

2013

Las empresas y los objetivos de desarrollo del milenio

Guía para empresas socialmente responsables





Créditos

CONSORCIO ECUATORIANO PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL – CERES

Dirección Avenida 12 de Octubre N24- 562 y Luis Cordero

Edificio World Trade Center, Torre A, piso 12, Of. 1204

Telf: (5932) 2225-883 / 2226-131/134

Quito Ecuador

www.redceres.org

Autor

Humberto Alexander Salazar Estacio
ESQUEL

Coordinación General de la Guía

Evangelina Gómez

Directora Ejecutiva CERES

Boris Conejo

Presidente Ejecutivo ESQUEL

Jorge Luis García

Coordinador de Servicios al Desarrollo ESQUEL

Diseño y Diagramación

AAAAAAA

Año

2013



El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) es una red compuesta por empresas públicas, privadas, fundaciones empresariales y Organizaciones de la Sociedad Civil que promueven el concepto y las mejores prácticas de Responsabilidad Social Corporativa con enfoque al negocio núcleo de la empresa, para que ellas se transformen en movilizadoras de una sociedad más justa y sostenible.

CERES es la entidad líder en gestión del conocimiento e investigación sobre Responsabilidad Social en Ecuador y cuenta con alianzas estratégicas a nivel nacional e internacional para brindar los mejores servicios a sus miembros. Es una plataforma que facilita el diálogo constructivo entre los diferentes sectores de la sociedad.

El Objetivo de CERES es promover entre sus miembros y la sociedad ecuatoriana la aplicación de políticas, conceptos y prácticas de responsabilidad social para alcanzar el desarrollo sostenible del Ecuador.

Misión

CERES promueve el concepto y las prácticas de responsabilidad social, a través de un grupo de organizaciones fortalecidas y comprometidas con el desarrollo sostenible del Ecuador.

Visión

Ser la organización nacional referente, sin fines de lucro y con alto impacto, en el campo de la Responsabilidad Social.

RED PACTO GLOBAL ECUADOR

Con el fin de promover los 10 principios del Pacto Global en el Ecuador y poder trabajarlos conforme a la realidad y prioridades locales, CERES asumió el 26 de julio de 2011 la Secretaría de la Red del Pacto Global en Ecuador.

OPORTUNIDADES QUE INVOLUCRAN SER PARTE DE CERES

Acceso a información

CERES proporciona a sus miembros información sobre estudios e investigaciones recientes y tendencias en el área de la responsabilidad social.

Capacitación

CERES ofrece módulos de fortalecimiento y capacitación orientados a aumentar las habilidades profesionales y conocimientos de sus miembros, que son facilitados por expertos nacionales e internacionales.

¹ Tomado del documento “El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)”, página WEB de CERES y Red Pacto Global Ecuador.

Vínculos profesionales y de colaboración

Las actividades y eventos de CERES buscan proporcionar a sus miembros la oportunidad de establecer vínculos con sus colegas en otras organizaciones, locales y foráneas, de compartir información, ideas, experiencias y estrategias y de construir relaciones de colaboración.

Un centro de referencia para otros sectores y actores

CERES ha establecido alianzas nacionales e internacionales que afianzan su capacidad institucional y la de sus miembros.

ÍNDICE GENERAL

❖ Introducción	6
❖ Capítulo 1. Conociendo los ODM	8
❖ Capítulo 2. Abrir el camino al alineamiento	16
❖ Capítulo 3. Ocho maneras de cambiar el mundo	26
❖ Capítulo 4. ¿Qué tan listo estoy para ayudar a cambiar el mundo?	37
❖ Epílogo. Y después del 2015 ¿qué?	43
❖ Bibliografía	45

Índice de esquemas

❖ Esquema 1. Secciones de la Guía	7
❖ Esquema 2. Componentes del Cajón de Herramientas	7
❖ Esquema 3. Los ODM y sus metas	11
❖ Esquema 4. ¿Por qué la empresa debe contribuir a los ODM?	14
❖ Esquema 5. Pasos para establecer dónde actuar en función de apoyar a los ODM y el Pacto Global	15
❖ Esquema 6. Modelo CIMA	19
❖ Esquema 7. Evaluar la estrategia	24

Índice de tablas

❖ Tabla 1. Los ODM y su vinculación con Derechos	11
❖ Tabla 2. Áreas de colaboración empresas - ODM	22
❖ Tabla 3. Pequeñas y grandes cosas para poner en marcha	31
❖ Tabla 4. Herramienta de Diagnóstico Inicial ODM	37

Índice de gráficos

❖ Gráfico 1. Evolución de las estrategias de la empresa hacia el desarrollo	20
❖ Gráfico 2. El camino del alineamiento	25
❖ Gráfico 3. ¿Cómo dar soporte desde la RSE al ODM 1?	26
❖ Gráfico 4. ¿Cómo dar soporte desde la RSE al ODM 2?	27
❖ Gráfico 5. ¿Cómo dar soporte desde la RSE al ODM 3?	27
❖ Gráfico 6. ¿Cómo dar soporte desde la RSE al ODM 4?	28
❖ Gráfico 7. ¿Cómo dar soporte desde la RSE al ODM 5?	28
❖ Gráfico 8. ¿Cómo dar soporte desde la RSE al ODM 6?	29
❖ Gráfico 9. ¿Cómo dar soporte desde la RSE al ODM 7?	30
❖ Gráfico 10. ¿Cómo dar soporte desde la RSE al ODM 8?	31
❖ Gráfico 11. Competitividad responsable	35
❖ Gráfico 12. Recomendaciones a los actores de RSE	36
❖ Gráfico 13. Modelo holístico para realizar "El futuro que Queremos"	44

INTRODUCCIÓN

El mundo cambió y esto exige de las empresas nuevos compromisos para enfrentar los retos del Siglo XXI. De eso precisamente trata esta guía. De la relación entre retos y compromisos, haciendo visible, los caminos emprendidos por la comunidad internacional para construir un mundo mejor.

Si bien el cambio suele generar muchas incertidumbres, la necesidad de la vinculación del mundo empresarial a las tareas de desarrollo, es una de esas certezas que ya casi no tienen discusión.

En efecto, lejos estamos de aquellos momentos en los que las empresas podían verse a sí mismas como si fuesen sistemas cerrados que no necesitan conexiones con la comunidad en la que llevan a cabo su acción. Es en este sentido, que CERES ha asumido la tarea de promover *el involucramiento de las empresas en el desarrollo para hacer viable la gestación de futuros positivos que permitan un desarrollo sostenible*.

Sobre esta base, la intención de esta guía es ayudar a las empresas a alinear sus estrategias de responsabilidad social empresarial con los Objetivos de Desarrollo del Milenio, (ODM), bajo la premisa de que esto hará más eficaz su acción y logrará potenciar sus rendimientos.

Según Björk Stigson, Presidente del World Business Council for Sustainable Development, “los ODM son un gran desafío para las compañías. Es necesario que la reducción de la pobreza sea el núcleo de lo que hacen las empresas diariamente. Los miembros del WBCSD tienen un volumen de ventas acumulado de 4.300 millones de euros y tratan cada día con la mitad de la población del mundo a través de sus productos y servicios. Por esto pueden y deben hacer más”.

La guía

Es probable que muchas empresas desconozcan ¿qué son los ODM? Pues bien, en el primer capítulo se ofrece una introducción al tema y las razones por las cuales los ODM aportan a una alianza para el desarrollo.

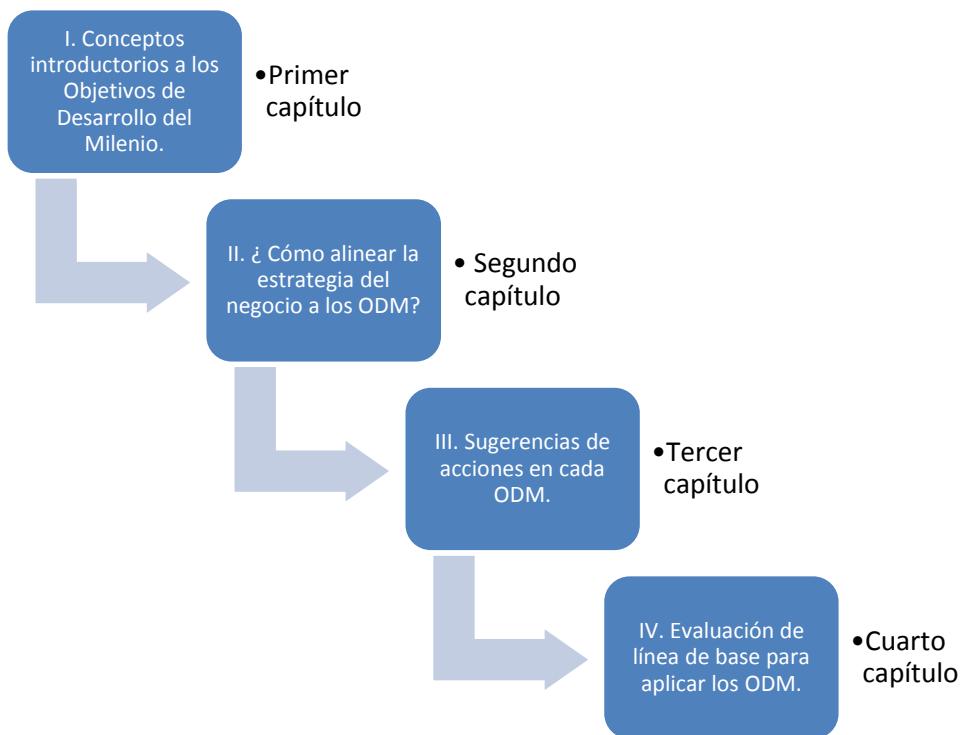
El segundo capítulo presenta un panorama general sobre lo que se necesita para alinear las acciones de RSE a una estrategia que tenga a los ODM en un sitio central.

En el capítulo 3, se analizan uno por uno cada ODM estableciendo las necesidades de respuesta que éstos demandan, así como las pequeñas y grandes tareas que a corto plazo se pueden realizar.

En el capítulo 4, se propone un modelo de evaluación que, a manera de una lista de verificación, permita conocer el estado de situación de la empresa para aplicar los ODM a sus prácticas de RSE.

Esta guía se divide en secciones

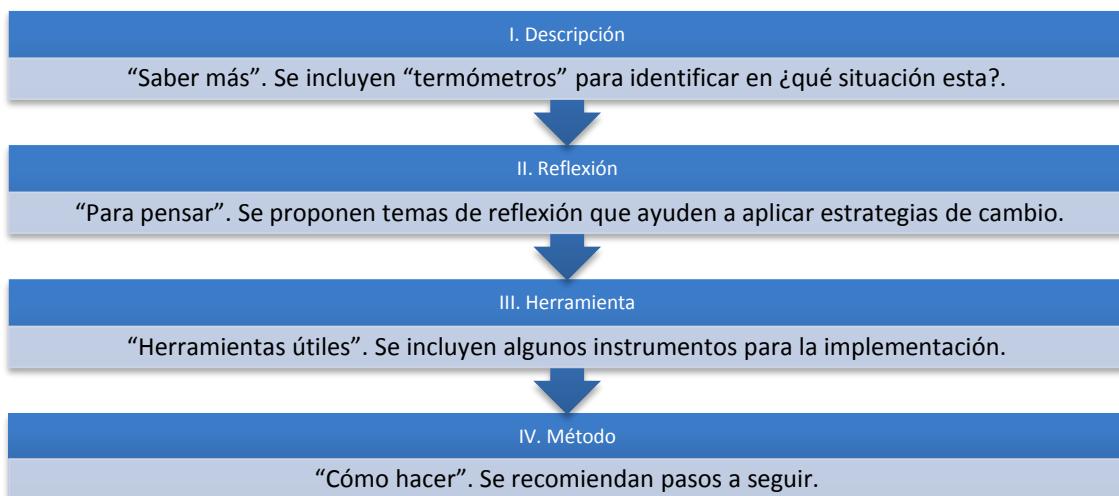
**Esquema 1
Secciones de la Guía**



La guía incluye una sección de Cajón de Herramientas en los Capítulos del 1 al 3

 En esta sección se describen elementos útiles para llevar los ODM a las prácticas de responsabilidad social empresarial. Esta sección incluye estrategias:

**Esquema 2
Componentes del Cajón de Herramientas**



CAPÍTULO 1.

CONOCIENDO LOS ODM

Sabía que...

- ❖ 1.200 millones de personas viven con menos de \$1 al día.
- ❖ Cada día 800 millones de personas se acuestan con hambre.
- ❖ 28.000 niños mueren por causas relacionadas con la pobreza diariamente.
- ❖ De los 115 millones de niños y niñas que no asisten a la escuela, 56 % son niñas y 94 % vive en países en vías de desarrollo.
- ❖ 133 millones de jóvenes no saben leer ni escribir.

Fuente: Datos de diferentes informes de seguimiento a los ODM.

Hay coincidencias en que los buenos negocios se fortalecen y consolidan cuando existe una comunicación abierta y horizontal, que permite que las partes involucradas se conozcan. Por esto, se parte por presentar los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

Origen de los ODM

La adopción de los ODM es un hito que imprime una marca en la historia de la comunidad internacional. En efecto, se trata de uno de los mayores logros en materia de pactos internacionales. Por primera vez los pueblos del mundo, representados por sus gobiernos, llegaron a un acuerdo unánime en el seno de Naciones Unidas para promover la lucha contra la pobreza.

El proceso toma forma a partir de 1996 con la publicación del informe denominado *“Shaping the 21st. Century: The Contribution of Development Cooperation”*. En este documento se desarrolló una reflexión sobre las políticas públicas que debían orientar los esfuerzos globales de cooperación al inicio del nuevo milenio.

A partir de allí, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, (OCDE), las Naciones Unidas y el Banco Mundial promovieron una serie de reuniones para avanzar en la definición de objetivos y metas que permitan el seguimiento de acciones. Este proceso de diálogo se sintetizó en el informe: *“A Better World for All: Progress toward the International Development Goals”*, publicado en el 2000.

Con base a este informe, en el marco de la *Declaración del Milenio*, se establece en los artículos 19 y 20 de la misma, un conjunto de objetivos conocidos como los ODM. El acuerdo, firmado en la ciudad de Nueva York por 189 países, se constituye como una “alianza global” para erradicar la pobreza.

Los ODM permiten a la comunidad internacional, contar con objetivos medibles (ya que están cuantificados y se establece un plazo temporal para su cumplimiento), que constituyen la piedra angular de coordinación de políticas públicas globales para favorecer el desarrollo humano (Valor, C. 2007).

Lo que hace la diferencia

Algo diferenciador de los ODM es que son una forma distinta de mirar el tema de la pobreza.

De hecho, se produce un salto cualitativo a otras formas de entender y actuar en relación con la pobreza, entendida como un conjunto de limitaciones que crean en las personas obstáculos para desarrollar las capacidades y libertades personales.

Es decir, en la definición de los ODM, hay un principio activo dirigido a reconocer que un desarrollo desequilibrado, que deja en la indefensión a miles de millones de seres humanos, es una incoherencia con los ideales que se expresan en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Valores fundamentales de la Declaración del Milenio (año 2000)

- ❖ **Libertad.** Hombres y mujeres tienen derecho a vivir su vida y a criar a sus hijos con dignidad y libres del hambre y del temor a la violencia, la opresión o la injusticia. La mejor forma de garantizar estos derechos es contar con gobiernos democráticos y participativos basados en la voluntad popular.
- ❖ **Igualdad.** No debe negarse a ninguna persona, ni a ninguna nación, la posibilidad de beneficiarse del desarrollo. Debe garantizarse la igualdad de derechos y oportunidades para hombres y mujeres.
- ❖ **Solidaridad.** Los problemas mundiales deben abordarse de manera tal que los costos y las cargas se distribuyan con justicia, conforme a los principios fundamentales de la equidad y la justicia social. Los que sufren, o los que menos se benefician, merecen la ayuda de los más beneficiados.
- ❖ **Tolerancia.** Los seres humanos se deben respetar mutuamente, en toda su diversidad de creencias, culturas e idiomas. No se deben temer ni reprimir las diferencias dentro de las sociedades ni entre éstas; antes bien, deben apreciarse como preciados bienes de la humanidad. Se debe promover activamente una cultura de paz y diálogo entre todas las civilizaciones.
- ❖ **Respeto de la naturaleza.** Es necesario actuar con prudencia en la gestión y ordenación de todas las especies vivas y los recursos naturales, conforme a los preceptos del desarrollo sostenible. Sólo así podremos conservar y transmitir a nuestros descendientes las incommensurables riquezas que nos brinda la naturaleza. Es preciso modificar las actuales pautas insostenibles de producción y consumo en interés de nuestro bienestar futuro y en el de nuestros descendientes.
- ❖ **Responsabilidad común.** La responsabilidad de la gestión del desarrollo económico y social en el mundo, lo mismo que en lo que hace a las amenazas que pesan sobre la paz y la seguridad internacionales, debe ser compartida por las naciones del mundo y ejercerse multilateralmente. Por ser la organización más universal y más representativa de todo el mundo, las Naciones Unidas deben desempeñar un papel central a ese respecto.

Fuente: ONU, 2000, A/RES/55/2 citado en Korin (2009)

Las empresas en el proceso de nacimiento de los ODM

Actualmente, el papel de las empresas en relación al desarrollo global y local es considerado cada vez más preponderante. Prueba de ello es que, un año antes de la definición de los ODM y de la suscripción de la Declaración del Milenio, Koffi Annan, Secretario General de Naciones Unidas, propuso en el marco del Foro Económico Mundial celebrado en Davos en 1999, el lanzamiento del Pacto Global, con el objetivo de "adoptar unos principios y valores compartidos en el mercado mundial", tanto para

gobiernos como para empresas, en los campos de los derechos humanos, las normas laborales y el medio ambiente.

Así, fiel a su carácter innovador, el mundo empresarial a través del Pacto Global fue un actor pionero en dar apoyo a los intentos por armonizar los esfuerzos internacionales tendientes a dar solución a los problemas que afronta toda la humanidad.

Principios del Pacto Global

Principios relativos a Derechos Humanos

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional.
2. Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.

Principios relativos a Normas Laborales

3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio;
5. Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil.
6. Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

Principios relativos a Medio Ambiente

7. Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales.
8. Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
9. Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.

Principios relativos a Lucha contra la corrupción

10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

Los ODM en detalle

“Para el sistema político internacional los ODM representan la base de su política de desarrollo. Para más de mil millones de personas que viven en condiciones de pobreza, representan los medios necesarios para poder llevar una vida digna y productiva. Para todos los habitantes del mundo, son la piedra angular para la búsqueda de un mundo más seguro y más pacífico”. (Paula San Pedro, 2006).

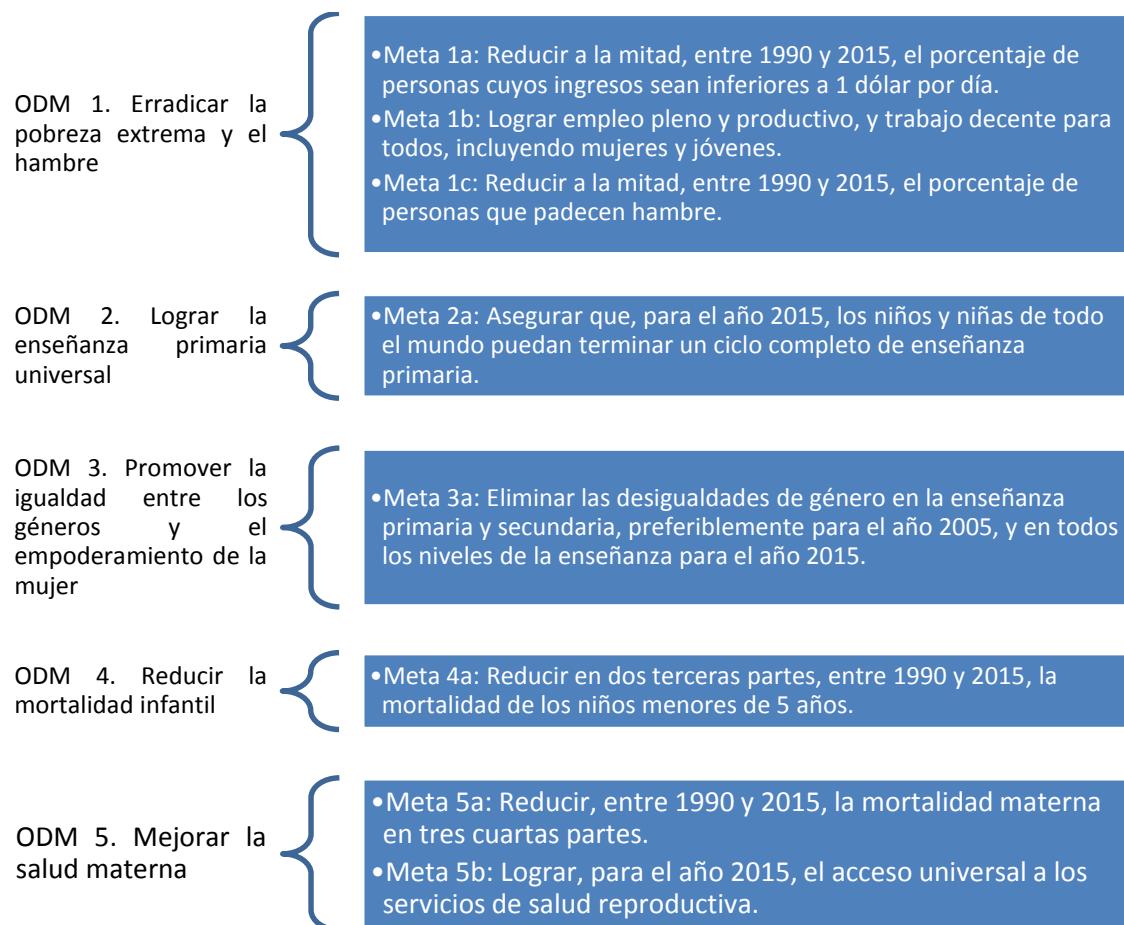
Existen un total de ocho ODM que se conectan con derechos humanos de segunda generación (derechos políticos) y tercera generación (denominados Derechos de los pueblos).

Tabla 1
Los ODM y su vinculación con Derechos

OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO	DERECHOS HUMANOS VINCULADOS
1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.	Derecho al trabajo decente, a la alimentación.
2. Lograr la enseñanza primaria universal.	Derecho a la educación, a la igualdad.
3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.	Derecho a la igualdad, al trabajo decente.
4. Reducir la mortalidad infantil.	Derecho a la salud, al agua, a la alimentación.
5. Mejorar la salud materna.	Derecho a la salud, al agua, a la alimentación.
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades.	Derecho a la salud.
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.	Derecho al medio ambiente.
8. Crear una alianza mundial para el desarrollo.	Derecho a la salud, al medio ambiente, al agua.

Por su parte, cada ODM establece un conjunto de metas que se detallan a continuación:

Esquema 3
Los ODM y sus metas



ODM 6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades

- Meta 6a: Detener y revertir el avance, para el año 2015, de la propagación del VIH/SIDA.
- Meta 6b: Lograr, para el año 2010, el acceso universal al tratamiento del VIH/SIDA para todas las personas que lo necesiten.
- Meta 6c: Detener y revertir, para el año 2015, la incidencia del paludismo y otras enfermedades graves.

ODM 7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente

- Meta 7a: Incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales e invertir la pérdida de recursos del medio ambiente.
- Meta 7b: Reducir la pérdida de biodiversidad, alcanzando, para el año 2010, una reducción significativa de la tasa de pérdida.
- Meta 7c: Reducir a la mitad, para el año 2015, el porcentaje de personas sin acceso sostenible al agua potable y a servicios básicos de saneamiento.
- Meta 7d: Haber mejorado considerablemente, para el año 2020, la vida de por lo menos 100 millones de habitantes de tugurios.

ODM 8. Fomentar una alianza mundial para el desarrollo

- Meta 8a: Atender las necesidades especiales de los países menos adelantados, los países sin litoral y los pequeños estados insulares en vías de desarrollo.
- Meta 8b: Continuar desarrollando un sistema comercial y financiero abierto, basado en reglas establecidas, predecible y no discriminatorio.
- Meta 8c: Lidiar en forma integral con la deuda de los países en desarrollo.
- Meta 8d: En cooperación con el sector privado, hacer accesibles los beneficios de las nuevas tecnologías, especialmente de las tecnologías de la información y de las comunicaciones.

Fuente: <http://www.un.org/es/millenniumgoals>

Con la finalidad de involucrar a las empresas en la promoción y cumplimiento de los ODM y sus metas, el Sistema de Naciones Unidas desarrolla iniciativas de dos tipos: de sensibilización y acción.

Las primeras podrían clasificarse, según su naturaleza, en normativas, estratégicas y operativas y tienen el objetivo de extender la notoriedad de los ODM y conseguir apoyo público y político en el norte y en el sur, (Valor, C. 2007).

"En lugar de retroceder, estamos en el momento de acelerar el progreso hacia los ODM y de fortalecer la asociación internacional para el desarrollo. La gestión de la crisis económica puede, y debería, convertirse en una oportunidad para realizar cambios estructurales necesarios para forjar el camino hacia el desarrollo equitativo y la sostenibilidad, lo que incluye afrontar el problema del cambio climático. Nada menos que la viabilidad de nuestro planeta y el futuro de la humanidad están en peligro". Ban Ki-moon, Secretario General de las Naciones Unidas. (Citado en Korin, 2009)

CAJÓN DE HERRAMIENTAS



Hasta el momento se hecho una revisión general de lo que son los ODM.

Hay que empezar a trabajar. Aquí algunas herramientas:

I. SABER MÁS



Termómetro 1. ¿Qué tanto conoce sobre los ODM?

Primero hay que hacer un examen rápido para saber si en su empresa se conocen los ODM. La herramienta funciona como un “check list” para un auto diagnóstico. Consta de una escala donde 4 significa suficiente, 3 medianamente; 2, poco y 1, nada. Mientras las respuestas se acerquen más al valor 1 sabrá que las primeras tareas a impulsar serán las de difusión.

Preguntas	Valores				Observaciones para oportunidades de mejora
	1	2	3	4	
¿La Junta Directiva y la Alta Dirección conocen la existencia de los Objetivos de Desarrollo del Milenio y los principios del Pacto Global?					
¿La empresa cuenta con un departamento o personas formalmente asignadas a desarrollar Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?					
¿Los empleados asignados al desarrollo de acciones de RSE de la empresa, si los hubiere, conocen la existencia de los Objetivos de Desarrollo del Milenio y los principios del Pacto Global?					
¿Existe al interior de la empresa instancias de trabajo o espacios donde se reflexione sobre indicadores sociales del país o la comunidad donde trabaja la empresa?					
¿Para la elaboración del plan estratégico se evalúan aspectos relativos a la situación social del país o de la comunidad en la que se trabaja?					

II. PARA PENSAR

Es muy importante responder internamente a la pregunta de ¿por qué la empresa debe contribuir a los ODM? En el esquema 4 se presenta un cuerpo de argumentos. Sin embargo, la respuesta más adecuada será aquella que se ajuste a la realidad de su organización.



Fuente: Tomado de Valor, C. (2007) el que a su vez adapta de Forstater y Cols. (2002).

Si en la empresa sus colaboradores conocen sobre los ODM, el siguiente paso es tener una valoración de conjunto para incluirlos en la estrategia del negocio.



Para hacer

- Si está a cargo de estos temas, se recomienda organizar un encuentro con personal clave para abordar, analizar y debatir los mismos.

III. HERRAMIENTAS ÚTILES

Una herramienta muy útil en esta etapa es el mapa de actores, el cual permite identificar las situaciones que se deben tomar en cuenta en relación a la comunidad, sus líderes y los temas que son de su interés.



Mapa de actores

- Es importante reconocer los espacios y temas donde la intervención de su empresa puede ser más efectiva. Para ello debe saber más sobre los grupos de relación en los lugares donde opera la empresa. La información recuperada permitirá construir al interior de la empresa una visión de apoyo para los ODM.

Pasos a seguir

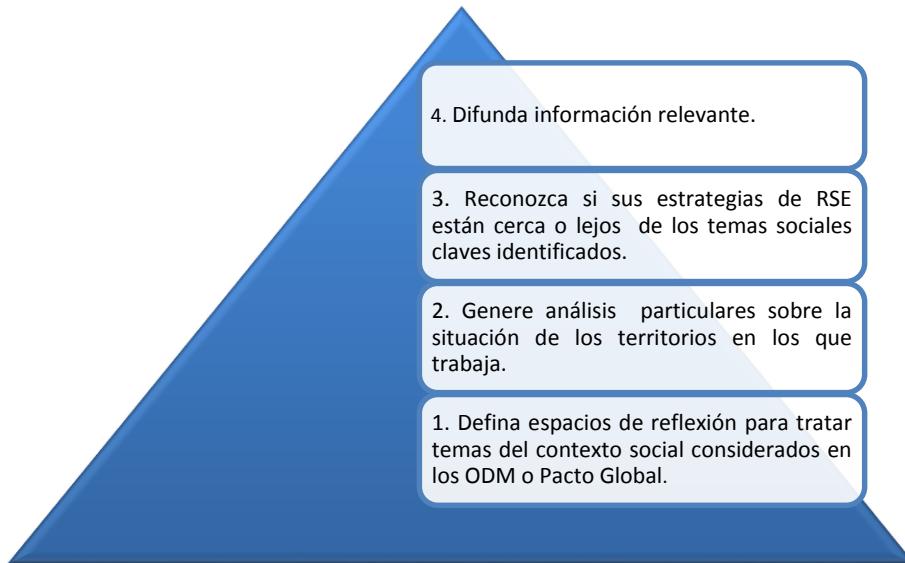
1. Elabore un listado de los miembros relevantes de la comunidad en la que trabaja.
2. Defina, por cada actor, sus elementos característicos, necesidades y demandas, e identifique los recursos que tiene a su disposición (políticos, económicos, sociales, culturales y de información).
3. Establezca relaciones de interdependencia entre los actores identificados y los aportes que puede dar la empresa para su desarrollo.

IV. ¿CÓMO HACER?

A continuación, una guía de pasos a seguir:

Esquema 5

Pasos para saber ¿dónde actuar en función de apoyar a los ODM y el Pacto Global?



Fuente: Elaboración del autor

CAPÍTULO 2.

PREPARAR EL CAMINO PARA EL ALINEAMIENTO

Sabía que...

- ❖ Faltan aproximadamente 1000 días para alcanzar el plazo previsto para el cumplimiento de los ODM.
- ❖ El informe anual de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ubica a Ecuador como el segundo país de Latinoamérica en reducir significativamente el nivel de pobreza en 2012. La disminución será del 4,7%. Los datos revelan que en 2010, en Ecuador, el porcentaje de personas bajo la línea de pobreza era del 37,1% y en indigencia del 14,2%, mientras que en 2011 descendió a 32,4% y 10,1%, respectivamente.
- ❖ Otros datos de la CEPAL destacan que en América Latina existen alrededor de 167 millones de personas en situación de pobreza en la región. Esto es un millón de personas menos que en 2011, lo que equivale a 28,8% de los habitantes. El número de personas en extrema pobreza o indigencia suma 66 millones, la misma cifra que en 2011.

Es importante promover que las empresas se articulen con las estrategias internacionales dirigidas al cumplimiento de los ODM, porque esto garantiza la multiplicación de impactos que se pueden producir a través de alianzas multisectoriales.

Incluso, para aquellas organizaciones que no cuentan con programas de Responsabilidad Social o que tienen prácticas filantrópicas, resulta interesante vincular las acciones sociales a estrategias que les dan nuevos contenidos a sus prácticas.

Lo importante detrás de esto es que el alineamiento del sector empresarial con la política pública, impulsada por gobiernos de todo el mundo, permite racionalizar las acciones, y en términos absolutamente empresariales, elevar la productividad y rendimiento de los esfuerzos.

El co-beneficio como práctica que fomenta negocios sostenibles

La globalización ha significado que los empresarios con visión incorporen formas de hacer negocios que toman en cuenta las repercusiones a largo plazo. Una práctica empresarial que mira lo que ocurre en el entorno, especialmente a nivel del medio ambiente y de las personas en situación de pobreza, tiene la oportunidad de responder mejor a las necesidades del contexto.

Las nuevas visiones empresariales entienden que los negocios se amplían cuando se incorpora una idea de co-beneficio con la comunidad, en relación al giro de su actividad. World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dice que: "El desarrollo es bueno para el negocio y el negocio es bueno para el desarrollo".

¿Por qué es decisiva la aportación del sector privado para cumplir con los ODM?

Cuando las empresas realizan acciones alineadas con los ODM contribuyen a su cumplimiento logrando beneficios concretos para el bien común:

- La creación de más y mejores empleos, sobre todo a largo plazo, contribuye directamente a la reducción de la pobreza (ODM 1), e indirectamente a la reducción de la mortalidad

- infantil y materna (ODM 4 y 5), mejora la educación (ODM 2), fomenta la igualdad de género (ODM 3) y facilita el acceso a la salud (ODM 5 y 6), al agua y al saneamiento básico (ODM 7).
- Las acciones en relación a los ODM contribuyen a crear un entorno sólido con políticas económicas estables, mayor seguridad jurídica y a evitar la corrupción (ODM 8, e indirectamente a todos).
 - Las inversiones sociales estratégicas refuerzan las soluciones a las necesidades y prioridades locales, nacionales y globales en materia de desarrollo (beneficia a todos los ODM).
 - Las empresas pueden impulsar cambios y mejoras en las políticas gubernamentales, e influenciar en reformas financieras y regulatorias que prioricen las necesidades de los países en desarrollo.
 - La gestión de negocio que incluye en sus decisiones a las personas en situación de pobreza, ofreciéndoles, por ejemplo, precios reducidos y productos accesibles, contribuye a la inclusión social.

Fuente: Korin, Mercedes. 2009. *La empresa del nuevo milenio: de los valores a la acción*. Pág.33

Los enfoques que llevan al alineamiento

Existen diferentes alternativas que se pueden adoptar para provocar un cambio de timón de las prácticas de RSE y llevarlas al cauce de los esfuerzos de la Alianza Mundial por el Desarrollo, que impulsa los ODM y que toma la forma del Pacto Global.

Alexandra Ospina (2012) propone poner atención a una serie de enfoques que están presentes en las prácticas de RSE y que pueden ayudar a alinear la empresa con los ODM.

Estos enfoques son:

El Enfoque de “Multistakeholder” (Múltiples involucrados)

Según Alexandra Ospina, es importante establecer relaciones con los grupos de interés internos y externos, buscando los puntos de intersección entre los intereses de estos grupos y los de las empresas.

Enfoque de “Acción sin daño”

Que consiste en “controlar” los impactos empresariales, maximizando los buenos y reduciendo los malos.

Enfoque de Sensibilidad hacia el Conflicto

Que se define como una actitud que lleva a conocer el contexto en el que la empresa se desarrolla, y a partir de allí proponer una estrategia para el relacionamiento con sus grupos de interés.

Campos de alineamiento

Es importante tomar en cuenta que no todos los ODM son relevantes para todos los sectores o las empresas. Esto es significativo, pues permitirá identificar las áreas que son estratégicas o prioritarias para la empresa y definir en las que se quiere involucrar.

Lo anterior nos lleva a afirmar que mientras más cerca, están las acciones de RSE de la estrategia central del negocio, mayor impacto y significación tendrán en el conjunto del sistema de gestión de la empresa.

Desde esta óptica es que el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), destaca que las empresas que buscan mayor impacto en los ODM pueden hacerlo mediante tres opciones distintas:

1. A través de actividades directamente relacionadas con el negocio de la empresa y que involucran su lugar de trabajo, su mercado y su cadena de suministros.
2. Por medio de inversión social estratégica y actividades que ayuden al proceso de fortalecimiento de capacidades en las comunidades.
3. A través de impulsar un diálogo que fomente, desde la política pública, las acciones de RSE y generar actividades de sensibilización que involucren a actores diversos en el cumplimiento de los ODM.

Elementos a tomar en cuenta:

- ❖ Cualquier estrategia de alineamiento con los ODM implica un activo papel de la alta dirección. Si el compromiso de la dirección con el área, los programas, o iniciativas de RSE es fuerte, los resultados también lo serán.
- ❖ Es central la construcción de un enfoque que convoque a los involucrados internos y externos. Construir visión significa encontrar un vehículo para provocar un cambio en la cultura organizacional. Tener una visión compartida, entendida como un objetivo común, permite hablar un mismo lenguaje, que se constituye en una suerte de caja de resonancia que amplifica las posibilidades de poner en marcha planes y estrategias que incluyan a los grupos de interés internos y externos.
- ❖ Es relevante reconocer que el cambio no se auto implementa. Es necesario definir roles y responsabilidades formales para aplicar los procesos.
- ❖ El alineamiento requiere generar instrumentos para su puesta en marcha. Herramientas como diseños metodológicos, modelos de planificación, sistemas de evaluación, entre otros, servirán para los diferentes momentos del proceso.

Para implementar las acciones:

El modelo CIMA explica claramente el proceso para alinear los ODM a la estrategia empresarial. Define unos pasos a seguir, que empiezan por el compromiso y terminan con las alianzas:

Esquema 6
Modelo CIMA

C

Compromiso. El compromiso de la alta dirección es central. Sin su participación activa y directa, los esfuerzos por introducir nuevos modelos estratégicos de RSE se encuentran con obstáculos difíciles de franquear.

I

Involucrar. Es importante atender a la creación de una cultura organizacional que involucre a las diferentes instancias de la empresa. Para esto hay que incentivar y motivar a través de diferentes formas de sensibilización y difusión.

M

Medir. Hay que establecer un conjunto de metas que puedan ser medidas en el tiempo para establecer los avances y necesidades de ajuste.

A

Aliar. Es recomendable crear sistemas de incentivos y de comunicación que involucren a proveedores y clientes, creando alianzas para dar sostenibilidad social a las acciones emprendidas.

Fuente: Elaboración del autor

Las diferentes posturas de las empresas ante los retos:

Una empresa puede asumir distintas posturas en relación a las diferentes dificultades que afectan a la comunidad en la que ésta se desarrolla. El informe “*¿Pueden las empresas contribuir a los Objetivos de Desarrollo del Milenio?*” (PRANDI, María. 2009) destaca cuatro tipos de actitudes diferentes de las empresas, que se pueden adoptar.

A continuación una síntesis:

Posturas de las empresas

(Tomado del informe “*¿Pueden las empresas contribuir a los Objetivos de Desarrollo del Milenio?*” PRANDI, María. 2009)

- ❖ **Actitud inactiva:** aquella que se centra exclusivamente en la generación de beneficios, focalizándose en el entorno de mercado y el beneficio inmediato propio de las empresas ligeras.
- ❖ **Actitud reactiva:** cumple rigurosamente con los aspectos legales y demandas de mercado que exigen un comportamiento social determinado, pero no van más allá. Se trata de empresas cumplidoras propias a la primera generación de ciudadanía corporativa.
- ❖ **Actitud activa:** que se compromete a incorporar la RSE a las líneas tradicionales de negocio, en todas las divisiones, y generar un diálogo activo con los grupos de interés. Se trata de empresas estratégicas o integradoras consideradas como empresas de la segunda generación de ciudadanía corporativa.
- ❖ **Actitud pro-activa:** empresas que lideran el diseño estratégico de la generación de valor en la triple línea de resultados (social, ambiental y económico). Son empresas que lideran acciones estratégicas con alineamiento al desarrollo. Vinculan la eficiencia productiva con la ética y el concepto de “hacer lo

correcto". Para ellas, la implicación con la sociedad, es parte estratégica de su mandato y de su razón de ser.

Gráfico 1
Evolución de las estrategias de las empresas hacia el desarrollo



Fuente: PRANDI (2009)

Los obstáculos

En todo proceso de gestión se presentan obstáculos. Aquí presentamos una lista de situaciones complejas para establecer medidas proactivas que favorezcan la superación de las barreras y convertirlas en oportunidades de cambio:

Principales barreras al compromiso con los ODM

- ❖ Creencia de que no es responsabilidad del sector privado sino de los Gobiernos.
- ❖ Desconocimiento de la crudeza de la pobreza en el mundo (como ciudadanos y como directivos) e indiferencia al respecto. Percepción de que se ha aprendido a convivir con índices de pobreza a escala mundial "tolerables" y que no "hay nada que hacer".
- ❖ Apreciación de que la reducción de aspectos de la pobreza no es un objetivo empresarial y no se ve claro el retorno económico.
- ❖ Poca innovación y desconocimiento de oportunidades de negocio. Necesidad de crear nuevas cadenas de distribución
- ❖ Contexto que presiona por flexibilizar la organización. Entorno más competitivo y de mayores riesgos para los negocios.
- ❖ Poco peso de los intangibles, como reputación, confianza y liderazgo social, en la toma de decisión frente a tangibles (financieros, de mercado).
- ❖ Falta de información sobre la ventaja competitiva que puede representar el aporte a los ODM.
- ❖ Altos niveles de economía sumergida.
- ❖ Necesidad de altas inversiones en seguridad e infraestructura para determinados sectores.

- ❖ Brechas en el Estado de derecho, inseguridad de las inversiones y corrupción.

Tomado del Informe ¿Pueden las empresas contribuir a los Objetivos de Desarrollo del Milenio?
Pág. 42

CAJÓN DE HERRAMIENTAS



Hasta aquí se ha hecho una revisión de aspectos relativos a los esfuerzos a desarrollar por alinear las prácticas de RSE a los ODM.

Es el momento de empezar a trabajar. Aquí algunas herramientas:

I. SABER MÁS



Termómetro 2. ¿En qué medida está la empresa alineada a los ODM?

Al completar el siguiente cuestionario diagnóstico podrá determinar el nivel de alineamiento estratégico de su empresa a los ODM. Mientras las respuestas se acerquen más al valor (1) sabrá que las primeras tareas a impulsar serán las de diseño de propuestas de mejora y planes de acción específico para su implantación.

A lo largo del capítulo 2 puede encontrar una serie de elementos a evaluar en su empresa; y a partir de los resultados, iniciar con los cambios identificados.

Preguntas generadoras	Valores				Observaciones para oportunidades de mejora
	1	2	3	4	
¿Existe un presupuesto dedicado a la RSE?					
¿Se ha incorporado algún aspecto vinculado a los ODM en el plan de negocio de la empresa o en sus diferentes políticas (recursos humanos, compras, etc.) y objetivos empresariales?					
¿Se incluye el trabajo por los ODM en los planes de negocio como un indicador más?					
¿Tiene en cuenta la empresa en sus oportunidades de negocio las necesidades básicas de las poblaciones?					
¿Se plantea desarrollar nuevos productos o servicios para satisfacer sus necesidades básicas y contribuir a alguna meta concreta?					

1. Nada; 2. Poco; 3. Medianamente; 4. Suficiente

II. PARA PENSAR

¿Qué áreas de colaboración puede identificar con el fin de empezar a generar el proceso de alineamiento? El informe denominado “*La contribución de la industria energética a los Objetivos de Desarrollo del Milenio*”, desarrollado por el Observatorio de Responsabilidad Social, nos propone lo siguiente:

Tabla 2
Áreas de colaboración empresas - ODM

	Actividades empresariales básicas	Acción social de la empresa	Diálogo, cabildeo y divulgación
Objetivo 1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer productos y servicios a precios reducidos. - Desarrollar vínculos con la comunidad local a través de la cadena de valor y oportunidades de empleo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Invertir en emprendedores locales. - Construir capacidad local. 	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyar los esfuerzos gubernamentales para atraer inversión extranjera y desarrollar el sector privado. - Hacer campaña para conseguir un acceso más justo a los mercados de los países OCDE.
Objetivo 2. Lograr la educación primaria universal.	<ul style="list-style-type: none"> - Atacar y reducir el trabajo infantil. - Ofrecer servicios educativos. - Desarrollar tecnología de soporte para la educación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Facilitar la educación de los hijos de los empleados. - Invertir en escuelas locales o apoyar el trabajo de las ONG relacionadas con educación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hacer campañas para conseguir acceso a una educación de mayor calidad.
Objetivo 3. Promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer.	<ul style="list-style-type: none"> - Reforzar la capacidad de las mujeres para convertirse en emprendedoras, empleadas o productoras. - Eliminar la violencia contra las mujeres en el puesto de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyar a la mujer. - Invertir en el desarrollo del liderazgo de las mujeres, más allá de las operaciones empresariales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilizar a la sociedad sobre los problemas de la mujer y dar voz a las mujeres. - Hacer campaña para un mayor y mejor acceso de la mujer a la educación y a los recursos económicos.
Objetivo 4. Reducir la mortalidad infantil.	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer productos y servicios a precios reducidos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyar a las ONG de infancia. - Apoyar programas de ayuda a los huérfanos por SIDA. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hacer campaña para que los gobiernos se comprometan a respetar los derechos de los niños y resuelvan los problemas de la infancia.
Objetivo 5. Mejorar la salud materna.	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer productos y servicios a precios reducidos. - Mejorar las condiciones de trabajo de las mujeres, así como los sistemas de salud y seguridad en el trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyar a las ONG que trabajan con mujeres y a los servicios de salud locales. - Combatir los estigmas sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar buenas políticas nacionales y sensibilizar sobre la importancia de la salud de la mujer.
Objetivo 6. Combatir el VHS/SIDA, la malaria y otras enfermedades.	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer productos y servicios a precios reducidos. - Implantar programas en el centro de trabajo que permitan la concienciación sobre la enfermedad, la detección precoz y el tratamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hacer donaciones de productos. - Apoyar a centros de investigación sobre la enfermedad, las ONG que trabajan con enfermos y a proyectos dirigidos a huérfanos por el virus VHS/SIDA 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer coaliciones empresariales locales para pedir reformas en salud y el compromiso de la empresa con la erradicación del virus. - Participar en las redes de creación de políticas públicas.
Objetivo 7. Asegurar la	- Entender y gestionar el	- Apoyar las ONG medio	- Negociar reglas

<p>sostenibilidad medio ambiental.</p>	<p>impacto de la empresa sobre el medio ambiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Invertir en innovación de productos y servicios y transformar los modelos de negocio para que sean respetuosos con el medio ambiente. - Dirigirse a los mercados verdes. - Gestionar de forma proactiva el consumo sostenible. - Introducir medidas para paliar el cambio climático. 	<p>ambientales y las campañas internacionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Movilizar las competencias clave para apoyar iniciativas medio ambientales clave a nivel local. - Apoyar campañas de sensibilización y formación medio ambiental. - Apoyar los premios y campañas mediáticas a favor del medio ambiente. 	<p>internacionales y desarrollar estándares de conducta.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cambiar los marcos regulatorios de los mercados (para favorecer, por ejemplo, las eco-etiquetas o la eco-tasa).
<p>Objetivo 8. Fomentar una alianza mundial para el desarrollo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Favorecer la empleabilidad con programas de formación continua para empleados. - Contratar empresas locales para favorecer a los emprendedores locales. - Invertir en Investigación y desarrollo, para el desarrollo de soluciones a los problemas locales. - Facilitar el acceso a medicamentos, a través de los centros de trabajo. - Ofrecer tecnología a bajo costo a las áreas rurales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hacer donaciones de medicamentos. - Apoyar a las ONG o iniciativas locales mediante la donación de recursos, conocimiento y tecnología. - Donar tecnología y conocimiento para una mejor gestión de la crisis humanitaria. 	<ul style="list-style-type: none"> - Adherirse al Pacto Global - Promover inversiones en países menos desarrollados. - Pedir a los gobiernos de la OCDE que mejoren el acceso a sus mercados y que ofrezcan mayores y mejores ayudas y cooperación técnica, así como alivio de la deuda. - Solicitar mejores políticas en el desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación para facilitar la participación de los ciudadanos y favorecer la gobernabilidad.

Fuente: Tomado de Valor, C. (2007) el que a su vez adapta de Nelson y Prescott. (2003).



Para hacer

- Si está a cargo de estos temas organice un encuentro con personal clave para tratarlos.

III. HERRAMIENTAS ÚTILES

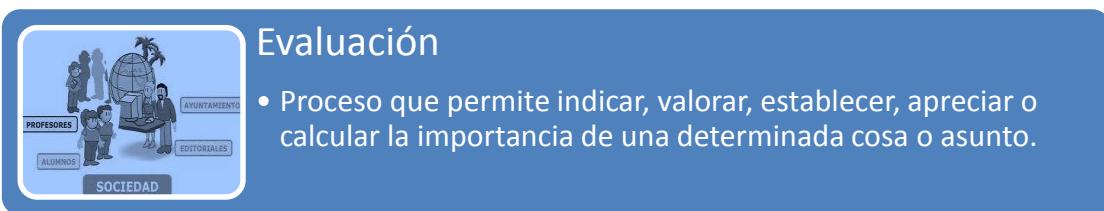
Integrar los ODM a la estrategia

Si existe el compromiso real por contribuir a los ODM, es importante evaluar el alcance de este compromiso en relación a la forma de desarrollar la RSE. Cuando se habla de RSE se lo hace siguiendo el concepto general propuesto por la ISO26000: "La Responsabilidad Social es la responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medio ambiente, a través de una conducta transparente y ética que: contribuya con el desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en cuenta las expectativas de las partes interesadas (stakeholders); cumpla con las leyes y sea compatible con las normas internacionales de conducta; y sea integrada en la totalidad de la organización y puesta en práctica en todas sus relaciones."

Resultados distintos se obtienen si se pone a los ODM en la periferia de la estrategia de RSE o si se la ubica en el centro:



Fuente: PRANDI (2009)



Pasos a seguir:

1. Elabore un listado de miembros de diferentes áreas de la empresa para participar en un panel de expertos.
2. Prepare una presentación que sintetice ¿qué son los ODM, su relevancia y los objetivos propuestos para alinear las prácticas de RSE?
3. Desarrolle un banco de preguntas que propicien la reflexión e interpele al grupo sobre la centralidad de las prácticas de RSE, en relación con el sistema de gestión; explore las causas y haga un sondeo de alternativas de cambio.
4. Prepare un informe de conclusiones y genere una reunión de presentación de las mismas a un grupo ampliado.

IV. ¿CÓMO INCORPORAR LOS ODM?

El reto es consolidar la incorporación de los ODM al núcleo de la estrategia empresarial. Esto significa contar con políticas y objetivos empresariales explícitos. El método que se propone es que, de acuerdo a los resultados de la evaluación, pueda proyectar los siguientes pasos por niveles:

Gráfico 2
El camino del alineamiento



Fuente: PRANDI (2009)

CAPÍTULO 3.

OCHO MANERAS DE CAMBIAR EL MUNDO

Sabía que...

- ❖ Según el informe: 'The Global Partnership for Development: Making Rhetoric a Reality', publicado el 2012, el descenso de la ayuda al desarrollo pone en peligro el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.
- ❖ El informe ODM 2012 destaca que con tres de los objetivos del milenio ya alcanzados la asociación mundial para el desarrollo es la clave del éxito para el 2015. Las metas alcanzadas son: la reducción de la pobreza, la mejora de condiciones de vida en los futuros, y el acceso a agua potable.

Como se ha comentado, incorporar los Objetivos de Desarrollo del Milenio da consistencia a las políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Cada ODM es una oportunidad a la que las empresas pueden sumarse según su giro de negocio. Dada la complejidad de la tarea en cada uno de los ODM, se pueden encontrar amplios caminos para transitar y así hacer que la contribución se potencie al encontrarse con otros emprendedores dispuestos a sumar el hombro.

ODM 1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre

Por primera vez, desde que comenzaron a analizarse las tendencias de la pobreza, tanto la cantidad de personas que viven en pobreza extrema como las tasas de pobreza cayeron en todas las regiones en desarrollo, incluyendo África subsahariana. La proporción de personas que viven con menos de 1,25 dólares al día cayó desde el 47% en 1990 hasta el 24% en 2008, por lo cual, de haber existido más de 2.000 millones de personas en esa situación, se pasó a menos de 1.400 millones (ONU, Informe ODM 2012).

¿Cómo contribuir a fortalecer este proceso?

Si la principal vía para salir de la pobreza es el trabajo, las empresas tienen mucho por hacer, sobre todo a nivel de la generación de empleos dignos y sostenibles. Otras opciones son la compra de bienes y servicios a Pymes locales, que permite generar un motor del desarrollo interno; transferir tecnologías, herramientas, habilidades y conocimientos.

Gráfico 3
¿Cómo dar soporte desde la RSE al ODM 1²



Fuente: PRANDI (2009)

² La subcontratación implica entregar una parte de un contrato global para que un tercero desarrolle esta labor. En el Ecuador no existe tercerización, pero sí la subcontratación.

ODM 2. Lograr la enseñanza universal

Muchos países, que enfrentan grandes desafíos, han concretado avances significativos en el camino hacia una educación primaria universal. En África subsahariana las tasas de matriculación en este nivel aumentaron del 58% al 76%, entre 1999 y 2010. Muchos países de la región lograron reducir las tasas de niños no matriculados, incluso a pesar del aumento de la cantidad de niños en edad de asistir a la escuela primaria (ONU, Informe ODM 2012).

La educación es el instrumento más efectivo del combate a la pobreza. Asegurar la educación de los niños más pobres es abrir para ellos el campo de las libertades y oportunidades que la pobreza les cercena. Por esto, es que uno de los compromisos más fuertes que pueden desarrollar las empresas es trabajar para fortalecer el acceso de los pobres a la educación, su retención en la escuela para que tengan 12 años de educación y la erradicación del trabajo infantil.

Gráfico 4
¿Cómo dar soporte desde la RSE al ODM 2?



Fuente: Elaboración del autor

ODM 3. Promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer

La igualdad entre los géneros y el empoderamiento de la mujer son asuntos claves. La inequidad de géneros continúa y las mujeres enfrentan discriminación en el acceso a la educación, al trabajo, a la tenencia de bienes y en su participación en el gobierno. La violencia contra la mujer socava los esfuerzos de alcanzar todos los objetivos. La continuación de los avances hacia 2015 dependerá mucho de los éxitos que se logren en estos desafíos interrelacionados (ONU, Informe ODM 2012).

Para contribuir al ODM 3, es necesario crear conciencia efectiva de las relaciones dispares que enfrentan las mujeres. Existen áreas específicas sobre las que se deben trabajar: la discriminación, la igualdad de oportunidades, el liderazgo femenino, la conciliación de la vida laboral y familiar y la violencia contra la mujer. La empresa interesada en trabajar en este objetivo ha de considerar el trabajo en una o en varias de estas dimensiones:

Gráfico 5
¿Cómo dar soporte desde la RSE al ODM 3?



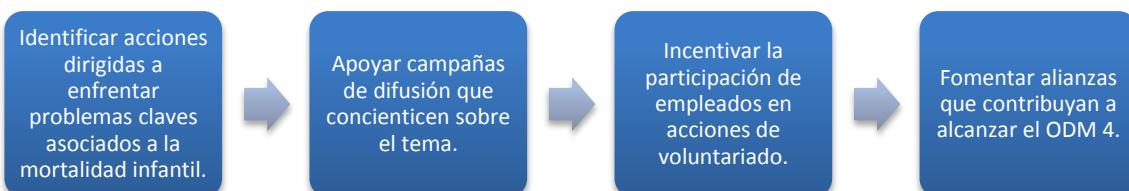
Fuente: Elaboración del autor

ODM 4. Reducir la mortalidad infantil

Los avances en la supervivencia infantil están acelerándose. A pesar del crecimiento de la población, la cantidad de muertes de niños menores de 5 años ha disminuido en todo el mundo: desde más de 12 millones en 1990, hasta 7,6 millones en 2010. Asimismo, los avances en los países en desarrollo también se han acelerado. África subsahariana, la región con el nivel de mortalidad más alto entre menores de 5 años, ha duplicado su tasa media de reducción, pasando del 1,2% al año entre 1990 y 2000, al 2,4% durante el período 2000-2010. (ONU, Informe ODM 2012).

La lucha por reducir la mortalidad infantil está directamente relacionada con la promoción del ejercicio del derecho a la salud. Sin embargo, un componente muy importante tiene que ver con la educación, que favorece desarrollar una perspectiva preventiva de aquellos factores que inciden en la mortalidad infantil. Más allá de cuestiones exclusivamente sanitarias, hay que resaltar que, como dice Prandi (2009), las grandes desigualdades económicas y sociales entre los países se han convertido en factores de mortalidad a gran escala.

Gráfico 6
¿Cómo dar soporte desde la RSE al ODM 4?



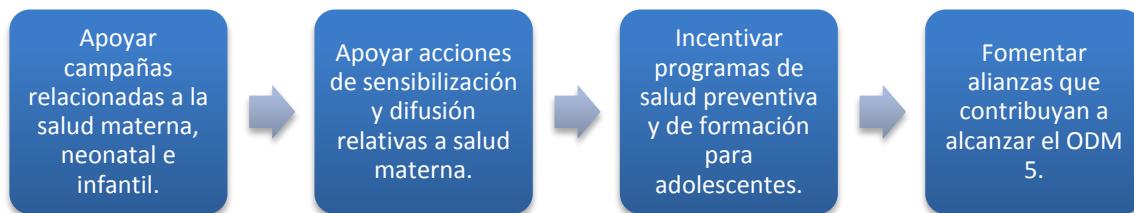
Fuente: Elaboración del autor

ODM 5. Mejorar la salud materna

El descenso de la mortalidad materna está muy lejos de la meta establecida para 2015. Hay importantes mejoras en la salud materna y en la reducción de la mortalidad materna, pero los avances aún son muy lentos. La disminución de la cantidad de embarazos entre las adolescentes y la expansión del uso de los métodos anticonceptivos han continuado, pero desde el 2000 lo ha hecho a un ritmo más lento que durante la década precedente (ONU, Informe ODM 2012).

Las madres se ven especialmente afectadas frente a condiciones de pobreza. La desigualdad en el acceso a los servicios, especialmente en áreas rurales, es uno de los factores que inciden en el problema.

Gráfico 7
¿Cómo dar soporte desde la RSE al ODM 5?



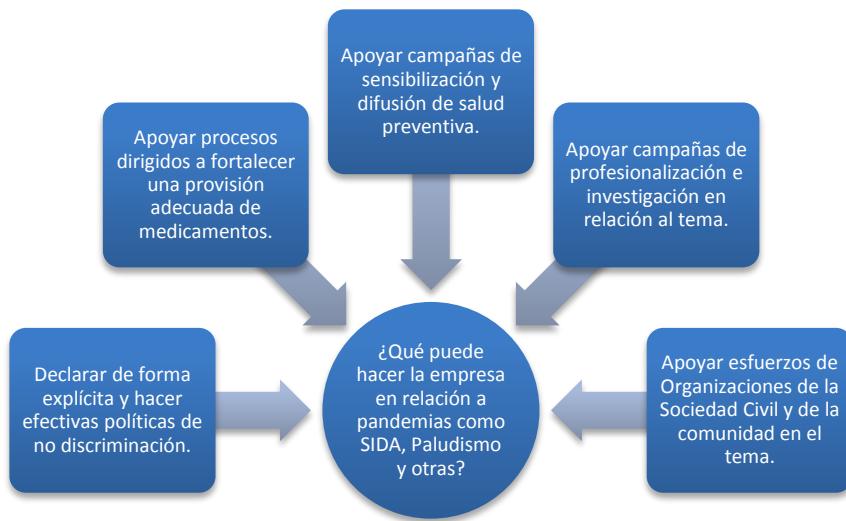
Fuente: Elaboración del autor

ODM 6. Combatir el SIDA, la malaria y otras enfermedades

En todas las regiones aumentó el acceso al tratamiento para las personas con VIH. A finales de 2010, en las regiones en desarrollo había 6,5 millones de personas que recibían tratamiento con antirretrovirales para el VIH o el SIDA. Esa cantidad constituye un aumento de más 1,4 millones de personas desde diciembre de 2009, y es el incremento más alto jamás logrado en un año. Sin embargo, no se alcanzó la meta de lograr el acceso universal en 2010. Por su parte, desde el año 2000, la incidencia estimada del paludismo ha disminuido un 17% en todo el mundo. En este mismo período, las tasas de mortalidad, debidas específicamente al paludismo, han disminuido un 25%. En 43 de los 99 países con transmisión activa de paludismo, los casos denunciados cayeron más de un 50% entre 2000 y 2010 (ONU, Informe ODM 2012).

En cuanto a la prevalencia de pandemias que, por razones de un desarrollo desequilibrado, provocan la muerte de millones de personas, estas constituyen una preocupación de vital importancia de cara a aquellos interesados en contribuir al desarrollo. Pese a esto, a decir del informe: “¿Pueden las empresas contribuir a los Objetivos de Desarrollo del Milenio?”, tan sólo 21 de las 100 empresas más grandes del mundo tienen una política sobre VIH/SIDA.

Gráfico 8
¿Cómo dar soporte desde la RSE al ODM 6?

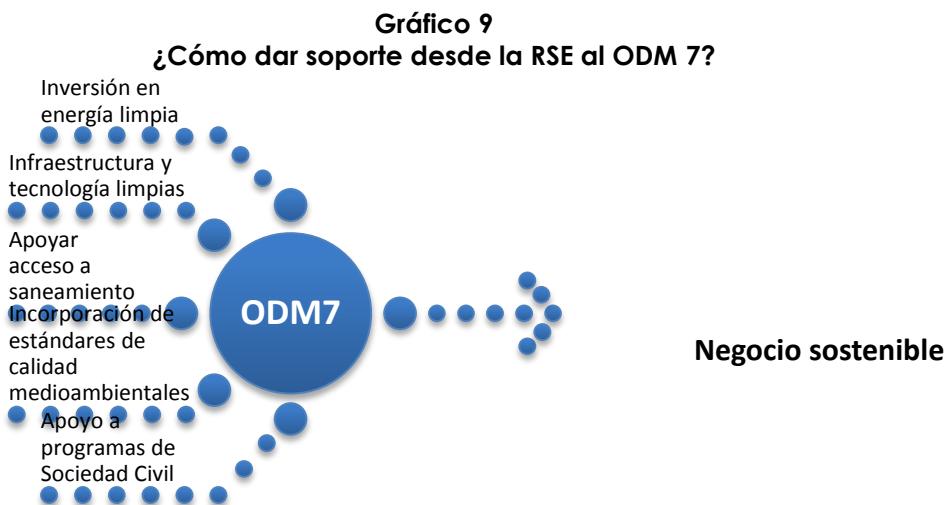


Fuente: Elaboración del autor

ODM 7. Asegurar la sostenibilidad medio ambiental

El uso de fuentes de agua mejoradas aún es bajo en las áreas rurales. Mientras que en 2010 el 19% de la población rural usaba fuentes de agua no mejoradas, en las áreas urbanas ese porcentaje era de solo un 4%. Como los aspectos relacionados con la seguridad, la confiabilidad y la sostenibilidad no se reflejan en los indicadores que se utilizan para seguir los avances de los ODM, es probable que ese porcentaje sobreestime la cantidad real de personas que usan fuentes de agua seguras. Y lo que es peor, casi la mitad de la población de las regiones en desarrollo (2.500 millones de personas) todavía no cuenta con instalaciones de saneamiento mejoradas. Para el 2015 el mundo habrá logrado solamente un 67% de cobertura, muy por debajo del 75% necesario para alcanzar el ODM 7 (ONU, Informe ODM 2012).

Este es uno de los ODM que requiere mayor compromiso, en virtud de que implica promover un cambio profundo en los sistemas de producción a nivel mundial. El ODM 7 considera como pilares fundamentales: la preservación del medio ambiente, el acceso al agua potable y a una vivienda en condiciones de salubridad. Para países como el Ecuador, la meta de reducción de pérdida de Biodiversidad aparece como un asunto central.



Fuente: Elaboración del autor

ODM 8. Fomentar una alianza mundial para el desarrollo

En 2011, el desembolso neto en ayuda para el desarrollo fue de 133.500 millones de dólares, o el 0,31% de los ingresos nacionales combinados de los países desarrollados. Si bien la ayuda aumentó en términos absolutos, supone un 2,7% menos en términos reales frente a 2010, cuando alcanzó su nivel máximo. Es obvio que las restricciones fiscales en varios países del Comité de Ayuda al Desarrollo (CAD) y de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) han afectado a sus presupuestos. Si se excluyen el alivio de la deuda y la asistencia humanitaria, la ayuda bilateral para los programas y proyectos de desarrollo cayó un 4,5% en términos reales (ONU, Informe ODM 2012).

En un escenario de caída de la cooperación es importante incorporar a las empresas, las universidades y la sociedad civil en otro nivel de compromiso. El ODM 8 convoca a una reducción de las desigualdades de desarrollo entre países, a resolver los problemas de la deuda y a democratizar los beneficios de las nuevas tecnologías. Así, es momento de establecer nexos para colaborar al cumplimiento de aspiraciones compartidas. Se habla de comprometer a estos sectores en la creación de valor donde el crecimiento económico estreche su mano con la reducción de desigualdades.

Gráfico 10
¿Cómo dar soporte desde la RSE al ODM 8?



Fuente: PRANDI (2009)

Afinar los comportamientos y prácticas

En muchas ocasiones, un acto regional, local o individual puede tener impactos positivos relevantes a nivel global. Es importante considerar las distintas dimensiones para la acción, a fin de apoyar los ODM.

Tabla 3
Acciones para implementar

<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cumplir rigurosamente con todos los aspectos previstos en materia de relaciones laborales por la legislación nacional e incentivar su cumplimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Promover la inclusión en los sistemas de proveedores y clientes de la perspectiva de trabajo decente propuesta por la OIT (ODM 1).
---	--

<ul style="list-style-type: none"> ❖ Promover el fortalecimiento del talento humano. ❖ Incentivar emprendimientos de pequeños productores. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Invertir en el desarrollo de los seres humanos (ODM 1). ❖ Incentivar la profesionalización de proveedores y pequeños productores (ODM 1). ❖ Ofrecer o facilitar acceso a crédito (ODM 1).
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Facilitar el equilibrio de la vida laboral y familiar. ❖ Fomentar la educación. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Crear condiciones en los espacios laborales que permitan a padres y madres participar de la educación de los hijos (ODM 2). ❖ Apoyar iniciativas dirigidas a la retención escolar, el mejoramiento de la calidad educativa y la erradicación del trabajo infantil (ODM 2).
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Impulsar la igualdad de oportunidades al interior de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ En la selección y contratación de personal se debe incluir una descripción clara del cargo y del perfil del aspirante, para evitar discriminación (ODM 3). ❖ Definir políticas y procedimientos para prevenir la discriminación en los procesos internos de administración de personal y pago de beneficios. (ODM 3).
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mantener el entorno y las condiciones de trabajo seguras y saludables. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Generar sistemas de salud preventiva sustentados en educación, para el personal interno, extensivo en lo posible a las familias y la comunidad (ODM 4, ODM 5, ODM 6). ❖ Desarrollar campañas de capacitación al interior de la empresa y de voluntariado para difundir información sobre pandemias (ODM 6).
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cumplir estándares de cuidado medioambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Incluir la perspectiva de protección y cuidado del medioambiente en los sistemas de relación con proveedores y clientes. (ODM 7). ❖ Apoyar campañas en curso, dirigidas a promover el cuidado del medioambiente y el uso de energías alternativas (ODM 7).
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Fomentar una alianza mundial para el desarrollo. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ser parte de la Red en Ecuador del Pacto Global (ODM 8) y del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, CERES. (ODM 8). ❖ Ofrecer asistencia técnica o transferir conocimientos y tecnologías a la cadena de valor (ODM 8).

Fuente: Elaboración del autor

Ejemplos de prácticas positivas

Diners Club del Ecuador

Desde el año 2001, Diners Club del Ecuador estableció una alianza con el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) para implementar el programa “Fortalecimiento del sistema educativo unidocente”, el cual tuvo por objetivo inicial 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 Club ha establecido alianzas, a través de convenios con instituciones especializadas, Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) y Organizaciones 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 el año 2010, la empresa participó en un diagnóstico realizado por la Oficina Regional de Naciones Unidas con el objetivo de conocer su aporte al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). En el marco de este estudio, se evaluó su programa sobre educación y niñez, realizado conjuntamente con UNICEF, el cual obtuvo el segundo lugar a nivel de América Latina. Asimismo, se hizo énfasis en la manera como ese programa se relacionaba con el cumplimiento, tanto del ODM 2 (lograr la enseñanza primaria universal) y del ODM 8 (fomentar alianzas para el desarrollo).

Grupo VIPS

En el Grupo VIPS en España existe un denominado “Agente de Igualdad”, que forma parte del Departamento de Recursos Humanos y que gestiona las denuncias (de diversos tipos) de forma confidencial. En cada curso de formación inicial, se insiste en los principios que destacan las virtudes de la diversidad “Respetar a las personas y valorar su diversidad”. (Asociación Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, ASEPM 2006).

Cadena de supermercados Mercadona

Esta empresa española concede a las trabajadoras que tengan o adopten un hijo, un permiso de maternidad de cinco meses, un mes más de lo que establece la ley. El 65% de la plantilla está formada por mujeres, con una media de edad de 30 años. (ROSER 2005).

Yogures Shokti Doi

Grameen Bank y Danone crean un “joint venture” con el objetivo de producir yogures de alto poder nutritivo y bajo precio en la región de Bogra (Bangladesh), donde el nivel de malnutrición infantil en menores de 5 años alcanza el 47%. El yogur Shokti Doi aporta el 30% de las necesidades diarias de un niño en vitamina A, hierro, zinc y yodo. La fábrica donde se produce cuenta con poca automatización para contribuir a la creación de puestos de trabajo. Se fomenta también la generación de empleo mediante dos vías: entre los granjeros de la zona que son asesorados por veterinarios de la empresa sobre producción y venta de leche, así como a través del sistema de distribución de las “Grameen Ladies”, mujeres que se dedican a la venta personal ‘puerta a puerta’, PRANDI (2009).

Crêpes & Waffles

Crêpes & Waffles es una cadena de 30 restaurantes colombianos, con nueve sucursales en distintos países del mundo como España, México, Panamá y Ecuador. Se destaca por su gastronomía y por su responsabilidad social en relación a su público interno, según destacó el premio “El Colombiano Ejemplar”, recibido en la categoría de Institución-Economía.

La empresa, creada por una joven pareja universitaria, se inició en 1980, en Bogotá. Lo que era un pequeño garaje de ambiente informal, con los años se convirtió en una

cadena internacional de comidas. En la actualidad contratan a más de 1.500 trabajadores, de los cuales 1.350 son mujeres, en su mayoría jefas de hogar. Las mujeres desempeñan cargos de servicio al cliente, producción y administración. Las acciones de esta empresa en RSE, alineadas con los ODM, demuestran las ventajas competitivas que se pueden lograr con un buen plan de trabajo que contemple la equidad de género. (KORIN 2009).

CAJÓN DE HERRAMIENTAS

 Hasta este momento se ha revisado ¿qué se puede hacer por cada ODM? y ¿cómo afinar las prácticas institucionales?.

Es el momento de empezar a trabajar. Aquí algunas herramientas:

I. SABER MÁS

Termómetro 3. ODM específicos. ¿Dónde trabajar?

Se recomienda reflexionar sobre las acciones concretas que la empresa desarrolla en función de cada ODM. Mientras las respuestas se acerquen más al valor 1 sabrá que hay que poner en marcha planes de ajuste de acciones de RSE a los ODM de interés.

En el Capítulo 3 hay elementos que serán útiles para generar acciones relativas a la aplicación de RSE a ODM específicos.

Preguntas generadoras	Valores				Observaciones para oportunidades de mejora
	1	2	3	4	
¿El portafolio de iniciativas de RSE de la empresa se define considerando ODM específicos?					
¿Las acciones de RSE de la empresa se desarrollan en algún campo como salud, educación o medioambiente que permitan su alineación a los ODM 2, 4,5, 6 o 7?					
¿Se tiene como grupos de interés a sectores populares, mujeres y niños?					
¿Se tiene alguna incidencia en determinados sectores empresariales o públicos que permitan alcanzar el ODM 8?					

1. Nada; 2. Poco; 3. Medianamente; 4. Suficiente

II. PARA PENSAR

Actuar sobre ODM específicos implica reconocer que se debe tener un rol frente a problemáticas como Pobreza, Salud, Educación y Medioambiente.

Un concepto que respalda la necesidad de intervenir, es el de la Competitividad Responsable, que implica trasladar consistencia y coherencia entre metas y resultados sociales y ambientales al corazón mismo de la empresa. Esto pretende generar un “equilibrio” entre las necesidades de la competitividad y otros intereses de la sociedad, para que no aparezcan como si se tratara de metas distintas, que requieren distintos instrumentos y políticas.

Una estrategia de Competitividad Responsable apunta a mejorar la productividad a través de la reformulación de prácticas de negocios, y del contexto en el que operan las empresas, para tener en cuenta, en forma explícita, sus impactos sociales, económicos y ambientales (Accountability 2006).

Gráfico 11
Competitividad responsable



Para hacer

- Si está a cargo de estos temas puede organizar un encuentro con colaboradores clave para tratarlos.

III. HERRAMIENTAS ÚTILES

Replique los mejores ejemplos

Para ser innovadores se debe tener la capacidad de identificar las prácticas positivas que otros realizan en el campo que se quiere emprender, con ODM específicos.

Este ejercicio se enmarca en los parámetros de lo que se define como una competitividad responsable en donde “si los intereses de las empresas están alineados con el bien común; y a la vez se implementan estrategias empresariales y políticas públicas apropiadas y se logra la participación de la sociedad civil, las prácticas empresariales excepcionales y responsables pueden convertirse en la norma general”, (Accountability 2006).



Benchmarking

- Pasos sistemáticos y continuos para evaluar comparativamente los productos, servicios y procesos de trabajo en organizaciones.

Pasos a seguir

1. Elabore un listado de empresas que cuenten con un portafolio de iniciativas de RSE alineadas a ODM.
2. Investigue sobre estas experiencias a través de distintas fuentes, incluyendo entrevistas con responsables de las iniciativas en las empresas.
3. Desarrolle un informe en el que recojas las lecciones exitosas.
4. Prepare un reporte de conclusiones y organice una reunión de presentación de estas prácticas en la empresa.

IV. ¿CÓMO HACER?

El Estudio de Responsabilidad Social de Empresas del Ecuador (Torresano, 2012) propone algunas recomendaciones que se presentan en el grafico 12, a propósito de las buenas prácticas que las empresas desarrollan:

Gráfico 12
Recomendaciones a los actores de RSE

Detalle	Empresa	Estado	Sociedad Civil	Consumidor
Establecer alianzas por desarrollo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Tender puentes de diálogo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Sensibilizar sobre la RS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Promover cultura de RS en empresas	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Articular propuestas de desarrollo conjuntas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Reconocer a la Empresa socialmente responsable	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Participar en acciones de RS (con empresa)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

CAPÍTULO 4.

Y ¿QUÉ TAN LISTOS ESTAMOS PARA AYUDAR A CAMBIAR EL MUNDO?

El programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) Colombia, generó una herramienta que permite desarrollar un Diagnóstico Inicial para identificar los aportes que realizan las empresas a los ODM.

En esta guía se presenta este instrumento, para que las empresas obtengan información útil sobre la alineación de las acciones de RSE con los ODM.

La Herramienta de Diagnóstico Inicial se aplica en función de los 8 Objetivos de Desarrollo del Milenio. Incluye un total de 51 preguntas, salvo aquellas relativas a los temas de salud, las cuales fueron integradas bajo un mismo capítulo correspondiente a los tres ODM relacionados con este tema.

La herramienta está dividida por secciones, que incluyen:

- ❖ Perfil de la empresa
- ❖ ODM 1: Erradicar la pobreza y el hambre extrema.
- ❖ ODM 2: Lograr la educación básica universal.
- ❖ ODM 3: Promover la equidad de género y la autonomía de la mujer.
- ❖ ODM 4: Reducir la mortalidad infantil.
- ❖ ODM 5: Mejorar la salud materna.
- ❖ ODM 6: Combatir el VIH-SIDA, malaria y otros.
- ❖ ODM 7: Garantizar la sostenibilidad ambiental.
- ❖ ODM 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Las preguntas se dividen en:

- a) Binarias, cuya respuesta puede ser sí o no.
- b) De selección múltiple: donde es posible marcar todas, algunas o ninguna de las opciones que se presentan.
- c) De control, las cuales hacen referencia a cantidades, fechas o nombres.

Tabla 4
Herramienta de Diagnóstico Inicial ODM.
Desarrollada por PNUD Colombia

A. Perfil de la empresa

Variables	Respuestas
¿Cuántos empleados tenía en el 2012?	
❖ A término indefinido	
❖ Contratados directamente por la empresa	
❖ Contratados a través de una agencia de empleo	
❖ Número total de empleados	
Número de empleados con alguna discapacidad	
Promedio de antigüedad de los empleados en el 2012	
Porcentaje de rotación de los empleados en el:	

❖ 2012		
❖ 2011		
❖ 2010		
Ingresos operacionales 2012		
Número de usuarios que tenía en el 2012		

B. ODM 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre

Variables	Valores		Observaciones para oportunidades de mejora
	Sí	No	
1. ¿La empresa tiene definida una política para que las comunidades de escasos recursos tengan acceso a sus productos o servicios?			
2. ¿En la cadena de valor se vinculan iniciativas productivas, asociativas o comunitarias?			
3. ¿La empresa apoya programas que crean capacidad local para desarrollo de las comunidades?			
4. ¿La empresa ofrece condiciones especiales de acceso en la prestación de servicios y/o productos que venden a las comunidades de escasos recursos adicionales a los exigidos por la ley?			
5. ¿La empresa apoya el acceso de los miembros de comunidades de escasos recursos a programas y/o campañas de nutrición?*			
5.1. Inversión anual			
5.2. Duración del programa			
6. ¿La empresa apoya programas de sostenibilidad alimentaria?			

* Si la respuesta es Sí, continuar con 5.1 y 5.2 colocando valores en observaciones. Si la respuesta es NO, pasar a la pregunta 6.

C. ODM 2: Lograr la educación básica universal

Variables	Valores		Observaciones para oportunidades de mejora
	Sí	No	
7. ¿La empresa promueve y/o apoya programas de educación básica primaria?*			
7.1. Los beneficiarios de estos programas son:			
❖ Empleados y/o su familia			
❖ Cadena de Valor			
❖ Comunidad			
8. ¿La empresa promueve y/o apoya programas de educación secundaria?*			
8.1. Los beneficiarios de estos programas son:			
❖ Empleados y/o su familia			
❖ Cadena de Valor			
❖ Comunidad			
9. ¿La empresa promueve y/o apoya programas de educación media?*			

9.1. Los beneficiarios de estos programas son:			
❖ Empleados y/o su familia			
❖ Cadena de Valor			
❖ Comunidad			
10. ¿La empresa promueve y/o apoya programas de educación para nivelación escolar?*			
10.1. Los beneficiarios de estos programas son:			
❖ Empleados y/o su familia			
❖ Cadena de Valor			
❖ Comunidad			
11. ¿En cuál de los siguientes aspectos realiza la empresa donaciones a colegios locales u Organizaciones de la Sociedad Civil que trabajen en el sector educativo?			
❖ Tecnología			
❖ Fortalecimiento institucional			
❖ Entrenamiento de maestros			
❖ Infraestructura			
❖ Ninguna de las anteriores			
❖ Tecnología			
12. ¿La empresa apoya o promueve algún programa o proyecto encaminado a superar el analfabetismo en personas entre los 15 y 24 años?			
12.1. Los beneficiarios de estos programas son:			
❖ Empleados y/o su familia			
❖ Cadena de Valor			
❖ Comunidad			

* Si la respuesta es SÍ, continuar con el valor (.1) y viñetas. Si la respuesta es NO, pasar a la siguiente pregunta con valor de número entero.

D. ODM 3. Promover la equidad de género y la autonomía de la mujer

Variables	Valores		Observaciones para oportunidades de mejora
	Sí	No	
13. ¿La empresa tiene alguna política que sanciona de manera expresa el maltrato, el acoso sexual y la violencia contra la mujer?			
14. ¿La empresa cuenta con un programa o política que prevenga cualquier forma de discriminación hacia las mujeres?			
15. ¿La empresa ha brindado información a sus empleados sobre leyes que sancionen el acoso laboral?			
16. Del total de empleados, cuántos hombres y cuantas mujeres ocupan los cargos en*:			
❖ Nivel Directivo			
❖ Nivel Ejecutivo			
❖ Nivel operativo			
❖ Otro, ¿cuál?			
17. Del total de la nómina, señale el monto que corresponde a:			
❖ Nivel Directivo			
❖ Nivel Ejecutivo			
❖ Nivel operativo			

❖ Otro, ¿cuál?			
18. Dentro de su cadena de valor, ¿apoya algún tipo de iniciativas empresariales de mujeres?			
19. ¿La empresa apoya programas o entidades que presten servicios para el desarrollo y protección de las mujeres?**			
19.1. Inversión anual			
20. ¿La empresa apoya alguna campaña que busque disminuir el acoso sexual y cualquier expresión de violencia contra la mujer?**			
20.1. A quién está dirigida la campaña:			
❖ Empleados y/o su familia			
❖ Cadena de Valor			
❖ Comunidad			
21. ¿La empresa brinda información a sus empleados sobre autoridades a las que puede acudir en caso de violencia intrafamiliar?			

* Colocar los números exactos de hombres y mujeres en la columna de observaciones.

** Si la respuesta es Sí, continuar con el valor (.1) y viñetas. Si la respuesta es NO, pasar a la siguiente pregunta con valor de número entero.

E. ODM 4. Reducir la mortalidad infantil; ODM 5. Mejorar la Salud Materna; Combatir VIH SIDA, Malaria y otros

Variables	Valores		Observaciones para oportunidades de mejora
	Sí	No	
22. ¿La empresa apoya algún programa o campaña que tenga como objetivo promover la higiene básica y sanitaria en comunidades de escasos recursos?			
23. ¿La empresa apoya algún programa o campaña que tenga como objetivo promover la vacunación en niños menores de 5 años?*			
23.1. ¿A quién está dirigida la campaña?			
❖ Empleados y/o su familia			
❖ Cadena de Valor			
❖ Comunidad			
24. ¿La empresa apoya algún programa o campaña que tenga como objetivo minimizar la mortalidad infantil?*			
24.1. ¿A quién está dirigida la campaña?			
❖ Empleados y/o su familia			
❖ Cadena de Valor			
❖ Comunidad			
25. ¿La empresa facilita el acceso a servicios de guardería, hogares de atención o preescolar para los hijos menores de sus trabajadores?			
26. ¿La empresa realiza campañas internas sobre métodos modernos de contracepción?			
27. ¿La empresa apoya o colabora en la realización de programas, campañas o proyectos que ayuden a mejorar la salud sexual y reproductiva?*			
27.1. ¿A quién está dirigida la campaña?			
❖ Empleados y/o su familia			

❖ Cadena de Valor			
❖ Comunidad			
28. ¿De qué forma la empresa promueve internamente los temas asociados a salud sexual y reproductiva?			
❖ Campañas			
❖ Conferencias			
❖ Boletines informativos			
❖ Ninguna de las anteriores			
❖ Otros. ¿Cuáles?			
29. ¿La empresa apoya algún programa o campaña que tenga como objetivo promover la salud materna?*			
29.1. ¿A quién está dirigida la campaña?			
❖ Empleados y/o su familia			
❖ Cadena de Valor			
❖ Comunidad			
30. ¿La empresa ofrece facilidades para que sus empleados accedan a:			
❖ Planes adicionales de salud			
❖ Complejos deportivos			
❖ Ninguna de las anteriores			
❖ Otros. ¿Cuáles?			
31. ¿La empresa promueve programas y/o actividades de sensibilización dentro de sus empleados sobre prevención del VIH/SIDA, malaria, dengue u otras enfermedades epidémicas?			
32. ¿La empresa promueve programas y/o actividades de sensibilización en la comunidad sobre prevención del VIH/SIDA, malaria, dengue u otras enfermedades epidémicas?			
33. ¿La empresa promueve programas y/o actividades de sensibilización dentro de su cadena de valor sobre prevención del VIH/SIDA, malaria, dengue u otras enfermedades epidémicas?			
34. ¿La empresa apoya programas para los niños huérfanos a causa del VIH/SIDA?			

* Si la respuesta es SÍ, continuar con el valor (.1) y viñetas. Si la respuesta es NO, pasar a la siguiente pregunta con valor de número entero.

F. ODM 4. Garantizar la sostenibilidad ambiental

Variables	Valores		Observaciones para oportunidades de mejora
	Sí	No	
35. ¿La empresa tiene una Política Ambiental definida?*			
35.1. Año de implementación**			
36. ¿La empresa tiene prácticas de gestión ambiental certificadas?			
37. ¿A qué nivel de divulgación se hacen los programas ambientales al interior de la empresa?			
❖ Más del 80% de los empleados			
❖ Entre el 50% y menos del 80% de los empleados			
❖ Menos del 50% de los empleados			
❖ Ninguna divulgación			
38. La empresa apoya o desarrolla campañas sobre:			
❖ Contaminación de fuentes de agua			
❖ Reducción en el consumo de sustancias agotadoras de			

la capa de ozono			
❖ Manejo de residuos sólidos			
❖ Disminución de recursos naturales			
❖ Manejo de residuos electrónicos			
❖ Manejo de residuos de riesgo biológico			
❖ Otros			
39. ¿La empresa cuenta con programas que apoyan el acceso a agua potable en la comunidad?			
40. ¿La empresa cuenta con programas que apoyan el acceso al servicio de alcantarillado en la comunidad?			
41. ¿La empresa financia algún programa que tenga como objetivo la protección y conservación de parques naturales?*			
41.1. Inversión anual			
41.2. Lugar			
42. ¿La empresa apoya algún programa de reforestación?			
43. ¿La empresa apoya algún programa que tenga como objetivo mejorar las condiciones de vivienda de las personas que viven en asentamientos precarios?*			
43.1. Inversión anual			
43.2. Lugar			
44. ¿La empresa tiene algún programa que facilita a sus empleados de menores ingresos el acceso a vivienda propia?			

* Si la respuesta es Sí, continuar con el valor (.1) y viñetas. Si la respuesta es NO, pasar a la siguiente pregunta con valor de número entero.

** Incluya respuesta en columna de observaciones.

G. ODM 8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

Variables	Valores		Observaciones para oportunidades de mejora
	Sí	No	
45. ¿La empresa tiene políticas expresas contra la competencia desleal?			
46. ¿La empresa tiene algún sistema de monitoreo para evitar prácticas restrictivas a la libre competencia?			
47. ¿La empresa tiene programas de contratación de aprendices para generarles ingresos a través de un trabajo digno?			
48. ¿Apoya programas para que las comunidades de escasos recursos tengan acceso a tecnologías de la información, comunicación e internet?			
48.1. Inversión anual			
48.2. Lugar			
49. ¿La empresa participa en debates ante las autoridades sobre temas relacionados con:			
❖ Competencia desleal			
❖ Prácticas antimonopolio			
❖ Relaciones comerciales internacionales			
❖ Ninguna			
50. Dentro de los criterios de selección y evaluación de los proveedores y contratistas, ¿se exige que éstos cumplan con las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?			
51. ¿La empresa suscribió el Global Compact?			

* Si la respuesta es Sí, continuar con el valor (.1) y viñetas. Si la respuesta es NO, pasar a la siguiente pregunta con valor de número entero.

EPÍLOGO, Y DESPUÉS DEL 2015 ¿QUÉ?

Los retos están planteados. Los compromisos también. La consigna se traduce en una convocatoria a juntar el hombro para hacer posible “El Futuro que Queremos para Todos”.

Precisamente así se llama la campaña que hoy está impulsando Naciones Unidas para delinear lo que serán los retos globales post 2015, donde lo central de la nueva agenda, es asegurar que la globalización dé como resultado un mundo que responda a las necesidades de las presentes y futuras generaciones.

Hacer realidad esta aspiración lleva a cuestionar sobre las formas de producir, comercializar, vender y consumir. Sobre los valores y ética que se colocan en lo alto de la pirámide.

Se debe comprender que la riqueza material es un medio y no un fin; y que no hay empresa ni negocio que crezca y se sostenga en el tiempo, si la comunidad circundante se destruye a pedazos.

En consecuencia, ya no es posible mantener miradas indiferentes ante el hambre, la inseguridad, la violencia, la enfermedad y la frustración, que frenan el desarrollo.

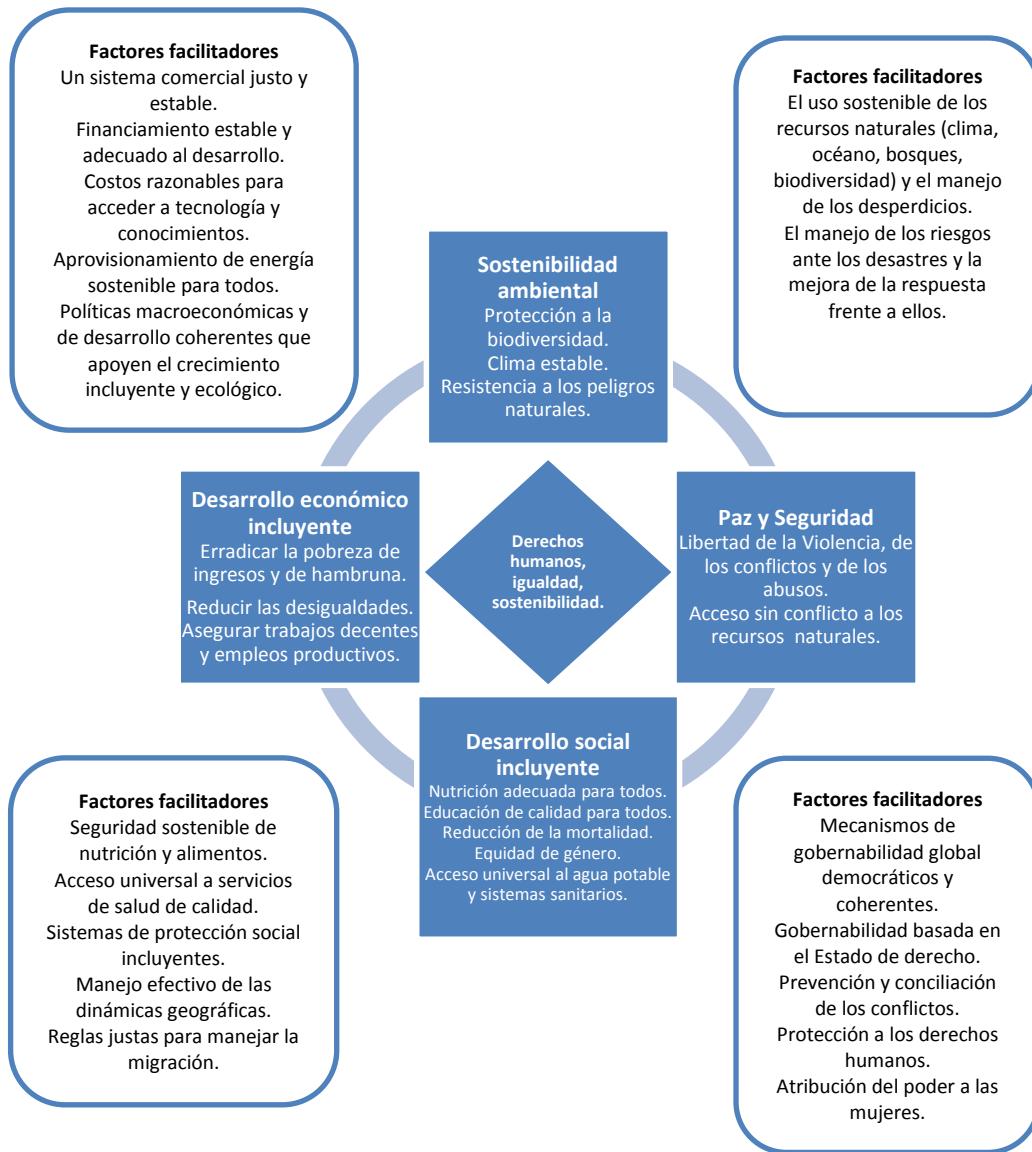
Si como dice Steiner, “la responsabilidad económica no significa incompatibilidad con otras responsabilidades de la empresa en la sociedad; y que en la sociedad contemporánea, todas las responsabilidades de las empresas están tan interrelacionadas que no deben ni pueden ser separadas”(citado en Ospina, 2008); es claro que, en los temas de los ODM y la agenda post 2015, las empresas socialmente responsables tienen una voz que tiene que hacerse escuchar y unos brazos fuertes a sumar a las tareas de la alianza mundial por el desarrollo.

¿Cuáles son estas tareas? Un equipo de expertos que representa a 50 entidades de las Naciones Unidas y algunas otras organizaciones internacionales, sintetizan las prioridades:

- a. El cambio debe empujarse hacia un modelo de desarrollo incluyente, sostenible y enfocado en las personas.
- b. Atender a los principios fundamentales: derechos humanos, igualdad y sostenibilidad.
- c. Tomar en cuenta cuatro dimensiones centrales: desarrollo social incluyente, sostenibilidad ambiental, desarrollo económico incluyente, seguridad y paz.

Dados los nuevos contextos, actores y retos que el mundo enfrenta, la alianza global para el desarrollo deberá ser reorientada y ligada a las dimensiones de la agenda post 2015. El desarrollo sostenible que logre reducir la pobreza, la desigualdad y la vulnerabilidad requerirá alianzas más fuertes entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil. Sólo esto asegurará que el comercio internacional y las inversiones nacionales y extranjeras contribuyan a la creación de empleos productivos, a la seguridad económica y a inversiones en salud, en educación, al desarrollo rural, y a la infraestructura sanitaria e hidráulica, mientras que salvaguardan los derechos humanos y promueven la atribución de poder a las mujeres. (ONU, 2012, Informe Post 2015).

Gráfico 13
Modelo holístico para realizar “El Futuro que Queremos”



Fuente: Naciones Unidas, Informe “El Futuro que Queremos”

BIBLIOGRAFÍA

- ❖ ACCOUNTABILITY. 2006. Zadek Simon y otros. *Competitividad Responsable*. INCAE.
- ❖ ASEPAM. 2006. *Guía para implantar el objetivo 6 del Pacto Global*.
- ❖ KORIN, Mercedes. 2009. *La empresa del nuevo milenio: de los valores a la acción*. Fundación Ecología y Desarrollo. España.
- ❖ La Campaña del Milenio, y TakingITGlobal y La Red Global de Acción Juvenil. 2005. *Solo con tu voz*.
- ❖ ONU, 2012. *El Futuro que queremos para todos*. Informe para el Secretario General. Nueva York.
- ❖ OSPINA, Alexandra. *¿Cómo la Responsabilidad Social Empresarial aporta a los Objetivos del Milenio?* GTZ. Bogotá – Colombia 2012.
- ❖ PNUD. 2008. *Objetivos de Desarrollo del Milenio. Podemos Lograrlo*. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá Colombia.
- ❖ PRANDI, María. 2009. *¿Pueden las empresas contribuir a los Objetivos de Desarrollo del Milenio?* Escola de Cultura de Pau- ESADE. Barcelona. España.
- ❖ ROSEN, Isabel. 2005. *Guía de la responsabilidad social corporativa para las Pymes*. Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa.
- ❖ SALAZAR, Humberto (2011). *Ciencias Sociales*. Editorial Prolipa. Quito – Ecuador.
- ❖ TORRESANO, Mónica (2012). *Estudio de Responsabilidad Social de Empresas del Ecuador*. Avina. Quito – Ecuador.
- ❖ Valor, C. (2007): *La contribución de la industria energética a los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Análisis de la industria energética*. Documento de Trabajo del Observatorio de la RSC.