

# RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

ADMINISTRACIÓN

Innovación que  
**TRANSFORMA**

**FICHA**  
GENERAL

# **ADMINISTRACIÓN**

**Modalidad:** Híbrida

**Materia:** Responsabilidad Social Empresarial

**Docente:** Andrés Bernal Troya

**2023-2024**

**AUTOR / OBRA**  
Ing. Andrés Sebastián Bernal Troya

**REVISORES INTERNOS**  
PhD. Juan Francisco Cordero

**COLABORADORES**  
Diego Vintimilla

**DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN**  
Diego Vintimilla  
Andrés Bernal



© Institutos Superior Tecnológico Wissen

**Primera Edición, 2024**

© Instituto Superior Tecnológico Wissen

Av. 10 de agosto y J. María Sánchez Cuenca –  
Ecuador

(+593) 0987934934

investigacion@wissen.edu.ec

<http://www.wissen.edu.ec/>

[www.wissen.edu.ec](http://www.wissen.edu.ec)

Año de publicación: 2024

La reproducción parcial o total de esta obra,  
en cualquier forma y por cualquier medio  
mecánico o electrónico, está permitida  
siempre y cuando sea autorizada por los  
editores y se cite correctamente la fuente.

**DISTRIBUCIÓN GRATUITA**  
**PROHIBIDA SU VENTA**

|                                                                           |           |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>INTRODUCCIÓN .....</b>                                                 | <b>3</b>  |
| Descripción de la Asignatura .....                                        | 3         |
| Objetivo General de la Asignatura .....                                   | 3         |
| Resultados de Aprendizaje .....                                           | 3         |
| <b>1. Unida 1: Empresas Responsables .....</b>                            | <b>5</b>  |
| 1.1 Sostenibilidad Empresarial.....                                       | 5         |
| 1.1.1 Características de la Sostenibilidad Empresarial .....              | 5         |
| 1.1.2 ¿Cómo alcanzar la Sostenibilidad Empresarial? .....                 | 5         |
| 1.2 Conceptualización: Responsabilidad Social Empresarial .....           | 6         |
| 1.3 Principios de la Responsabilidad Social Empresarial.....              | 7         |
| <b>2. Unidad 2: Ejes Transversales de la Responsabilidad Social .....</b> | <b>9</b>  |
| 2.1 Indicadores ETHOS .....                                               | 9         |
| 2.1.1 Indicadores Ethos .....                                             | 9         |
| 2.2 Diseño, implementación y evaluación de programas de RSE .....         | 12        |
| <b>3. Unidad 3: Responsabilidad Social Empresarial: Caso Ecuador.....</b> | <b>14</b> |
| 3.1 Casos Prácticos .....                                                 | 14        |
| 3.1.1 Análisis de Caso: PACARI .....                                      | 14        |
| 3.1.1.1 Responsabilidad Social: Empoderamiento de los Agricultores: ..... | 14        |
| 3.1.1.2 Sostenibilidad Empresarial: Protección del Medio Ambiente: .....  | 14        |
| 3.1.2 Empresas tipo B:.....                                               | 15        |
| 3.1.2.1 ¿Qué es una Empresa Tipo B?.....                                  | 15        |
| 3.1.2.2 Elementos Clave de las Empresas Tipo B.....                       | 15        |
| 3.1.2.3 Áreas de Análisis en las Empresas Tipo B.....                     | 16        |
| 3.1.3. Emprendimientos Sociales e Inclusivos .....                        | 17        |
| 3.1.3.1 Características del Emprendimiento Social .....                   | 17        |
| 3.1.3.2 El Rol del Emprendimiento Social en la RSE: .....                 | 17        |
| 3.1.4 Emprendimiento en la Base de la Pirámide (BdP) .....                | 18        |
| 3.1.4.1 El Rol del Emprendimiento en la Base de la Pirámide:.....         | 18        |
| 3.4.1.2 Características del Emprendimiento en la BdP: .....               | 19        |
| 3.4.1.3 El Impacto Social del Emprendimiento en la BdP:.....              | 19        |

**4. Unidad 4: Sostenibilidad Empresarial: Objetivos de Desarrollo Sostenible.....** ¡Error! Marcador no definido.

|                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.1 Sostenibilidad Empresarial basada en los ODS: .....                        | 20        |
| 4.1.1 La Sostenibilidad Empresarial y su Relación con los ODS: .....           | 20        |
| 4.1.2 Los ODS como Marco para la Acción Empresarial: .....                     | 21        |
| 4.1.3 Implementación de la Sostenibilidad Empresarial basada en los ODS: ..... | 21        |
| <b>Bibliografía: .....</b>                                                     | <b>22</b> |

## INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) representa el compromiso consciente y activo de una empresa para actuar de manera ética y contribuir al desarrollo económico, al tiempo que mejora la calidad de vida de sus trabajadores, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general. Por ello, es fundamental conocer de manera integral sus componentes, mecanismos y la forma de operativizar su implementación.

Esta guía se presenta como una herramienta didáctica clave, diseñada para que los estudiantes comprendan de manera holística el funcionamiento de la RSE, así como sus implicaciones éticas y sociales, esenciales para que una empresa logre una operación óptima y responsable.

### Descripción de la Asignatura

En la asignatura de RSE tiene como finalidad desarrollar en los estudiantes una comprensión holística de los principios éticos, sociales y ambientales que guían a las empresas en su contribución al desarrollo sostenible. A través de esta materia, se analizará los fundamentos organizativos y el impacto de las decisiones corporativas en la sociedad. Además, se adquirirá herramientas para diseñar e implementar estrategias responsables que promuevan un equilibrio entre los intereses económicos y el bienestar colectivo.

### Objetivo General de la Asignatura

El objetivo de la presente guía es que los estudiantes tengan la capacidad de comprender los fundamentos de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), su capacidad de diseñar, implementar y evaluar estrategias sostenibles que integren principios éticos, sociales y ambientales en las operaciones empresariales, con el fin de generar un impacto positivo en la sociedad y fortalecer la competitividad y reputación de las organizaciones en un entorno global.

### Resultados de Aprendizaje:

- **Resultados de aprendizaje de conocimiento:**
  - a. Conocer los fundamentos teóricos-legales y los requisitos aplicables a un sistema de responsabilidad social empresarial.
  - b. Reconocer las partes interesadas de una organización y sus requerimientos respecto a la responsabilidad social empresarial.
- **Resultados de aprendizaje de destrezas:**



- a. Conocer métodos para verificar el cumplimiento de la planificación de un sistema de responsabilidad social empresarial.
  - b. Identificar y plantear políticas de responsabilidad social empresarial y sus objetivos.
  - c. Planificar la ejecución de un sistema de responsabilidad social empresarial y reconocer los riesgos asociados.
- **Resultados de aprendizaje de valores y actitudes:**
    - a. Demostrar una actitud ética y responsable frente a las prácticas empresariales, evidenciando compromiso con la sostenibilidad.



# Empresas Responsables

## 1.1 Sostenibilidad Empresarial

La sostenibilidad empresarial es un enfoque integral que busca garantizar la viabilidad y el éxito a largo plazo de una empresa mediante la incorporación de prácticas responsables en los ámbitos económico, social y ambiental.

Según Elkington (1997), este concepto implica que las empresas no solo deben centrarse en la rentabilidad financiera, sino también en minimizar su impacto negativo en el medio ambiente y contribuir positivamente al bienestar de la sociedad. Dyllick y Muff (2016) amplían esta idea al sugerir que la verdadera sostenibilidad empresarial requiere un cambio en la perspectiva tradicional de los negocios, orientándose hacia la creación de valor sostenible.

### 1.1.1 Características de la Sostenibilidad Empresarial

Las principales características que definen la sostenibilidad empresarial incluyen:

- **Triple Cuenta de Resultados (Triple Bottom Line):** Introducido por Elkington (1997), este enfoque propone que las empresas evalúen su desempeño en función de tres dimensiones interrelacionadas: económica, social y ambiental.
- **Gestión Responsable de Recursos:** Implica el uso eficiente y sostenible de los recursos naturales y humanos, promoviendo prácticas que reduzcan el desperdicio y fomenten la conservación (Hart & Milstein, 2003).
- **Innovación Sostenible:** Fomenta el desarrollo de productos y servicios que satisfagan las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, impulsando así la innovación en modelos de negocio sostenibles (Nidumolu, Prahalad y Rangaswami, 2009).
- **Compromiso con las Partes Interesadas:** Reconoce la importancia de mantener relaciones transparentes y equitativas con todos los stakeholders, incluyendo empleados, clientes, proveedores y la comunidad (Freeman, 1984).
- **Adaptabilidad y Resiliencia:** Las empresas sostenibles están preparadas para adaptarse a los cambios en el entorno económico, social y ambiental, asegurando su continuidad y éxito a largo plazo (Sroufe y Montiel, 2016).

### 1.1.2 ¿Cómo alcanzar la Sostenibilidad Empresarial?

Para lograr la sostenibilidad empresarial, las organizaciones pueden seguir los siguientes pasos:

- **Integración en la Estrategia Corporativa:** La sostenibilidad debe ser un componente central en la planificación estratégica, influenciando la toma de decisiones en todos los niveles de la empresa. Esto implica definir objetivos claros y medibles en materia de sostenibilidad.
- **Fomentar una Cultura Organizacional Sostenible:** Es esencial educar y comprometer a los colaboradores en prácticas sostenibles, creando un entorno laboral que valore la responsabilidad social y ambiental.

- Implementación de Sistemas de Gestión Ambiental y Social: Adoptar estándares y certificaciones reconocidas, como ISO 14001 para gestión ambiental para responsabilidad social, que guíen las prácticas sostenibles y aseguren el cumplimiento de las normativas (International Organization for Standardization, 2015).
- Participación Activa de las Partes Interesadas: Mantener un diálogo abierto con los stakeholders para entender sus expectativas y preocupaciones, incorporándolas en las políticas y acciones de la empresa (Freeman, 1984). Esto fortalece la confianza y mejora la reputación corporativa.
- Medición y Reporte del Desempeño en Sostenibilidad: Utilizar indicadores clave de desempeño (KPIs) y elaborar informes de sostenibilidad siguiendo estándares como el Global Reporting Initiative (GRI) para evaluar y comunicar el progreso en materia de sostenibilidad.
- Innovación Continua: Buscar constantemente oportunidades para innovar en productos, procesos y modelos de negocio que promuevan la sostenibilidad, adaptándose a las tendencias y demandas del mercado.

## 1.2 Conceptualización: Responsabilidad Social Empresarial

### Definición

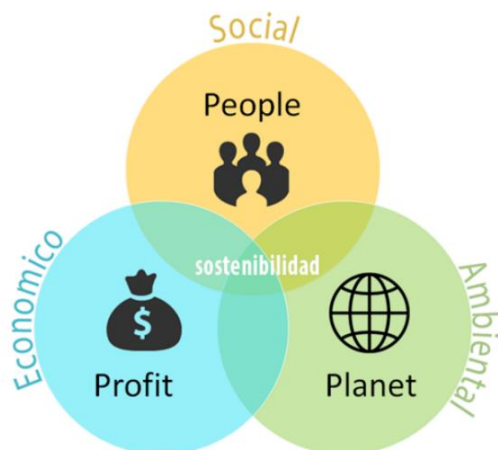
- La responsabilidad social empresarial es aquel conjunto de principios que impulsa a que las empresas implementen prácticas y compromisos, tales como: responsabilidad ambiental, responsabilidad social y responsabilidad económica.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha emergido como un componente esencial en la estrategia y operación de las empresas modernas. En un contexto global caracterizado por una creciente conciencia social y ambiental, las organizaciones son cada vez más llamadas a desempeñar un papel activo en la promoción del desarrollo sostenible. La RSE se define como el compromiso de las empresas de gestionar sus actividades de manera ética y transparente, considerando el impacto de sus decisiones en la sociedad y el medio ambiente (ISO 26000, 2010).

Según el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), la RSE es "el compromiso continuo de las empresas para comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, mejorando al mismo tiempo la calidad de vida de sus empleados y sus familias, así como de la comunidad local y la sociedad en general" (WBCSD, 1999). Esta definición subraya la necesidad de que las empresas vayan más allá de la generación de ganancias, integrando preocupaciones sociales y ambientales en su modelo de negocio (Ver Figura 1)

Figura 1

Dimensiones de acción: Triple Bottom Line: Profit, People, Planet



**Nota:** Tomado de “La triple P: ¿Qué es y cómo funciona? Midiendo el éxito empresarial”. *Prevención Integral* (2017): <https://www.prevencionintegral.com/comunidad/blog/upcplus/2017/09/29/triple-p-que-es-como-funciona>

Investigaciones recientes destacan que la integración de prácticas de RSE puede mejorar la reputación corporativa, fortalecer la lealtad del cliente y proporcionar ventajas competitivas (Carroll y Brown, 2018). Al alinear sus estrategias con principios de sostenibilidad, las empresas pueden satisfacer las expectativas de los stakeholders, mitigar riesgos y explorar nuevas oportunidades de mercado. Por ejemplo, la adopción de prácticas sostenibles en la cadena de suministro no solo reduce el impacto ambiental, sino que también puede conducir a ahorros de costos e innovación.

### 1.3 Principios de la Responsabilidad Social Empresarial

Según la ISO 26000, la RSE se basa en siete principios fundamentales que guían el comportamiento empresarial responsable. Estos principios fueron desarrollados tras un análisis exhaustivo de las mejores prácticas internacionales y abarcan diversas áreas críticas en la gestión empresarial:

- **Rendición de Cuentas:** Este principio se refiere a la obligación de las empresas de informar y socializar los resultados de sus actividades, tanto a nivel económico como social. La rendición de cuentas se debe realizar de manera regular, generalmente al cierre del año fiscal o en procesos asamblearios, y debe incluir información clara y precisa sobre el desempeño empresarial.
- **Transparencia:** Implica la apertura en la comunicación de las actividades empresariales, asegurando que toda la información relevante esté disponible para los stakeholders. La transparencia es clave para generar confianza y evitar cualquier tipo de corrupción o prácticas contrarias a la ley.
- **Comportamiento Ético:** Se refiere a las acciones y decisiones empresariales que están alineadas con los valores éticos y las normativas legales. Un comportamiento ético implica promover buenas

prácticas laborales, respetar los derechos de los trabajadores y cumplir con los compromisos ambientales y sociales de la empresa.

- **Respeto a los Intereses de las Partes:** Este principio establece que las empresas deben tener en cuenta los intereses de todos los grupos relacionados con la organización, incluyendo empleados, clientes, proveedores y comunidades locales. El respeto a los stakeholders es esencial para garantizar relaciones armónicas y sostenibles.
- **Respeto al Principio de Legalidad:** Las empresas deben operar dentro del marco legal establecido y cumplir con todas las normativas nacionales e internacionales aplicables. Esto asegura que las actividades empresariales sean justas y responsables.
- **Respeto a la Normativa Internacional:** Este principio enfatiza la necesidad de cumplir con los tratados y convenios internacionales, particularmente en áreas como el medio ambiente, los derechos humanos y la equidad de género.
- **Respeto a los Derechos Humanos:** Finalmente, las empresas deben garantizar que sus operaciones respeten los derechos fundamentales de todas las personas. Esto incluye los derechos laborales, los derechos de los consumidores y los derechos medioambientales. El respeto a los derechos humanos es la base de la RSE y refleja el compromiso empresarial con la sociedad. 22047800

### Actividad 1

#### Principios de Responsabilidad Social:

#### Actividad Recomendada:

1. Observa el siguiente video sobre la norma ISO 26000 y los principios de Responsabilidad social.
2. Elabora un resumen que contemple los puntos clave discutidos en el video.

<https://www.youtube.com/watch?v=upVDTlrVrtg>

## 2.1 Indicadores ETHOS

En el marco de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), el enfoque de Ethos se ha consolidado como una herramienta esencial para que las empresas evalúen y mejoren su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social. Este enfoque se basa en indicadores clave que abarcan la transparencia, la gobernanza, el público interno, el medio ambiente, los proveedores, los consumidores y la comunidad (Ethos Institute, 2020).

Por otro lado, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), establecidos en la Agenda 2030 por las Naciones Unidas, son una guía global que busca enfrentar los desafíos más apremiantes del planeta, con 17 objetivos y 169 metas específicas (United Nations, 2015).

### 2.1.1 Indicadores Ethos

El modelo Ethos, desarrollado por el Instituto Ethos, proporciona un conjunto de indicadores que permiten a las empresas evaluar su desempeño en diferentes áreas clave:

- a. Valores, Transparencia y Gobernanza: Las empresas deben promover una cultura organizacional basada en valores éticos sólidos, asegurando la transparencia en todas sus operaciones y una gobernanza corporativa que priorice la responsabilidad social.
- b. Público Interno: Se refiere a la gestión de relaciones con los empleados, promoviendo la diversidad, la equidad y las oportunidades de crecimiento. Incluye la implementación de políticas justas de remuneración y bienestar.
- c. Medio Ambiente: Las organizaciones deben comprometerse a mejorar la calidad ambiental mediante la reducción de su huella ecológica y la adopción de prácticas sostenibles a lo largo del ciclo de vida de sus productos y servicios (Ethos Institute, 2020).
- d. Proveedores: Las empresas deben evaluar y seleccionar a sus proveedores bajo criterios de sostenibilidad, asegurando que no se involucren en prácticas como el trabajo forzado y mantengan altos estándares éticos.
- e. Consumidores y Clientes: Se debe garantizar una comunicación comercial responsable y la gestión adecuada de los productos y servicios, minimizando cualquier daño potencial que puedan causar.
- f. Comunidad: Las empresas deben gestionar el impacto que tienen en las comunidades locales, estableciendo relaciones positivas con las organizaciones y apoyando iniciativas de desarrollo social.

- g. Gobierno y Sociedad: Las organizaciones deben participar en iniciativas contra la corrupción, respetar las normativas locales y apoyar proyectos gubernamentales que promuevan el bienestar social.

## 2.2 Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) representan un llamado global a la acción, orientado a erradicar la pobreza, proteger el medioambiente y mejorar las condiciones de vida y el bienestar de las personas en todo el mundo. En 2015, todos los países miembros de la ONU adoptaron los 17 ODS como parte de la Agenda 2030, un plan estratégico diseñado para lograr estos objetivos en un período de 15 años (United Nations, 2015).



**Nota:** Tomado de “Objetivos de Desarrollo Sostenible”. United Nations (2015): <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Los ODS incluyen una serie de metas globales orientadas a construir un mundo más justo, equitativo y sostenible. En este contexto, existen una serie de indicadores clave para medir y gestionar el impacto social, ambiental y económico de las empresas, alineando sus prácticas con los principios de sostenibilidad y responsabilidad organizacional.

- Fin de la pobreza: Erradicar la pobreza en todas sus formas, asegurando que todos tengan acceso a recursos esenciales (United Nations, 2015).
- Hambre cero: Promover la seguridad alimentaria y una agricultura sostenible, protegiendo los recursos naturales y mejorando la nutrición.

- Salud y bienestar: Garantizar el acceso a una atención sanitaria de calidad y promover una vida sana para todos.
- Educación de calidad: Asegurar una educación inclusiva y equitativa para todos, promoviendo oportunidades de aprendizaje permanente.
- Igualdad de género: Empoderar a las mujeres y niñas y eliminar todas las formas de discriminación y violencia de género.
- Agua limpia y saneamiento: Garantizar la disponibilidad de agua potable y un saneamiento adecuado para todos.
- Energía asequible y no contaminante: Asegurar el acceso a energía moderna, asequible y sostenible.
- Trabajo decente y crecimiento económico: Promover el crecimiento económico inclusivo y el trabajo decente para todos.
- Industria, innovación e infraestructuras: Desarrollar infraestructuras resilientes y sostenibles que apoyen la innovación.
- Reducción de las desigualdades: Reducir las desigualdades tanto dentro de los países como entre ellos.
- Ciudades y comunidades sostenibles: Lograr que las ciudades sean inclusivas, seguras y sostenibles.
- Producción y consumo responsables: Fomentar patrones de consumo y producción sostenibles.
- Acción por el clima: Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático.
- Vida submarina: Proteger los océanos, mares y recursos marinos.
- Vida de ecosistemas terrestres: Proteger y restaurar los ecosistemas terrestres, gestionando los bosques y combatiendo la desertificación.
- Paz, justicia e instituciones sólidas: Promover sociedades pacíficas e inclusivas con acceso a la justicia y la construcción de instituciones eficaces.
- Alianzas para lograr los objetivos: Fortalecer la cooperación internacional para implementar los ODS.

#### Link de Interés



<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>

1

## 2.2 Diseño, implementación y evaluación de programas de RSE



Un programa efectivo de RSE debe estar alineado con los valores de la empresa, las expectativas de las partes interesadas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), permitiendo a las organizaciones generar un impacto positivo a largo plazo.

Según Carroll (2020), las fases esenciales para el diseño, implementación y evaluación de programas de Responsabilidad Social Empresarial se estructuran en distintos niveles de acción:

- 1. Identificación de Necesidades y Expectativas:** El primer paso en el diseño de un programa de RSE consiste en realizar un análisis detallado de las partes interesadas. Este análisis implica identificar y comprender las necesidades y expectativas de los empleados, clientes, proveedores, comunidades locales y accionistas. La evaluación de impacto es una herramienta clave en esta etapa, ya que permite medir los posibles efectos positivos y negativos que el programa de RSE podría generar en los distintos grupos de interés (Freeman, 1984).
- 2. Establecimiento de Objetivos:** Los objetivos de RSE deben ser claros, específicos y estar alineados con la misión y visión de la empresa. El uso del marco SMART (Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes y en un Tiempo determinado) facilita la creación de metas concretas que guían la implementación del programa. Además, es importante asegurar que estos objetivos se alineen con los ODS y contribuyan al cumplimiento de las metas globales de desarrollo sostenible (United Nations, 2015).
- 3. Desarrollo y Ejecución de Estrategias:** El éxito de un programa de RSE depende de la creación de un plan de acción detallado que incluya actividades específicas, responsables, plazos y recursos asignados. Este plan debe ser implementado de manera que las acciones de RSE se integren en la cultura organizacional y se conviertan en parte de las operaciones diarias de la empresa. La comunicación interna y externa es fundamental en esta fase. Internamente, los empleados deben ser informados y motivados, mientras que externamente, las empresas deben establecer un diálogo transparente con las partes interesadas (Ethos Institute, 2020).

4. **Evaluación y Mejora Continua:** La evaluación del desempeño es una fase crucial para medir el éxito de un programa de RSE. Para ello, es necesario establecer indicadores clave de desempeño (KPIs) que permitan monitorear el progreso de las actividades y ajustar el plan de acción según sea necesario. Las auditorías internas y externas son herramientas esenciales para garantizar la transparencia y la rendición de cuentas. Además, la recopilación de retroalimentación de las partes interesadas es clave para identificar áreas de mejora e innovación dentro del programa de RSE (ISO 26000, 2010).

# Responsabilidad Social Empresarial: Caso Ecuador.

## 3.1 Casos Prácticos

Ecuador, como un país multifacético con un crecimiento económico notable, alberga un conjunto de empresas ecuatorianas destacadas tanto por su producción (nacional e internacional) como por su participación en el mercado comercial. En el siguiente capítulo, se presentan ejemplos prácticos que permiten comprender integralmente cómo estas empresas se han convertido en modelos a seguir.

### 3.1.1 Análisis de Caso: PACARI



PACARI es una empresa ecuatoriana reconocida internacionalmente por su producción de chocolate orgánico de alta calidad. Su compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la sostenibilidad la ha posicionado como un ejemplo destacado en la industria del chocolate.

#### Historia de PACARI



<https://youtu.be/JEXKsIXsPXk>

#### 3.1.1.1 Responsabilidad Social: Empoderamiento de los Agricultores:

Uno de los pilares fundamentales de PACARI es su relación directa con los agricultores locales. Al eliminar intermediarios, la empresa garantiza que los productores de cacao reciban un pago justo, mejorando su calidad de vida y proporcionando ingresos estables. Esta práctica también asegura una materia prima de alta calidad para sus productos (Porter & Kramer, 2006).

PACARI cuenta con certificaciones de Comercio Justo y Orgánico, lo que refuerza su compromiso con condiciones laborales justas, educación constante y prácticas agrícolas sostenibles. Estas certificaciones alinean a la empresa con estándares internacionales y demuestran su dedicación a la RSE.

#### 3.1.1.2 Sostenibilidad Empresarial: Protección del Medio Ambiente:

En términos de sostenibilidad, PACARI se distingue por su enfoque en la agroforestería, una técnica que combina árboles y arbustos con cultivos de cacao. Esta práctica mejora la biodiversidad, previene la

erosión del suelo y contribuye a la captura de carbono, ayudando a mitigar el cambio climático (Ethos Institute, 2020).

La empresa realiza todo el proceso de manufactura en Ecuador, promoviendo la producción local y reduciendo la huella de carbono asociada al transporte. El uso de ingredientes orgánicos y la eliminación de productos químicos y pesticidas protegen la salud de los consumidores y del medio ambiente. Al no utilizar aceite de palma, PACARI contribuye a prevenir la deforestación, una de las principales causas de pérdida de biodiversidad a nivel global.

### 3.1.1.3 Impacto en la Comunidad y Reconocimientos:

Las iniciativas de PACARI tienen un impacto positivo en las comunidades locales. La generación de empleo y la mejora de la infraestructura en las áreas donde opera contribuyen a la reducción de la pobreza y al desarrollo sostenible. Gracias a sus prácticas responsables y la calidad de sus productos, PACARI ha recibido múltiples premios y reconocimientos internacionales (United Nations, 2015).

### 3.1.2 Empresas tipo B:



Las empresas tipo B son una figura emergente en el panorama empresarial, que se distingue por su compromiso con los más altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad. Estas entidades, al igual que las empresas tradicionales, buscan generar ganancias, pero su enfoque va más allá del lucro, priorizando la creación de un impacto positivo en la sociedad y el medioambiente. De este modo, se posicionan como un modelo innovador dentro de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) (B Lab, 2020)(Empresas Tipo B).

#### 3.1.2.1 ¿Qué es una Empresa Tipo B?

Las empresas tipo B se definen por su propósito social y ambiental. A diferencia de las empresas tradicionales, las empresas tipo B integran de manera formal en sus estatutos la consideración de los impactos de sus decisiones en todos sus stakeholders, incluyendo trabajadores, clientes, proveedores, la comunidad y el medioambiente. Este enfoque las obliga legalmente a considerar tanto los intereses financieros como los no financieros, asegurando que el propósito social se alinee con los objetivos económicos (Freeman, 1984)(Empresas Tipo B).

#### 3.1.2.2 Elementos Clave de las Empresas Tipo B

- Propósito: Las empresas tipo B tienen como objetivo generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, integrando este propósito en su estrategia empresarial. Este enfoque les

permite diferenciarse de las empresas tradicionales, que suelen centrarse exclusivamente en la maximización de beneficios.

- **Requisito Legal:** Estas empresas están legalmente obligadas a ampliar su deber fiduciario más allá de la simple rentabilidad económica, incluyendo el bienestar de sus empleados, el medio ambiente y las comunidades locales. Esto garantiza que todas las decisiones empresariales se tomen considerando los impactos no financieros.
- **Certificación:** Para obtener la certificación B Corp, estas empresas deben pasar por un riguroso proceso de evaluación en el que se analizan sus prácticas empresariales, transparencia y sostenibilidad. Esta certificación es un sello de garantía que asegura que la empresa cumple con los estándares más altos de responsabilidad social y ambiental.
- **Interdependencia:** Las empresas tipo B no operan de manera aislada, sino que forman parte de una red global de compañías que comparten la misma visión y misión de generar un impacto positivo en el mundo. Esta declaración de interdependencia refuerza el compromiso colectivo hacia un futuro más sostenible (B Lab, 2020).



### 3.1.2.3 Áreas de Análisis en las Empresas Tipo B

El análisis de una empresa tipo B abarca diversas áreas fundamentales que son esenciales para evaluar su impacto social, ambiental y económico.

- a) Trabajadores:** Se evalúa el bienestar y las condiciones laborales de los empleados, asegurando prácticas justas y equitativas.
- b) Gobernanza:** Se verifica la transparencia y las prácticas éticas en la toma de decisiones.
- c) Clientes:** Se analiza cómo las empresas impactan a sus consumidores, promoviendo productos y servicios responsables.
- d) Comunidad:** La relación de la empresa con las comunidades locales es fundamental, especialmente en cuanto a su impacto en el desarrollo social y económico.
- e) Medio Ambiente:** Se examina el impacto de las operaciones de la empresa en el medio ambiente, promoviendo prácticas sostenibles que reduzcan la huella ecológica.

### 3.1.3. Emprendimientos Sociales e Inclusivos

El emprendimiento social representa un tipo de empresa que se diferencia tanto de la empresa privada tradicional con fines de lucro como de la empresa pública del sector estatal. Su principal objetivo es satisfacer las necesidades sociales, medioambientales u otras demandas de la comunidad donde opera, generando un impacto positivo más allá del beneficio económico. En el contexto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), el emprendimiento social se destaca por su enfoque en crear valor social y contribuir al desarrollo sostenible, al mismo tiempo que mantiene un modelo de negocio autosuficiente.

#### 3.1.3.1 Características del Emprendimiento Social

A diferencia de las empresas tradicionales, cuyo propósito principal es maximizar las ganancias, el emprendimiento social tiene como objetivo principal resolver problemas sociales y medioambientales de manera innovadora y sostenible. Las empresas sociales buscan equilibrar el impacto social y ambiental con la viabilidad económica, lo que las convierte en un ejemplo claro de cómo las empresas pueden integrar la RSE en su núcleo operativo (Defourny y Nyssens, 2010). Entre las características más importantes del emprendimiento social se incluyen:

- 1. Propósito social o medioambiental:** Estas empresas están motivadas por la creación de un impacto positivo en la sociedad, ya sea mediante la mejora de las condiciones de vida, la preservación del medioambiente o la promoción de prácticas sostenibles. Este enfoque va más allá de la simple obtención de beneficios económicos.
- 2. Sostenibilidad económica:** Aunque el emprendimiento social prioriza los resultados sociales, sigue operando bajo un modelo de negocio sostenible que le permite generar ingresos y mantenerse autosuficiente a largo plazo. Esto asegura que la empresa pueda continuar operando sin depender exclusivamente de donaciones o subsidios (Dees, 2011).
- 3. Innovación social:** Los emprendedores sociales a menudo desarrollan soluciones creativas para problemas complejos que las empresas tradicionales no abordan. Utilizan la **innovación social** para encontrar nuevas formas de generar impacto, ya sea mediante la tecnología, nuevos modelos de negocio o la colaboración con diversos sectores de la sociedad (Bornstein, 2004).
- 4. Impacto comunitario:** Un componente clave del emprendimiento social es el impacto positivo que genera en las comunidades locales. Al enfocarse en mejorar la calidad de vida de las personas en su entorno, estas empresas fortalecen la cohesión social y promueven el desarrollo a nivel local (Peredo & McLean, 2006).

#### 3.1.3.2 El Rol del Emprendimiento Social en la RSE:

El emprendimiento social y la Responsabilidad Social Empresarial están estrechamente relacionados. Ambos enfoques promueven la idea de que las empresas no deben ser meros agentes económicos, sino también actores responsables que contribuyen al bienestar social y ambiental. Mientras que la RSE se centra en integrar prácticas responsables en las empresas existentes, el emprendimiento social nace con el objetivo de abordar directamente los problemas sociales, combinando el impacto positivo con la viabilidad empresarial.

De hecho, muchas empresas tipo B (B Corps) son ejemplos de emprendimiento social, ya que cumplen con altos estándares de desempeño social y ambiental, responsabilidad y transparencia, comprometiéndose legalmente a considerar el impacto de sus decisiones en todas las partes interesadas, desde empleados hasta el medioambiente (B Lab, 2020). Este tipo de empresas se posicionan como líderes en la creación de valor compartido y en la promoción de un desarrollo más equitativo y sostenible.

### 3.1.4 Emprendimiento en la Base de la Pirámide (BdP)



El concepto de emprendimiento en la Base de la Pirámide (BdP) se refiere a la creación de negocios enfocados en los sectores más vulnerables y de menores ingresos de la sociedad. Este enfoque busca no solo la generación de beneficios económicos, sino también la mejora de las condiciones de vida y el acceso a oportunidades para las personas que se encuentran en la base de la pirámide socioeconómica, donde reside la mayoría de la población mundial. La Base de la Pirámide es un término popularizado por C.K. Prahalad (2010), quien lo utilizó para describir a los cuatro mil millones de personas que viven con menos de dos dólares al día.

#### 3.1.4.1 El Rol del Emprendimiento en la Base de la Pirámide:

El emprendimiento en la Base de la Pirámide es una estrategia empresarial que reconoce a los sectores de bajos ingresos no solo como beneficiarios de la filantropía, sino como participantes activos en el mercado. Las empresas que adoptan este enfoque diseñan modelos de negocio que atienden las necesidades específicas de esta población, proporcionándoles productos y servicios que mejoran su calidad de vida a precios asequibles. Al mismo tiempo, estas empresas obtienen un retorno económico al aprovechar el potencial de este vasto mercado (Prahalad, 2010).

Este tipo de emprendimiento se enmarca en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ya que busca generar un impacto positivo en las comunidades desfavorecidas. Las empresas que operan en la BdP lo hacen mediante la creación de valor compartido, un enfoque que permite la co-creación de valor tanto para las empresas como para las comunidades, lo que beneficia a ambas partes (Porter & Kramer, 2006). La idea principal es que las empresas pueden hacer negocios rentables mientras contribuyen a resolver problemas sociales.

### **3.4.1.2 Características del Emprendimiento en la BdP:**

**Accesibilidad de productos y servicios:** Las empresas que se centran en la Base de la Pirámide adaptan sus productos y servicios para que sean asequibles y accesibles a las poblaciones de bajos ingresos. Esto incluye estrategias como la reducción de costos, la producción local y la creación de alianzas con actores comunitarios. **Innovación en modelos de negocio:** El emprendimiento en la BdP requiere innovación en modelos de negocio para superar las barreras de acceso al mercado, tales como la falta de infraestructura, las limitaciones financieras y la dispersión geográfica. Las empresas pueden implementar soluciones creativas que adapten su oferta a las necesidades y circunstancias de las comunidades objetivo.

**Colaboración con las comunidades:** Las empresas que operan en la BdP trabajan de manera cercana con las comunidades locales, involucrándolas en el proceso de diseño y distribución de productos. Esto no solo fortalece la aceptación del mercado, sino que también crea empleos y oportunidades de desarrollo económico en las regiones donde operan

### **3.4.1.3 El Impacto Social del Emprendimiento en la BdP:**

El emprendimiento en la Base de la Pirámide genera un impacto social significativo al proporcionar acceso a bienes y servicios esenciales, como alimentos, agua potable, energía limpia, atención médica y educación. Esto contribuye directamente al desarrollo de las comunidades y mejora su bienestar. Al mismo tiempo, estas iniciativas empresariales promueven la inclusión social, reducen la pobreza y empoderan a las personas para que participen activamente en la economía.

Además, este tipo de emprendimiento también está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), ya que ayuda a combatir la pobreza (ODS 1), fomenta la igualdad de oportunidades (ODS 10) y promueve el acceso a servicios esenciales (ODS 3, ODS 6 y ODS 7) (United Nations, 2015).

# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA

## 4.1 Sostenibilidad Empresarial basada en los ODS:

La sostenibilidad empresarial ha cobrado un rol central en la gestión corporativa moderna, donde las empresas no solo buscan rentabilidad, sino también contribuir al bienestar social y la preservación ambiental. En este contexto, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), establecidos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 2015, proporcionan un marco global que guía a las empresas en su esfuerzo por integrar prácticas sostenibles en sus operaciones. Los ODS son 17 objetivos interrelacionados que abarcan dimensiones económicas, sociales y ambientales, y que promueven un desarrollo global equilibrado para alcanzar un mundo más justo y sostenible para 2030 (United Nations, 2015).

### 4.1.1 La Sostenibilidad Empresarial y su Relación con los ODS:

La **sostenibilidad empresarial** implica la adopción de estrategias y prácticas que permitan a las empresas operar de manera eficiente y responsable, generando beneficios a largo plazo para el negocio y para la sociedad. Los **ODS** sirven como guía para que las organizaciones adopten una visión más amplia, integrando objetivos que aborden desafíos como la pobreza, la desigualdad, el cambio climático y la degradación ambiental.



Uno de los principios clave de la sostenibilidad es la capacidad de las empresas para actuar en **tres dimensiones principales**:

- **Económica:** Garantizar la rentabilidad y la competitividad en el largo plazo, pero de una manera ética y responsable.
- **Social:** Contribuir al bienestar de las comunidades donde operan, respetando los derechos humanos y fomentando la equidad y la justicia social.
- **Ambiental:** Minimizar el impacto negativo en el medioambiente a través de la reducción de emisiones, el uso eficiente de recursos y la adopción de prácticas sostenibles en toda la cadena de valor (Elkington, 1997).

#### 4.1.2 Los ODS como Marco para la Acción Empresarial:

Las empresas que desean adoptar una sostenibilidad basada en los ODS pueden hacerlo alineando sus estrategias y operaciones con los objetivos más relevantes para su sector y contexto. Algunos de los ODS más relevantes para las empresas incluyen:

- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Esto incentiva a las empresas a crear empleo digno, promover políticas inclusivas y sostenibles y fomentar el crecimiento económico, sin dañar el medio ambiente.
- ODS 12: Producción y consumo responsables. Las organizaciones están llamadas a adoptar prácticas de producción y consumo sostenibles, optimizando el uso de recursos y reduciendo los desechos, para minimizar su huella ecológica.
- ODS 13: Acción por el clima. Las empresas deben contribuir a la lucha contra el cambio climático mediante la adopción de energías limpias, la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y la implementación de políticas de mitigación del cambio climático.
- ODS 5: Igualdad de género. Fomentar la igualdad de género y el empoderamiento de mujeres y niñas es esencial para lograr un desarrollo sostenible. Las empresas pueden contribuir a este objetivo creando entornos laborales equitativos y promoviendo la diversidad.

#### 4.1.3 Implementación de la Sostenibilidad Empresarial basada en los ODS:

Para llevar a cabo una implementación efectiva de la sostenibilidad empresarial alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), las organizaciones deben comprometerse con un enfoque integral que abarque tanto la estrategia como la operatividad diaria.

- Evaluar su impacto: Realizar una evaluación exhaustiva para identificar los ODS más relevantes para su actividad.
- Establecer metas concretas: Definir objetivos SMART (Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes y con un Tiempo determinado) que se alineen con los ODS seleccionados.
- Monitorear el progreso: Utilizar indicadores clave de desempeño (KPIs) para medir el impacto de sus acciones en relación con los ODS.
- Comunicar los resultados: Transparentar los avances y desafíos en sostenibilidad mediante reportes de sostenibilidad alineados con estándares como el Global Reporting Initiative (GRI).

##### Lectura recomendada



[https://assets.ctfassets.net/jhuukrkt1w7q/LAvDOvXJiJKN9RMDVna24/9952656b2596eb4b880a0b631fa4dfb7/Reporte\\_Integrado\\_2023\\_Banco\\_Guayaquil.pdf](https://assets.ctfassets.net/jhuukrkt1w7q/LAvDOvXJiJKN9RMDVna24/9952656b2596eb4b880a0b631fa4dfb7/Reporte_Integrado_2023_Banco_Guayaquil.pdf)

**Bibliografía:**

- B Lab. (2020). *B Corp Handbook: How You Can Use Business as a Force for Good*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- B Lab. (2020). *B Corporation Certification Standards*. Recuperado de <https://bcorporation.net>.
- Bornstein, D. (2004). *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*. Oxford University Press.
- Carroll, A. B., & Brown, J. A. (2018). Corporate Social Responsibility: A Review of Current Concepts, Research, and Issues. *Business & Society*, 57(1), 6-35.
- Dees, J. G. (2011). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Duke University: Center for the Advancement of Social Entrepreneurship.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32-53.
- Dyllick, T., & Muff, K. (2016). Clarifying the Meaning of Sustainable Business: Introducing a Typology from Business-as-Usual to True Business Sustainability. *Organization & Environment*, 29(2), 156–174.
- Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance. *Management Science*, 60(11), 2835–2857.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Global Reporting Initiative (GRI). (2021). *GRI Standards*. Recuperado de <https://www.globalreporting.org/standards/>
- Hart, S. L., & Milstein, M. B. (2003). Creating Sustainable Value. *Academy of Management Executive*, 17(2), 56–69.
- International Organization for Standardization (ISO). (2010). *ISO 26000: Guidance on Social Responsibility*.
- International Organization for Standardization. (2015). *ISO 14001: Environmental Management Systems*. Ginebra: ISO.
- Nidumolu, R., Prahalad, C. K., & Rangaswami, M. R. (2009). Why Sustainability Is Now the Key Driver of Innovation. *Harvard Business Review*, 87(9), 56–64.
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas. (2015). *Los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Una oportunidad para las empresas*. Recuperado de <https://www.unglobalcompact.org/>
- Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56-65.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78–92.

Sroufe, R., & Montiel, I. (2016). *The New Sustainability Advantage: Seven Business Case Benefits of a Triple Bottom Line*. Sheffield: Greenleaf Publishing.

United Nations. (2015). *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. New York: UN.

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). (1999). *Corporate Social Responsibility: Meeting Changing Expectations*. Ginebra: WBCSD.