicado a las prácticas de RSE sino que es un elemento transversal del accio-

nar de las empresas. Sin embargo, para el caso de las prácticas de RSE éste permite analizar las acciones, identificar los resultados y aprendizajes para poder, de este modo, mejorar en la eficiencia e impactos de los programas.

Finalmente, estas seis experiencias muestran cómo las prácticas de RSE no sólo contribuyen a la consecución de los ODM y por ende al desarrollo y mejora del bienestar social, sino que también son una buena oportunidad de negocio para las empresas.

Bibliografía

Hoxtell, Wade; Somenica Preysing, y Julia Streets. 2010. *Coming of age. UN-private sector collaboration since 2000*. Ney York: United Nations Global Compact Office.

Nelson, Jane and Dave Prescott. 2008. *Business and the Millennium Development Goals: a framework for action*. International Business Leaders Forum.

Entrevistas

Empresa ETAPA. Entrevista realizada por Fundación Esquel. Marzo 2013.

Empresa LAFARGE. Entrevista realizada por Fundación Esquel. Marzo 2013.

Empresa YANBAL. Entrevista realizada por Fundación Esquel. Marzo 2013.

Empresa TELEFONICA. Entrevista realizada por Fundación Esquel. Marzo 2013.

Empresa PFIZER. Entrevista realizada por Fundación Esquel. Marzo 2013.

Empresa DINERS. Entrevista realizada por Fundación Esquel. Marzo 2013.

Páginas webs

Global Compact.
<http://www.unglobalcompact.org>.

Naciones Unidas.
<http://www.un.org>.

Global Compact. Centro Regional de Apoyo para América Latina y El Caribe.

<http://centroregionalmal.org/web-pacto/esp/?q=publicacion-centro-regional>