



UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

**“ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE
EMPRESAS MULTINACIONALES EN EL ECUADOR: CASO
MOVISTAR”**

**Trabajo de Graduación previo a la obtención del título de
Licenciado en Estudios Internacionales**

Autor: Ana Sofía Herrera Gómez
Director: Dr. Esteban Segarra Coello, Mst.

AGOSTO del 2010

DEDICATORIA

Dedico esta monografía y toda mi carrera como universitaria a Dios por haberme dado todo lo necesario para ser la persona que soy y por darme todas las herramientas para concluir esta etapa de mi vida. También dedico a mis padres, mi familia y mis amigos por su apoyo incondicional durante toda mi formación académica y la culminación de la este trabajo monográfico.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres y hermanos por todo el apoyo que me han brindado para realizar de la mejor manera este trabajo monográfico. Agradezco también a todas las demás personas que son parte de mi vida, quienes han estado constantemente apoyándome para cumplir esta meta.

Un especial agradecimiento a mi director el Dr. Esteban Segarra por su tiempo y sabiduría depositada desde el inicio de este trabajo monográfico.

Agradezco también a todos mis profesores que durante cuatro años han sabido darme la mejor de las enseñanzas y gracias a ellos he podido ser quien soy como estudiante.

INDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
INDICE DE CONTENIDOS.....	iv
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
INTRODUCCION.....	1
CAPITULO 1: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	3
1.1 Conceptos.	3
1.2 Impacto Empresarial.....	6
1.3 Inteligencia Moral: Un pilar de la Responsabilidad Social.....	10
1.4 Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES).....	13
1.5 Instituto de Responsabilidad Social Empresarial-Ecuador (IRSE).....	17
CAPITULO 2: MULTINACIONALES EN EL ECUADOR.....	20
2.1 Sector Petrolero – Repsol.....	20
2.2 Sector Bananero – Dole.....	27
2.3 Sector Industrial – Holcim.....	31
2.4 Sector Alimenticio – Nestlé.....	35
2.5 Movistar.....	40
CAPITULO 3: MOVISTAR.....	41
3.1 Movistar en el mundo.....	41
3.1.1 Historia de Movistar en España.....	43
3.1.2 La unificación de la marca Movistar.....	44
3.1.3 Logomarcas de Movistar.....	45
3.2 Movistar en el Ecuador.....	46
3.3 Responsabilidad Social de Movistar.....	48
3.4 Prácticas de Movistar.....	49
3.4.1 Fundación Telefónica.....	57
3.4.1.1 Proniño.....	57

3.4.1.2 Aulas Fundación Telefónica.....	61
3.4.1.3 Voluntarios Telefónica.....	62
3.4.1.4 Generaciones Interactivas.....	62
3.4.1.5 Políticas Ambientales.....	63
3.4.2 Prácticas de Responsabilidad Social de Telefónica-Movistar en el Azuay.....	66
CAPITULO 4: IMPACTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MOVISTAR EN EL ECUADOR.....	70
4.1 Impacto en la Comunidad.....	70
4.2 Impacto en el Medio Ambiente.....	76
4.3 Impacto en la Economía.....	79
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	81
GLOSARIO.....	84
BIBLIOGRAFIA.....	85
ANEXOS.....	89

RESUMEN

Este trabajo monográfico desarrollado a continuación presenta los conceptos básicos del Responsabilidad Social Empresarial. Aquí se recopila y analiza información sobre el trabajo de varias empresas multinacionales que se encuentran en el Ecuador y cómo éstas están ayudando al desarrollo del país gracias a sus distintas prácticas de Responsabilidad Social.

Además de conocer cuáles son las prácticas de Responsabilidad Social que realizan, se analizará el impacto que éstas prácticas han tenido en distintos aspectos del desarrollo del Ecuador como es social, económico y ambiental.

Esta monografía está enfocada principalmente en los trabajos de la Empresa Telefónica-Movistar, la cual es una de las más grandes empresas multinacionales establecidas en el Ecuador.

ABSTRACT

This document presents the basic definitions about Enterprise Social Responsibility. Also, this thesis has collected and analyzed information on the work of several multinational companies that work in Ecuador and how they are helping the country's development through its various practices of social responsibility.

Besides knowing what Social Responsibility practices they perform, I will analyze the impact that these practices have had on various aspects of the development of Ecuador as social, economic and environmental.

This document is focused mainly on the work of the company Telefonica Movistar, which is one of the largest multinational companies established in Ecuador.

INTRODUCCIÓN

Las empresas multinacionales son aquellas que no sólo se encuentran en su país de origen, sino que también se encuentran en otros países en donde realizan sus diferentes actividades de compra, venta y producción.

Algunas empresas multinacionales se encuentran establecidas en el Ecuador, en donde además de brindar fuentes de trabajo realizan actividades de Responsabilidad Social que de cierto modo han ayudado al desarrollo económico, social, ambiental y cultural del país.

La Responsabilidad Social Empresarial es una importante estrategia que utilizan las empresas para mejorar su imagen competitiva y además ayudan a la mejora del país en el que se encuentran establecidas. Si estas prácticas de responsabilidad social son manejadas de una buena manera permite que la inversión privada brinde muchos beneficios y ayuden a mejorar la calidad de vida de la población.

El Ecuador y nosotros como habitantes del país nos hemos visto beneficiados por las distintas prácticas de Responsabilidad Social que han realizado distintas empresas multinacionales, con esto hemos logrado mantener un mejor nivel económico, ambiental, cultural y social.

En el país están establecidas varias empresas multinacionales como es el caso de MOVISTAR que además de ofrecer servicios de telefonía y productos de calidad ha proporcionado muchas fuentes de trabajo para los ecuatorianos. Según Great Place to Work Institute, Movistar es considerada la mejor empresa para trabajar en el Ecuador debido al buen ambiente laboral y por las prácticas de responsabilidad social que realiza en el país.

Telefónica-Movistar tiene una fundación, Fundación Telefónica que ha realizado varias prácticas de responsabilidad social como Proniño, Recíclame, Ecuador Verde, etc., que han ayudado en gran manera a la mejora y al avance del país.

He escogido este tema para la monografía porque dentro de mi carrera Estudios internacionales el trabajo de las empresas multinacionales es muy importante así como también lo es la práctica de responsabilidad social ya que empresas que a pesar de no ser ecuatorianas además de trabajar con ética realizan éstas prácticas para ayudar al país en el que se encuentran establecidas.

Con esta monografía se podrá conocer de qué manera empresas extranjeras que se han establecido en el país están ayudando al desarrollo del mismo y al mejoramiento del estilo de vida de los ecuatorianos.

Además, se analizarán ejemplos prácticos de la práctica de Responsabilidad Social que Movistar ha venido teniendo en el país.

CAPITULO 1

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1.1 Conceptos

El análisis y discusión del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) comienza en la década de 1950¹. En su inicio, el concepto sugería que la empresa debía tomar en cuenta las implicaciones sociales derivadas de sus decisiones. En una segunda etapa se lo relacionó con la gestión empresarial. Posteriormente, se vinculó el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) con el de dirección estratégica de la empresa y se analizó a los grupos de interés. En la etapa actual, el concepto de RSE se integra a la gestión de la empresa como un tema interno de la misma.

No se conoce aún un concepto único para Responsabilidad Social Empresarial, este concepto sigue en construcción y aún sigue en desarrollo. Por esta razón, se vincula este concepto con términos como sustentabilidad, sostenibilidad, ciudadanía corporativa global, triple cuenta de resultados, y otros que no significan exactamente lo mismo, aunque se relacionan con Responsabilidad Social Empresarial.

Aunque no hay una definición exacta de la RSE, dos posiciones difieren sobre la necesidad de aplicar o no acciones de RSE dentro de una empresa; una de ellas considera que la responsabilidad empresarial se limita a maximizar la utilidad de la empresa; y, la otra considera que la preocupación de la empresa, además de procurar beneficios económicos, debe prestar atención al entorno social y ambiental.

Henry Mintzberg, un estudioso en la materia, sostiene que las decisiones empresariales en el ámbito económico tienen repercusiones en lo social, que también lo comparte

¹ <http://knol.google.com/k/responsabilidad-social-empresaria-rse#>

Peter Drucker, otro estudioso para quien la responsabilidad social empresarial es el compromiso que debe asumir la empresa para atender los efectos que sobre su público interno y externo haya causado su actividad.²

En el Ecuador, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial es relativamente nuevo, pero en los últimos años su utilización ha ido creciendo. Algunas empresas u organizaciones han comenzado haciendo filantropía, es decir donación de dinero, bienes o servicios, generalmente producidos por la empresa a grupos de personas que demandan requerimientos específicos.

En el país las empresas consideran que eficiencia, productividad y rentabilidad son importantes, pero al mismo tiempo saben que es necesario actuar con responsabilidad social, es decir maximizar los beneficios económicos y contribuir al bienestar de la comunidad y sociedad, simultáneamente.

Según el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES), la Responsabilidad social Empresarial alude a un modelo estratégico de gestión de una compañía, que contempla los impactos económicos, sociales y ambientales derivados de la actividad empresarial. Implica por lo tanto el compromiso renovado de las empresas con la comunidad, su entorno y sus diversos públicos de interés (empleados, accionistas, medio ambiente, proveedores, clientes, consumidores y la sociedad en su conjunto)³.

La norma ISO 26000 propone el siguiente concepto de Responsabilidad Social: “Es la responsabilidad de una Organización por los impactos de sus decisiones, actividades, productos y servicios, en la sociedad y en el medio ambiente, a través de su comportamiento ético y transparente que:

- Es coherente con el Desarrollo Sostenible y el bienestar de la sociedad;

²CERES, El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Editorial Mantis Comunicación, Ecuador, 2008. Pág. 12

³CERES, Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Mis Primeros Pasos, Editorial Mantis Comunicación, Ecuador, 2008. Pág. 8

- Se responsabiliza por las expectativas de sus partes interesadas (stakeholders);
- Es obediente en la aplicación de las leyes y consistente con las normas internacionales de conducta; y,
- Está arraigado al interior de su Organización”⁴

La Unión Europea dice que Responsabilidad Social Empresarial es “Integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”⁵.

La Responsabilidad Social Empresarial es una importante estrategia que utilizan las empresas para mejorar su imagen competitiva y además ayudan al desarrollo del país en el que aplican las distintas actividades de responsabilidad social. Si estas prácticas son manejadas de una buena manera permite que la inversión privada de las empresas brinde muchos beneficios y ayuden a mejorar la calidad de vida de la población. Además, permite tener una visión alternativa de negocios de la empresa, que considera el aspecto económico, el social y el ambiental, así como también la relación que la empresa establece con sus grupos de interés.

Otros conceptos que se utilizan como sinónimos de Responsabilidad Social Empresarial son: ⁶

Ciudadanía Corporativa: Considera a la empresa como si fuera un ciudadano, pero se debe tomar en cuenta varios elementos al momento de asociarla con la RSE. Uno de ellos es el que la empresa tiene derechos y responsabilidades no sólo referidos a la maximización de utilidades.

⁴ <http://www.docstoc.com/docs/22177020/RESPONSABILIDAD-SOCIAL-NORMA-ISO-26000>

⁵ CERES, El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Editorial Mantis Comunicación, Ecuador, 2008. Pág. 11

⁶ CERES, El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Editorial Mantis Comunicación, Ecuador, 2008. Pág. 13

Desarrollo Sostenible: Es el desarrollo que permite satisfacer las necesidades de la generación de hoy sin perjudicar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer las suyas.

Triple Línea de Acción: Este concepto facilita operativizar la planificación, el seguimiento, control, evaluación y reporte de la gestión económica, social, y ambiental de una empresa u organización.

Existen varias prácticas para el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial, entre otras tenemos las siguientes:

- Donaciones de dinero, alimentos, ropa, equipos de computación, etc., a personas o comunidades que lo necesiten o estén en situación de emergencia.
- Programas de acción social, de los cuales hay tres tipos:
 - * Programas corporativos: la empresa dona dinero para proyectos u organizaciones no gubernamentales o dona equipos informáticos, muebles y enseres usados.
 - * Pequeños proyectos en los que participan los empleados de la empresa.
 - * Programas que se ejecutan mediante la donación o venta, al costo, de productos o bienes producidos por la empresa.
- Voluntariado: la empresa puede colaborar con la comunidad mediante el apoyo al diseño y ejecución de proyectos grupales de corto plazo, o permitiendo que sus empleados presten sus servicios a la comunidad en horas de trabajo.

1.2 Impacto Empresarial

Cada vez son más las empresas beneficiadas al aplicar políticas y prácticas de Responsabilidad Social, y existen estudios en países desarrollados cuyos resultados demuestran impactos positivos de la RSE en la gestión corporativa.

Una empresa enfoca sus prácticas de RSE a varios grupos de interés que son el público interno, los consumidores o clientes y la comunidad.

La aplicación de las prácticas y proyectos de Responsabilidad Social beneficia de distintas maneras a las empresas.

Las empresas que han implementado programas de RSE, considerando al público interno, han dado algunos beneficios para la empresa como son:

- **Reducción de los Costos Operativos⁷**

Una responsabilidad creciente y una mayor identificación e integración de la empresa con su público interno, incrementa la eficiencia y productividad del recurso humano. La reducción de pérdidas operativas, ineficiencia productivas, y del tiempo ocioso, muerto, o de distracción, se logra, en especial, mediante actividades de capacitación.

- **Mejoramiento del clima laboral en la empresa⁸**

Mediante el establecimiento de adecuados canales de comunicación al interior de la empresa, para evitar problemas, sobretodo laborales.

Otros beneficios en empresas que tienen programas de RSE enfocados al público interno son:

- Disminución del ausentismo laboral y de la rotación del personal.
- Incremento de la motivación del recurso humano.
- Mejoramiento de las relaciones interpersonales.
- Mejoramiento de la imagen de la empresa.
- Mejoramiento de la gestión financiera.
- Incremento del valor de la empresa
- Desarrollo de la confianza y la lealtad del recurso humano.

⁷ CERES, El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Editorial Mantis Comunicación, Ecuador, 2008. Pág. 21

⁸ CERES, El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Editorial Mantis Comunicación, Ecuador, 2008. Pág. 21

Los beneficios para los empleados de aquellas empresas que cuentan con programas de RSE, se reflejan en un mejoramiento de la calidad de vida familiar, mejores condiciones laborales, y un incremento de la motivación de la empresa.

Las empresas que aplican la Responsabilidad Social Empresarial enfocada a los consumidores y clientes obtienen varios beneficios, ya que algunos aspectos importantes del mercadeo tienen relación con la RSE, estos aspectos son:

- **Integridad de la fabricación y calidad del producto⁹**

Procesos de producción limpia, entre los que debe considerarse al ecodiseño de productos, son necesarios para que la empresa reduzca el impacto ambiental negativo y logre un proceso productivo sustentable respecto al uso de materias primas e insumos.

- **Mejora de la imagen de Marca y Reputación¹⁰**

Empresas que reducen la generación de residuos y los niveles de contaminación se tornan amigables con el ambiente, y del mismo modo, las que mejoran sus condiciones de trabajo y clima laboral mejoran su imagen y reputación.

Eso sucede en países más desarrollados que el nuestro, donde los consumidores no adquieren bienes o servicios a empresas que no son socialmente responsables. A esos consumidores les atraen empresas o marcas con buena reputación, algo que se fundamenta en políticas y prácticas de RSE. Esta situación determina un incremento en las ventas de estas empresas y atrae capital financiero.

- **Información del producto, etiquetado y empaquetado¹¹**

La empresa debe proporcionar información necesaria respecto a las características del producto que vende, y al grado de inocuidad y contaminación de las materias primas e

⁹ CERES, El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Editorial Mantis Comunicación, Ecuador, 2008. Pág. 21

¹⁰ CERES, El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Editorial Mantis Comunicación, Ecuador, 2008. Pág. 21

¹¹ CERES, El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Editorial Mantis Comunicación, Ecuador, 2008. Pág. 22

insumos utilizados. Consumidores, organizaciones de la sociedad civil, clientes internacionales y nacionales, y autoridades exigen información detallada y veraz sobre los procesos de producción, contenidos de los productos y fuentes de materias primas.

- **Comercialización y publicidad**¹²

Las empresas deben publicitar sus bienes y servicios con ética, transparencia y sin discrimen de ninguna naturaleza. No se debe, por ejemplo, abusar de la exposición de menores de edad en publicidad. Esta no debe afectar a la sensibilidad de determinados grupos humanos, para no crear en ellos imágenes negativas.

Se está desarrollando el marketing social, que es una práctica en la que empresas productoras de bienes o servicios hacen alianzas con organizaciones que hacen asistencia social, para apoyar a grupos humanos necesitados o desprotegidos, o colaborar con iniciativas en el tema ambiental o de derechos humanos.

Las empresas que aplican la Responsabilidad Social en la comunidad obtienen varios beneficios entre otros: mejoramiento de su imagen pública; mejoramiento de su imagen ante la comunidad; y, elevación del compromiso de sus empleados con la comunidad.

En la actualidad, y sin descartar las donaciones de dinero, las empresas se alían a la comunidad mediante las acciones de voluntariado y el apoyo en el diseño y ejecución de proyectos de acción social, entre otras prácticas.

La RSE en la comunidad se traduce en varias actividades que la empresa realiza para elevar la calidad y nivel de vida de la comunidad en la que está inserta.

De igual manera, los proveedores que incorporan la filosofía de la RSE obtienen importantes beneficios:

¹² CERES, El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Editorial Mantis Comunicación, Ecuador, 2008. Pág. 22

- Perfeccionan la calidad de su producción, al incorporar mejoras continuas en la misma, por requerimientos de clientes que han aplicado la gestión de la RSE en sus empresas.
- Son considerados entre los mejores proveedores por la excelencia de su producción.
- Protegen el medio ambiente asegurando materias primas e insumos sustentables, si hay coordinación con proveedores y clientes en las cadenas de abastecimiento.
- Emprenden alianzas de RSE mediante servicios de asistencia a los clientes.
- Son eficientes al implementar la RSE en las cadenas de producción, elevando los niveles de productividad y ahorro al reutilizar y reciclar materias primas e insumos.
- Reducen riesgos de seguridad industrial y sanciones, debido a que la RSE demanda de los proveedores evaluaciones de riesgo en la cadena de abastecimiento de una empresa.

Una política de RSE en la cadena productiva y de abastecimiento logra cambios cualitativos en la producción ofertada; mejores niveles de eficiencia y productividad al reutilizar y el reciclar materias primas, insumos y materiales que a su vez reduce la generación de residuos; un mejoramiento de la imagen de las empresas que integran la cadena; una reducción de los riesgos de abastecimiento, entre otros.

1.3 Inteligencia moral: un pilar de la Responsabilidad Social

Muchas personas creen la moral es patrimonio exclusivo e interés preferencial de autoridades religiosas y sus representantes, o bien de académicos y filósofos dedicados a estudios de alto nivel ideológico. Sin embargo, la moral es una base indispensable para las distintas prácticas de Responsabilidad Social. Es necesario analizar como la moral se integra y expresa en nuestros pensamientos y acciones, aun en aquellos más simples y propios de la vida cotidiana.

El Diccionario de La Real Academia Española de la Lengua define moral como: “Ciencia que trata del bien en general, y de las acciones humanas en orden a su bondad o malicia”¹³. Refiriéndonos al tema de la Inteligencia Moral hay otra definición que resulta interesante, se entiende como moral aquello: “Que no concierne al orden jurídico, sino al fuero interno o al respeto humano”¹⁴.

Carlos de la Rosa, en su Seminario de Marketing Motivacional “El don de atreverse y de permitir la Excelencia Humana”, nos dice que “Inteligencia Moral es la capacidad humana de determinar cómo los principios morales y éticos se aplican en nuestros valores, cultura y decisiones; e interactuar de acuerdo con este discernimiento”¹⁵.

Doug Lennick y Fred Kein, quienes tienen experiencia en el ámbito de la empresa, han publicado un libro titulado “Inteligencia Moral”, en dicho texto, desarrollan una reflexión crítica, y proponen una orientación práctica para el descubrimiento de cómo convertirse en una persona moralmente inteligente; aportan técnicas para estimular y promover un estilo de funcionamiento en las relaciones laborales y el mundo empresarial, basado en “principios universales”. Algunos principios universales son la justicia, la integridad, la empatía¹⁶.

Estos autores definen la inteligencia moral como “nuestra capacidad mental de determinar de qué manera los principios humanos universales, aquellos que se consideran la “regla de oro” deberían aplicarse a nuestros valores personales, metas y acciones”. En esta definición es necesario distinguir “principios universales” y “valores”. Se entiende por valores a aquel conjunto de cualidades y normas que nos fueron entregadas por nuestros padres y aquellos que tuvieron a cargo nuestro cuidado y

¹³ http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=moral

¹⁴ http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=moral

¹⁵ <http://www.scribd.com/doc/6635222/Carlos-de-La-Rosa-Vidal-Enciclopedia-de-Oratoria-Motivacional-1ra-Ed>

¹⁶ REVISTA COSAS, Revista Responsabilidad Social Empresarial, Editorial Emcovisa S.A., Ecuador, 2007. pág. 34

crianza. Los valores no son morales o inmorales; sólo cuando debemos tomar decisiones que tienen consecuencias morales, los valores adquieren significado moral. Ejemplos de valores son: la creatividad, la autonomía, la riqueza, la paz. Además, los autores establecen una estrecha asociación entre una conducta guiada por la inteligencia moral, y el aumento en el nivel de desempeño de los negocios, además del éxito en el liderazgo, la mejoría del clima laboral y la percepción de satisfacción de los empleados o trabajadores.

De esta manera se puede articular el concepto de “inteligencia moral”, con el de responsabilidad social empresarial, es decir, la responsabilidad social es una opción y un compromiso moralmente inteligente.¹⁷ Una persona “moralmente inteligente” es aquella que se relaciona y vive de manera empática y articulada con su entorno social.

Es importante desarrollar la inteligencia moral en la empresa, ya que forma la base de la Responsabilidad Social que aplica la misma. La práctica de la inteligencia moral es la vivencia de una cultura de valores. Las personas moralmente inteligentes operan tutelados con un espíritu de mejora permanente del mundo que las rodea.

“La responsabilidad social empresarial puede ser entendida también como una manera evolucionada y compleja de “cooperación”. La cooperación es una conducta altamente deseable en las interacciones humanas, puesto que potencia los esfuerzos realizados en conjunto, optimiza la utilización de recursos materiales y humanos, permite y promueve un trabajo más especializado en pro de alcanzar formas más eficaces de desempeño. Todo esto multiplica los beneficios y reduce los esfuerzos de los actores involucrados”¹⁸.

¹⁷ CERES, El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Editorial Mantis Comunicación, Ecuador, 2008. Pág. 35

¹⁸ CERES, El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Editorial Mantis Comunicación, Ecuador, 2008. Pág. 35

Las intervenciones que se deriven de los planes y programas institucionales de responsabilidad social empresarial, sea en el ámbito de la educación, salud, ambiental o social, tienen beneficios en la calidad de vida, en la salud mental y en la reducción de riesgos sociales como la delincuencia y desadaptación social.

Las empresas que aplican la responsabilidad social basándose en la inteligencia moral, están invirtiendo en calidad de vida, y no sólo en la de aquellos que son beneficiados directamente, sino en toda la sociedad en su conjunto.

En los últimos años, en el Ecuador la Responsabilidad Social Empresarial es un tema importante, por esta razón se han creado dos instituciones especializadas en este tema, las cuales son el **Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social** y el **Instituto de Responsabilidad Social Empresarial-Ecuador**.

1.4 Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES)

La creación de CERES se inició en 1998, cuando Fundación Esquel de Ecuador, otras organizaciones del país y el Synergos Institute de Estados Unidos, desarrollaron una serie de reuniones y eventos de capacitación orientados a promover y fortalecer el sector filantrópico en el Ecuador.¹⁹

La realización de un profundo estudio de investigación sobre el sector canalizador de recursos en el año 2000, tuvo un importante papel en ayudar a las organizaciones locales a identificarse como parte de un grupo más amplio y fue utilizado como la base a partir de la cual, se inició un diálogo sobre las características y necesidades del sector.

El año 2001 fue crítico para estimular el interés y energía de las organizaciones y a iniciar un proceso de análisis conjunto sobre el valor y potencial impacto que una red más formal podría tener en el Ecuador. En Enero y Marzo de 2002 se llevan a cabo dos

¹⁹ <http://www.redceres.org/?til=9>

sesiones de planeación estratégica en las ciudades de Quito y Cuenca, que dan como resultado el establecimiento formal del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social.

Con este giro, se entendió que la Responsabilidad Social cumple un rol más integral que la filantropía, involucrando a varios sectores en pro del desarrollo sustentable de un país.

En el año 2005, CERES se constituye como una organización jurídica y legalmente independiente, con su identidad corporativa propia y reglamentos establecidos.²⁰

Este consorcio surgió además como una demostración del interés que tienen empresas, fundaciones y ONG's para promover y difundir la práctica de solidaridad frente a las necesidades y demandas que requiere el país en los sectores menos favorecidos²¹.

CERES, es una red de empresas y organizaciones que promueven el concepto y las prácticas de responsabilidad social en el Ecuador.

A continuación presento la misión, visión y lo que hace CERES:

MISIÓN²²

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

VISIÓN²³

CERES pretende llegar a ser una asociación sin fines de lucro, de alto impacto social, convertida en el referente nacional en el campo de la responsabilidad social.

²⁰ <http://www.redceres.org/?til=9>

²¹ REVISTA COSAS, Revista Responsabilidad Social Empresarial, Editorial Emcovisa S.A., Ecuador, 2007. pág. 68

²² <http://www.redceres.org/?til=7>

²³ <http://www.redceres.org/?til=7>

¿QUE HACE?²⁴

- Impulsar la interlocución y el establecimiento de acuerdos entre sectores públicos y privados, nacionales e internacionales, para definir y poner en marcha programas de responsabilidad social.
- Incidir en la legislación y en la formulación de políticas públicas que promuevan el ejercicio de responsabilidad social.
- Fortalecer y desarrollar la capacidad de organizaciones interesadas en promover y practicar responsabilidad social en el Ecuador.

CERES ofrece varios servicios a sus miembros, entre los cuales están los siguientes:²⁵

- **Aplicación anual del Autodiagnóstico de Responsabilidad Social Corporativa de CERES, a la empresa, ONG o Universidad.**

Al proceso podrán asistir los representantes de las principales áreas, a fin de obtener un consenso y un análisis más claro. La herramienta ofrece resultados gráficos, que demostrarán la situación en responsabilidad social y los ámbitos en los que se puede definir un plan de acción para incorporarlo a la estrategia corporativa de su empresa u organización.

- **Servicios de capacitación interna a la empresa, ONG o Universidad.**

Los miembros tendrán acceso a: charla a la alta gerencia de 2 horas, a mandos medios de 3 horas como máximo, taller para colaboradores de 4 horas.

- **4 Reuniones – Conversatorios trimestrales,**

De 2 horas cada uno en el cual se tratarán temas sobre Responsabilidad Social, con expertos nacionales e internacionales. Estos eventos serán gratuitos.

- **Descuentos de un 22% en Asesorías técnicas y de consultoría para implementación de Programas de RS:**

²⁴ <http://www.redceres.org/?til=7>

²⁵ <http://www.redceres.org/?til=65>

Evaluación Profunda de RSE y Línea de base.

Planeación de RSC

Asistencia Técnica de Implementación

Elaboración de reportes de Sostenibilidad

- **Prioridad en la participación de Proyectos**

CERES a través de sus diferentes alianzas realiza proyectos en los cuales sus miembros tendrán prioridad de participar.

- **Publicaciones**

CERES ofrece paquetes de publicaciones, las cuales podrán ser apoyadas con el auspicio de sus miembros. Allí se agregará el logo y una breve reseña de la empresa u organización auspiciante.

- **Eventos**

Descuento del 30% del costo en eventos organizados por CERES y auspicios en los mismos. Por ejemplo: Conferencia Internacional Anual, Cursos de Consultores, Talleres Abiertos y otros.

- **Otros beneficios**

- Agregar el logo de su empresa u organización, en la página web de CERES, con un link hacia su portal web.
- Recibir 3 ejemplares en versión impresa, de las publicaciones de CERES.
- Posibilidad de publicar artículos y reportajes en el Boletín Mensual de CERES, incluir entrevistas y artículos en el Informativo Trimestral de CERES.
- Recibir el Boletín Electrónico de CERES.
- Contribuir con el Banco de Prácticas de CERES.

- Oportunidad de presentar casos prácticos sobre responsabilidad social, de acceder a pasantías, foros y demás eventos nacionales e internacionales con instituciones aliadas.
- Facilidad para acceder a conexiones con el sector público, privado y otras organizaciones de la sociedad civil, a efectos de promover el diálogo, la identificación de desafíos comunes y la creación de acciones de colaboración para resolverlos.
- Posicionamiento y oportunidad de participar y facilitar foros presenciales o virtuales de discusión, así como seminarios y conferencias nacionales.

Sus miembros provienen de distintas regiones del país, representan diversos estilos y trabajan en conjunto por resolver los problemas de desarrollo de la sociedad ecuatoriana para construirla como una comunidad democrática, sustentable y solidaria.

1.5 Instituto de Responsabilidad Social Empresarial-Ecuador (IRSE)

El IRSE, es la primera iniciativa institucional en el Ecuador en el tema de la Responsabilidad Social Empresarial. Es una organización privada, sin fines de lucro. En sus gestores y protagonistas prevalece el ideal del perfeccionamiento social a través de un humanismo auténtico y solidario. Al IRSE lo consolida un equipo de personas con positiva y vasta experiencia en el campo empresarial, en la academia, en la cátedra, en múltiples responsabilidades públicas y privadas.²⁶

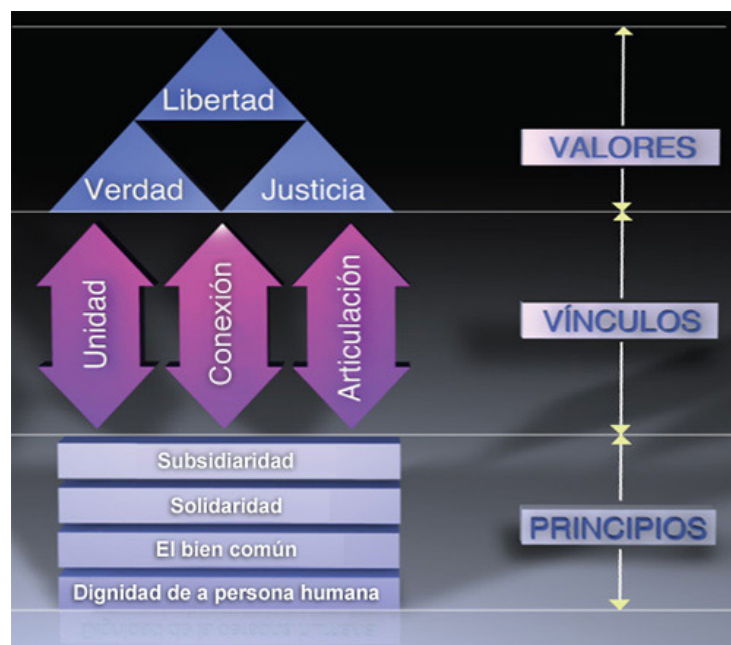
El IRSE impulsa, sobretodo, la práctica, la aplicación de acciones concretas, la implantación de un modelo de Responsabilidad Social que conduzca a la sociedad hacia la consecución de una enaltecida cultura, a través de la excelencia organizacional y sus

²⁶ http://www.irse-ec.org/index.php?option=com_content&view=article&id=20&Itemid=48

legítimos fines, pero sobretodo, fundamentada en valores, transparencia y ética. Para el IRSE, la Responsabilidad Social, es un medio idóneo para integrar las acciones estratégicas de las Organizaciones; el IRSE, a través del desarrollo y la aplicación de sus herramientas, logra ese medio integrador.

El IRSE inculca a que las acciones empresariales y sus metas no descuiden los valores auténticos que permitan el desarrollo de la persona, el bienestar de la sociedad, el cuidado del medio ambiente y el apuntalamiento al desarrollo sostenible.

El IRSE se ha planteado distintos principios y valores de la Responsabilidad Social Empresarial:



Fuente: <http://www.irse-ec.org>

PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL²⁷

LA DIGNIDAD DE LA PERSONA HUMANA

Una sociedad justa puede ser realizada solamente en el respeto de la dignidad trascendente de la persona humana.

EL BIEN COMÚN

²⁷ http://www.irse-ec.org/index.php?option=com_content&view=article&id=69&Itemid=93

Es el conjunto de condiciones de la vida social que hacen posible a las asociaciones, y a cada uno de sus miembros, el logro más pleno y más fácil de la propia perfección.

LA SOLIDARIDAD

Es la determinación firme y perseverante de empeñarse por el bien común; es decir, por el bien de TODOS y CADA UNO, para que seamos verdaderamente responsables de todos, pretendiendo su igualdad en dignidad y derechos.

VALORES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL²⁸

LA VERDAD

La convivencia de los seres humanos es ordenada, fecunda y conforme a su dignidad de personas, cuando se funda en la verdad.

LA LIBERTAD

Toda persona humana tiene el derecho natural de ser reconocida como un ser libre y responsable; el derecho al ejercicio de la libertad es una exigencia inseparable de la dignidad de la persona humana.

LA JUSTICIA

Dar a cada uno lo que le corresponde. Actitud de reconocer al otro como persona, como criterio determinante de la moralidad en el ámbito intersubjetivo y social.

Este valor resulta particularmente importante en el contexto actual, en el que el valor de la persona, de su dignidad y de sus derechos, a pesar de las proclamaciones de propósitos, está seriamente amenazado por la difundida tendencia a recurrir, exclusivamente, a los criterios de la utilidad y del tener.

²⁸ http://www.irse-ec.org/index.php?option=com_content&view=article&id=69&Itemid=93

CAPITULO 2

MULTINACIONALES EN EL ECUADOR

En el Ecuador se han establecido varias empresas multinacionales, las cuales se han preocupado mucho por el aspecto social y ambiental del país en el que se han establecido. Esto se enfoca en las distintas prácticas de Responsabilidad Social que realizan para ayudar a los sectores más necesitados. A continuación, se analizará algunas empresas multinacionales según el sector en el que trabajan. Se ha escogido estas empresas ya que son reconocidas por la labor social y el trabajo que realizan en el Ecuador; además, por la calidad de sus productos y servicios.

2.1 Sector Petrolero – Repsol



Fuente: <http://www.repsol.com/ec>

Repsol® es una compañía internacional que realiza su actividad en el sector de los hidrocarburos y se ha consolidado como una de las primeras petroleras privadas del mundo. Esta multinacional también está trabajando en el Ecuador en donde posee derechos mineros sobre dos bloques de desarrollo que cuentan con una

superficie neta de 770km².

Repsol está presente en Ecuador a través de sus actividades de Exploración y Producción y GLP (Gas Licuado). La compañía maneja sus actividades petroleras en el Bloque 16, el Campo Unificado Bogi Capirón y el Área Tivacuno, con una producción total actual de 56.000 barriles diarios de petróleo. En GLP, Repsol participa a través de

Duragas, compañía líder en la distribución de GLP que opera en toda la geografía nacional con una cuota de 39% y unas ventas anuales de más de 380.000 toneladas.

La sostenibilidad, el desarrollo social y el compromiso con el medio ambiente están en la base de su negocio. Es consciente de la gran responsabilidad que supone desarrollar una actividad en torno a la energía que es un bien esencial para el futuro de todo el mundo.

Cabe recalcar que Repsol trabaja con un equipo de más de 35 mil personas en el mundo, para transformar la energía en bienestar y al servicio de todos, de una manera responsable y comprometida con el futuro.

En lo que se refiere a Responsabilidad Social, Repsol maneja la “FUNDACION REPSOL YPF” (<http://www.fundacionrepsolypf.org.ec>) cuya misión es contribuir al desarrollo social del país, apoyando iniciativas que propicien la superación de problemas de inequidad o exclusión de la población vulnerable; promuevan el talento de niños y jóvenes a través de su formación académica; impulsen la ética, la paz, el adecuado manejo de los recursos naturales y la conservación del medio ambiente.²⁹

Además, esta fundación se ha planteado varios objetivos los cuales son:

- Cumplir con la responsabilidad social que corresponde a la empresa privada.
- Colaborar en la ejecución de un programa sostenido en beneficio de las comunidades más pobres, en especial de las indígenas.
- Ayudar a reducir tensiones sociales que podrían afectar la estabilidad del país.
- Contribuir con financiamiento y asistencia técnica para fortalecer propuestas de desarrollo que beneficien a los sectores más postergados de la población, que procuren el adecuado manejo ambiental y la conservación de los recursos naturales.

²⁹ http://www.redceres.org/?til=35&id_mem=20

Las líneas de trabajo en las que se enfocan sus programas de responsabilidad social son Educación, Salud y Desarrollo Integral.

Algunos de estos programas de Responsabilidad Social son los siguientes:

Siembra Vida³⁰

Centro de Capacitación Artesanal de Varones – Ampliación de Construcciones

Junto con Fundación Amiga, se apoya para ampliar la capacidad instalada del Centro Artesanal de Varones de Esmeraldas, con la construcción de un pabellón con 4 aulas en hormigón armado y su correspondiente equipamiento.

Además, se trabaja para ampliar la cobertura de capacitación artesanal a jóvenes varones que requieren mejorar el nivel de su formación para optar por mejores oportunidades de ocupación e ingresos.

Salarios para Instructores de Deporte

Apoyo para impulsar la práctica de deportes en chicos y chicas de la calle como medio de superación, autoestima y formación. Lograr que los muchachos terminen su educación primaria y básica; mejorar el nivel nutricional y de salud por medio de la alimentación y control médico. Vincular a los padres de familia en los procesos de formación de sus hijos, a través de la participación en las distintas actividades del proyecto. Se realiza entre Fundación Repsol YPF del Ecuador y Fundación Su Cambio por El Cambio, esto se realiza en la provincia de Pichincha.

Prevención Antipandillas

³⁰ <http://www.fundacionrepsolyypf.org.ec>

Se apoya para fortalecer la formación en valores éticos de las familias de San Rafael; capacitar a los niños, adolescentes y jóvenes en actividades de tipo cultural y deportivo para uso adecuado de su tiempo libre, creatividad y energía.

Complementar la orientación familiar con campañas de buen trato y consideración especialmente a mujeres y niños. Desarrollar y aplicar programas de educación sexual para adolescentes y jóvenes con prevención de ETS y desarrollar y aplicar programas de educación para prevención y tratamiento de alcoholismo, tabaquismo y drogadicción. Las entidades ejecutoras son Fundación Repsol YPF del Ecuador y Sociedad Salesiana de Esmeraldas.

Laboratorio de Agua y Suelos

En la provincia de Pastaza se financia para atender con servicios de laboratorio a las necesidades de investigación y conocimiento de alrededor de 360 estudiantes de la Universidad Estatal Amazónica y de adecuada información sobre agua y suelos aproximadamente de 4,000 agricultores.

Vida Plena³¹

Implementación del Albergue Paula para Mujeres Indígenas

En Francisco de Orellana, se apoya para dar soporte psicológico y legal a las víctimas de violencia doméstica. Realizar campañas de información y de formación para disminuir y erradicar la violencia doméstica, en especial la que afecta a mujeres y niños. Equipar los espacios de atención e implementar los servicios de atención médica y legal en la Casa Albergue PAULA. Proveen patrocinio legal a mujeres víctimas de violencia

³¹ <http://www.fundacionrepsolypf.org.ec>

doméstica y delitos sexuales. El proyecto se ejecuta entre Fundación Repsol YPF del Ecuador y Fundación Ayllu Huarmicuna y Vicariato de Aguarico.

Medicina para Todos

Se apoya para atender la demanda de servicios de salud de la población de la provincia de Orellana, que se aproxima a 86.000 personas, de las cuales, el 63% vive en situación de extrema pobreza. Planificar y ejecutar acciones de atención integral de salud, a favor de familias indígenas y colonas, alrededor de 7,000 personas por año, de preferencia niños menores de 5 años y adultos mayores.

Dotar de medicinas genéricas en botiquines a 60 comunidades, en 25 parroquias. Constituir comités de salud en las comunidades e impulsar con ellos actividades de capacitación en salud preventiva y coordinar las actividades de salud preventiva y curativa con otras entidades locales, incluyendo los dispensarios del Patronato de Amparo Social. El proyecto se ejecuta entre Fundación Repsol YPF del Ecuador y Patronato de Servicio Social de Orellana – Passo.

Equipamiento de Maternidad Municipal

En la provincia de Loja se apoyó para ampliar y equipar el área de hospitalización del Policlínico Maternidad Municipal y para ampliar la cobertura de atención en las áreas quirúrgico – obstétrica, neonatología, pediatría. El proyecto se realiza entre Fundación Repsol YPF del Ecuador y Patronato de Amparo Social – Municipio de Loja.

Equipamiento de Unidad Médica del Patronato

Se apoya para atender la demanda de servicios de salud de la población de la provincia, que se aproxima a 40,000 personas, de las cuales, el 65% vive en situación de extrema

pobreza. Contrarrestar la incidencia de enfermedades tropicales y problemas nutricionales en pacientes menores de edad, proveer servicios odontológicos a menores de edad y mujeres embarazadas.

Complementar con equipamiento básico la infraestructura instalada en los consultorios médico y odontológico construidos en la sede de salud del Patronato de Amparo Social. Las entidades ejecutoras son Fundación Repsol YPF del Ecuador y Patronato Provincial de Sucumbíos.

Infancia con Salud

Se apoya para atender las necesidades de provisión de insumos médicos y de alimentación para 160 niños hospitalizados y sus familiares de escasos recursos. El proyecto se lleva a cabo entre Fundación Repsol YPF del Ecuador y Fundación de Damas Voluntarias del Hospital de Niños Baca Ortiz en la provincia de Pichincha.

Emprendimientos para la Vida³²

Molleturo: Un Entorno Saludable

En una extensa parroquia de gran diversidad ecológica se coopera para proteger la salud humana, la nutrición, el adecuado manejo de recursos naturales frágiles y para promover la producción agroecológica alternativa. Incluye canalización de microcréditos. Las entidades ejecutoras son Fundación Repsol YPF del Ecuador y Fundación ALDES. Esto se realiza en la provincia del Azuay.

Bancos Comunitarios Barrios Marginales de Guayaquil

³² <http://www.fundacionrepsolyypf.org.ec>

En la provincia del Guayas se ha provisto recursos para capacitación en gestión de empresas y para canalización de microcréditos para 40 familias pobres de barrios marginales de Guayaquil.

En el proyecto trabajan Fundación Repsol YPF del Ecuador y Fundación Viviendas del Hogar de Cristo.

Crédito para Microempresarias de Orellana

Se coopera para capacitar en técnicas de gestión empresarial a 600 mujeres microempresarias y concederles préstamos para actividades productivas generadoras de ingresos.

Las entidades ejecutoras son Fundación Repsol YPF del Ecuador y Fondo Populorum Progressio. Esto se realiza en Lago Agrio.

Fortalecimiento de la Cooperativa

Ampliar el fondo rotativo de crédito de la CAC para hacer más efectiva la actividad de intermediación financiera en la comunidad rural de la parroquia Taday, del cantón Azogues, provincia del Cañar. Apoyar la diversificación de la producción campesina con acceso a recursos de crédito en condiciones accesibles. Implementar procesos de capacitación en diversificación y manejo de producción en las parcelas de los 150 socios y socias de la CAC. Se trabaja entre Fundación Repsol YPF del Ecuador y Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacique Guritave. Cañar.

Se ha mencionado parte del trabajo de Fundación Repsol YPF, pues desde el año 2005 ha realizado más de 45 proyectos.

2.2 Sector Bananero – Dole



Fuente: <http://www.ubesa.com.ec>

DOLE® Ecuador forma parte de la Corporación DOLE Food Company, Inc., cuyas oficinas corporativas están situadas en Westlake, EE.UU. Ecuador pertenece a la región

Latinoamérica y nuestra casa matriz está ubicada en San José de Costa Rica.

Las operaciones de DOLE Ecuador se iniciaron el primero de enero de 1955 bajo el nombre de Standard Fruit Company, en ese entonces subsidiaria de Standard Fruit & Steamship Company, habiendo celebrado su cuadragésimo quinto aniversario en el año 2000, como exportadora de la más prestigiosa marca de legumbres y frutas frescas del mundo: DOLE.

Exporta sus productos a Estados Unidos, Europa, Asia y Medio Oriente, generando una importante fuente de ingresos para el país. Es pionera en la utilización de modernas tecnologías de riego, drenaje subterráneo, cable aéreo, programa de fertilización y fumigación aérea controlada. Además, la confianza en el trabajador ecuatoriano se pone de manifiesto al brindarles a sus empleados capacitación dentro y fuera del país, lo cual le asegura contar con el mejor equipo de profesionales. Es compromiso de DOLE asistir a nuestros productores, brindarles asesoría en tecnologías e infraestructura moderna, labores agrícolas y de empaque, lo cual permite producir un banano de alta calidad y rendimiento.³³

DOLE Food Company es una corporación de renombre mundial, productora y comercializadora de más de 170 frutas y vegetales, frescos y elaborados en el mundo

³³ <http://www.ubesa.com.ec/Productores/Informacion/QuienesSomos.htm>

entero. Cuenta con oficinas en todo el mundo y está geográficamente dividida en 4 zonas: DOLE Europa con sede en París, Francia; DOLE Latinoamérica con sede en San José, Costa Rica; DOLE Asia con sede en Manila, Philipinas y DOLE Norteamérica con sede en Salinas, EE.UU.

Dole Food Company, Inc. está comprometida a proveer a los consumidores los mejores productos en el mercado con la más alta calidad y a conducir a la industria a la investigación nutricional y a la educación.

Dole sustenta estos objetivos en una filosofía corporativa de adherirse a una conducta ética en todos sus negocios, en el trato a sus empleados, así como políticas sociales y ambientales.

DOLE Ecuador consciente de las grandes necesidades sociales de las áreas agrícolas del país, creó la Fundación Dale (<http://www.ubesa.com.ec>), cuyo principal objetivo es el desarrollo e implementación de programas tendientes a mejorar las condiciones de vida de sus colaboradores, sus familias y las comunidades en las cuales opera. A partir del año 2004, los productores independientes de Dole, se unen a la Fundación Dale aportando económicamente para implementar programas en todas las áreas en donde la empresa trabaja.³⁴

DOLE Ecuador forma también parte de la vanguardia que lucha por la conservación del planeta. Es así como a través de sus años de trabajo en el país, ha desarrollado y aplicado programas medioambientales para un desarrollo agrícola responsable. Tuvo una activa participación en la promulgación del Reglamento de Saneamiento Ambiental Bananero y en Noviembre de 1998, UBESA obtuvo la Certificación ISO 14001. Esta norma garantiza la existencia de un Sistema de Administración Medioambiental, el cual

³⁴ http://www.redceres.org/?til=35&id_mem=12

se basa en políticas, procedimientos, programas y planes, encaminados al desarrollo sustentable de los recursos naturales.

La constante búsqueda de la excelencia, llevó a UBESA a obtener la Certificación de Calidad ISO 9001 en diciembre de 1997, norma que tiene como su principal objetivo la satisfacción de los clientes.³⁵ Durante los últimos 40 años, DOLE ha sido reconocida como la mejor comercializadora de frutas de pequeños, medianos y grandes productores.

DOLE – FUNDACION DALE



Fuente: http://www.redceres.org/?til=35&id_m=12

Ya que en DOLE consideran que todos tienen derecho a una vida digna, cuentan con su Fundación DALE, la cual aporta a esta aspiración brindando alternativas reales para un futuro mejor.

En Fundación Dale tienen varios objetivos³⁶, los cuales son:

- Fomentar una cultura de salud y aportar para que sus trabajadores y comunidades tengan acceso a este servicio.
- Apoyar escuelas en nuestras áreas de influencia para contribuir a mejorar la educación rural en el Ecuador.
- Ayudar a que las comunidades sean gestoras de sus propios cambios fomentando grupos conscientes de sus necesidades y capacidades.

³⁵ http://www.redceres.org/?til=33&id_not=189

³⁶ <http://www.care.org.ec/univida/aliados/dale.htm>

- Liderar un verdadero cambio social-cultural.

Algunos programas de Responsabilidad Social que se han implementado son³⁷:

SALUD

Dispensarios Médicos que atienden aproximadamente a 13.500 personas y su grupo familiar. Guayas, Manabí y los Ríos.

Vacunación contra la Hepatitis, Tétano e Influenza a los trabajadores de finca. Guayas, Manabí y los Ríos.

Charlas acerca de enfermedades venéreas y nutrición. Guayas, Manabí y los Ríos.

Desparasitación a trabajadores de finca cada seis meses. Guayas, Manabí y los Ríos.

Jornadas médicas sobre Odontología, Dermatología y Optometría. Guayas, Manabí y los Ríos.

EDUCACIÓN

Escuela Vicente Piedrahita, 250 niños. Los Ríos

DESARROLLO COMUNITARIO

Charlas y Programas de Capacitación sobre Comunicación Efectiva, Relaciones Intrafamiliares, Maltrato, Igualdad de Género, Escuela de Formación de Líderes. Guayas y los Ríos.

³⁷ http://www.redceres.org/?til=33&id_not=189

2.3 Sector Industrial – Holcim



Fuente:http://www.redceres.org/?til=35&i_d_mem=16

Holcim® Ecuador S.A. es una de las principales industrias del país. Holcim Ecuador trabaja con la misma mística con la que se desarrolla todo el Grupo Holcim de manera internacional. Es una empresa que pertenece al grupo suizo Holcim, una de las compañías cementeras más grandes e importantes del mundo. En esta empresa se produce cemento, agregados y hormigón.³⁸

Holcim es una empresa que mantiene un impecable currículum empresarial a nivel nacional e internacional, lo cual habla de la calidad de sus productos, así como de la gente que compone la empresa. Por ello, cuentan con cerca de 1.000 empleados altamente calificados.

La misión de Holcim se refiere al desarrollo sostenible, en Holcim se reconoce la responsabilidad social y se proponen a desempeñar un destacado liderazgo dentro de sus áreas de influencia. De la misma forma, su visión es convertirse en la Fundación empresarial más importante del Ecuador, con grandes éxitos en la construcción de procesos de desarrollo participativo y ser un modelo que sirva de referencia a las Fundaciones Holcim de todo el mundo.

Holcim Ecuador es una empresa que se preocupa mucho por el ambiente en el que labora, es decir en la responsabilidad social, por lo que sus líneas de trabajo se enfocan en capital social y humano, educación, salud, agua y desarrollo económico local.

³⁸ <http://www.holcim.com.ec/EC/ECU/id/51281/mod/2/page/channel.html>

Los objetivos que Holcim Ecuador tiene enfocándose a Responsabilidad Social son los siguientes³⁹:

1. Contribuir al desarrollo de iniciativas locales y nacionales en los ámbitos humano, social, ambiental, cultural y productivo que apunten hacia procesos de desarrollo sostenible tendientes a mejorar la calidad de vida de grupos de población en condiciones de pobreza.
2. Facilitar el desarrollo de capacidades en los individuos y grupos sociales para que estén en plena capacidad de participar en forma activa, generar, impulsar y sostener sus propios procesos de desarrollo.
3. Generar y difundir conocimiento útil y relevante para los procesos de desarrollo, mediante investigación sobre las realidades sociales, económicas, organizativas, ambientales y culturales en lo local y nacional.

Para el cumplimiento de estos objetivos se están desarrollando varios programas de Responsabilidad Social entre los cuales tenemos:

1. Programa de Desarrollo Comunitario - PDC:⁴⁰

Este programa busca contribuir al desarrollo de las comunidades aledañas a las operaciones de Holcim. Trabaja en base a las necesidades y prioridades de desarrollo planteadas por éstas comunidades y busca generar una cultura de participación a través de la implementación de mesas de diálogo denominadas Comités de Acción Participativos – CAPs.

Los CAPs están conformados por colaboradores de la empresa y los principales actores de cada comunidad quienes se ponen de acuerdo y definen las prioridades de inversión

³⁹ http://www.holcim.com.ec/EC/EQU/id/52781/mod/7_3/page/editorial.html

⁴⁰ http://www.holcim.com.ec/EC/EQU/id/73401/mod/7_5/page/editorial.html

en la comunidad a través de proyectos, con visión estratégica, que apuntalan cinco campos estratégicos prioritarios para las comunidades como son:

Educación, Salud, Agua y Gestión Ambiental, Desarrollo Económico Local y Capital Social y Humano.

Los proyectos generados en los CAPs están orientados al desarrollo de capacidades locales a través de alianzas y formación de redes.

2. Programa de Pequeñas Donaciones - PPD:⁴¹

Contribuye con solicitudes puntuales en base a la correlación existente entre las propuestas recibidas y los objetivos estratégicos de Holcim Ecuador y los de la FHE. Las pequeñas donaciones pueden darse a proyectos ubicados en comunidades aledañas o no aledañas a las plantas por un monto máximo de \$20.000.

3. Programa de Apoyo a Fundaciones - PAF:⁴²

FHE actuará como un paraguas para las cuatro fundaciones que ha venido apoyando tradicionalmente, brindando asistencia técnica y financiera para su fortalecimiento institucional.

Las instituciones son:

- Fundación Pro- Bosque: Administra el Bosque Protector Cerro Blanco ubicado en la última extensión de la Cordillera Chongón- Colonche.
- Fundación Vivamos Mejor: Brinda ayuda a familias de escasos recursos económicos, a través de programas de capacitación y desarrollo personal.

⁴¹ http://www.holcim.com.ec/EC/ECU/id/73401/mod/7_5/page/editorial.html

⁴² http://www.holcim.com.ec/EC/ECU/id/73401/mod/7_5/page/editorial.html

- Fundación Pro-pueblo: promueve el desarrollo de las comunidades asentadas en las laderas montañosas de la Cordillera Chongón- Colonche.
- Rocafuerte Fútbol Club: Promueve el deporte como medio de desarrollo mental y físico para jóvenes de escasos recursos.

2.4 Sector Alimenticio – Nestlé



En 1955 Nestlé® se instaló en Ecuador como comercializadora e inició su producción industrial en 1970. La política de Nestlé, a nivel mundial y en todas las épocas se centró en el consumidor, basados en la promesa de calidad y confianza. A través de estos

Fuente: www.nestle.com.ec

principios también existentes en el Ecuador, se implementaron programas de atención al consumidor, políticas industriales amigables con el medio ambiente, desarrollo de proyectos para ayudar a los proveedores agrícolas y ganaderos para la mejora de su producción y acciones de beneficio social.

Desde su fundación en 1867 Nestlé ha tenido como objetivo primordial consolidarse como una empresa humana, donde sus principios se basan en prácticas justas, honestas y con un gran interés en la gente.⁴³ De aquí parta todo, tanto la relación entre sus accionistas, como con sus colaboradores, consumidores, proveedores y clientes. Se trata de una cultura mundial en la cual el capital humano es uno de los fundamentales.

Nestlé siempre ha estado preocupada por el respeto hacia una cultura del país donde se establece. Esta filosofía es aplicada en cada nación donde están presentes,

⁴³ REVISTA COSAS, Revista Responsabilidad Social Empresarial, Editorial Emcovisa S.A., Ecuador, 2007. pág. 30

mantienen su marca global, siempre guardando cuidadosamente el sabor local, además de un respeto hacia las leyes y el bienestar de cada uno de sus colaboradores.

Nestlé lo tiene claro, sus empleados, sus marcas, su productos, la sociedad en la que se desarrolla y desde luego el buen estado del medio ambiente y sus recursos son prioridad número uno. Su gente trabaja siempre orientada a resultados bajo pilares de liderazgo, focalización, ejecución y disciplina.

Para Nestlé sus colaboradores son su activo más valioso y actúa convencida de que su éxito es el reflejo de la profesionalidad, las competencias, el comportamiento y la actitud de las personas que la componen. De ahí que sus prácticas empresariales se basan a nivel mundial en:⁴⁴

- Establecer relaciones laborales basadas en la confianza, integridad y honestidad.
- Mantener el respeto por los valores, actitudes y conductas humanas básicas.
- Fomentar la sensación de integridad entre los empleados de todos los países.
- Favorecer el progreso continuo mediante la formación y potenciar las competencias profesionales en todos los niveles de la organización.
- Ofrecer desarrollo profesional teniendo en cuenta los méritos de cada quien.
- Ofrecer salarios y beneficios competitivos.
- Crear condiciones de trabajo seguras y saludables para cada uno de los empleados.
- Respetar el derecho de los empleados a constituir organizaciones de representación.
- Tratar a todos los empleados con respeto y dignidad.

Algunas prácticas de responsabilidad social de Nestlé son:⁴⁵

⁴⁴ REVISTA COSAS, Revista Responsabilidad Social Empresarial, Editorial Emcovisa S.A., Ecuador, 2007. pág. 30

⁴⁵ REVISTA COSAS, Revista Responsabilidad Social Empresarial, Editorial Emcovisa S.A., Ecuador, 2007. pág. 31

- **NUTRIMOVIL:** Nestlé Ecuador ha desarrollado e implementado este proyecto que incluye un consultorio nutricional móvil que visita a los consumidores cerca de sus hogares en diferentes sectores de la ciudad de Quito: Ciclo-paseos, autoservicios, farmacias y barrios marginales. Por ejemplo: se hizo un trabajo conjunto con la organización internacional Aldeas SOS, que facilitó mucho el acceso a la comunidad. En la consulta se elabora un plan de alimentación y actividad física especializado para cada persona. Las consultas están a cargo de un equipo de nutricionistas y también se realizan en los locales de Servicio al Consumidor de Quito, Guayaquil y Cuenca de manera gratuita.

- **CARAVANA NESQUIK:** es un programa para trabajar en escuelas, enfocado en información sobre nutrición y la importancia del desayuno en los niños. Se instruye de una manera muy didáctica y apropiada para los niños, enseñándoles la importancia del desayuno y del consumo de todos los grupos de alimentos.

- **PUBLICACIONES:** Nestlé publica comunicaciones que difunden información sobre nutrición que llegan a profesionales de la salud y a consumidores que se distribuyen gratuitamente y que se pueden retirar en los locales de Servicio al Consumidor. Los NutriFocus son folletos dirigidos a consumidores que promueven la práctica de un estilo de vida saludable. La circulación de NutriFocus, que se distribuye en toda la región bolivariana (Venezuela, Colombia y Ecuador), supera los 100.000 ejemplares en Ecuador.

- **EVENTOS CIENTIFICOS:** Además, se han organizado eventos de alto nivel científico sobre temas nutricionales y de salud con el apoyo de universidades y otras organizaciones dirigidas a la comunidad científica ecuatoriana.

- **POR EL MEDIO AMBIENTE:** En el mundo actual la conciencia de desarrollo sostenible es prácticamente cuestión de supervivencia. Los recursos básicos deben ser

conservados y renovados si se quiere mantener en funcionamiento a mediano plazo los sistemas industriales de todos los países. Este es un tema de particular interés para una empresa productora de alimentos, que como tal depende de materias primas no contaminadas, de buena calidad, y cuya producción requiere indispensablemente de aguas, aire y tierras no degradados. Actualmente hay que cumplir con estándares que disminuyan el impacto ambiental de todas las actividades humanas, especialmente las de la producción industrial, de ahí que deben regirse a sistemas y normas de control. En Ecuador, Nestlé se esfuerza por cumplir con la legislación regente a temas ambientales, y procura observar las normas mucho más exigentes del Sistema de Gestión Ambiental de Nestlé (NESM, Nestlé Environment Management and Systems), basado en estándares nacionales e internacionales.

• **LOS PROVEEDORES:** Nestlé ha implementado programas destinados a apoyar a los productores, especialmente pequeños y medianos, con asistencia técnica, financiera y administrativa directa. Estos proyectos se inscriben a escala mundial en el programa denominado la Plataforma de Iniciativas para una Agricultura Sostenible. La concreción de estos planes tiene, como complemento, la doble ventaja de satisfacer, por una parte, a los consumidores cada vez más exigentes de productos sanos y nutritivos, y por otra, de contribuir al desarrollo económico y social de los países, generando comunidades y mercados que progresan en óptimas condiciones económicas y ambientales.

La Responsabilidad Social de Nestlé no es una relación pasiva hacia la comunidad, sino que contribuye en forma efectiva y permanente con varias instituciones. En la actualidad, están enfocados en iniciativas de apoyo a los niños y niñas de escasos recursos.⁴⁶

⁴⁶ REVISTA COSAS, Revista Responsabilidad Social Empresarial, Editorial Emcovisa S.A., Ecuador, 2007. pág. 31

- **Operación Sonrisa:** su propósito principal es proporcionar cirugía plástica reconstructiva a personas que viven en condiciones de pobreza, con deformaciones, fisuras orales, tumoraciones, secuelas de quemaduras y tratamientos similares. Todos los servicios médicos y psicológicos se realizan de manera absolutamente gratuita, gracias al aporte de las corporaciones y personas contribuyentes. Nestlé ha sido un catalizador no sólo con su aporte económico y de sus productos, sino principalmente siendo líder de opinión dentro de la comunidad.

- **Instituto Nacional del Niño y la Familia, Innfa:** Nestlé es uno de los principales auspiciantes del programa de televisión Aventureros, que el Innfa difunde semanalmente con el propósito de educar y generar valores. Los temas que aborda están relacionados con la salud, la niñez, la vida familiar, la riqueza cultural y natural del Ecuador, con especial énfasis en la divulgación de los derechos del niño y del adolescente, su cumplimiento y vigilancia. También se dona productos Nestlé en Navidad y el día del Niño.

- **Jardín Botánico de Quito:** se contribuye a formar una conciencia de conservación del medio ambiente y la naturaleza.

2.5 Telefónica-Movistar

Telefónica Movistar nació en 1924. Esta empresa de telecomunicación fue creada como



Fuente: www.movistar.com.ec

filial local de una multinacional norteamericana en España. En 86 años de existencia, Telefónica ha superado una tras otra a las compañías que fueron su referencia histórica en el pasado.

Para Telefónica, se entiende la Responsabilidad Corporativa (RC) como “una manera de gestionar el negocio en relación con todos sus grupos de interés. En la medida en la que sean capaces de generar un impacto positivo con su actividad, serán capaces de garantizar también la propia sostenibilidad de la compañía y la de las relaciones con sus grupos de interés”⁴⁷. En definitiva, se trata de que sea tan importante conseguir los objetivos y resultados económicos financieros, como la forma en la que los obtienen.

Después de analizar varias empresas, se ha escogido Movistar para hacer un análisis más profundo sobre sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, ya que Movistar es una empresa multinacional que ha trabajado muy duro en lo referente a ayuda social. Además es una empresa grande que colabora mucho con la economía del país. En el capítulo siguiente se realiza un estudio sobre Movistar.

⁴⁷ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2006. Pág. 10

CAPITULO 3

MOVISTAR



Fuente: www.movistar.com.ec

3.1 Movistar en el Mundo

Telefónica-Movistar es una de las principales empresas de telecomunicación del mundo. Con presencia en 23 países, más de 205 millones de clientes y 245.000 empleados, es capaz de dedicar más de 5.500 millones de dólares a la innovación tecnológica y 65 millones de dólares en proyectos de acción social.⁴⁸

A principios de los años noventa del siglo XX, Telefónica segregó su filial dedicada al negocio móvil en España (primero analógico bajo la marca Moviline y después GSM bajo la marca Movistar). Paralelamente, se desarrollaba la expansión internacional del grupo, con adquisiciones de operadores de telecomunicaciones, generalmente monopolios estatales, en Perú, Chile y Argentina. En la primera fase, estas compañías

⁴⁸ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2008. Pág. 10

siguieron desarrollando y expandiendo su negocio como un todo, sin segregación de las filiales móviles. Telefónica Móviles era simplemente una empresa española.⁴⁹

Telefónica emprendió su expansión en el mercado mexicano. Primero comprando cuatro pequeños operadores pertenecientes a Motorola que operaban en el norte de México y creando una filial local con sede en Monterrey y luego adquiriendo Pegaso y fusionándolo con las operaciones que ya controlaba, moviendo la compañía a México D.F.

En 2001, Telefónica Móviles trató de asaltar el mercado europeo mediante la adquisición de una serie de licencias de tecnología 3G en diversos países europeos. El caso de Alemania fue el más costoso, adquiriendo por subasta, a través de un consorcio en el que también participaba el operador finlandés Sonera (Group 3G), una licencia por 8.410 millones de euros. También se adquirieron licencias en Austria, Suiza e Italia, llegando a crear una nueva marca, Quam, para sus operaciones en Alemania, Suiza y Austria. Sin embargo, ante la no disponibilidad de tecnología 3G a tiempo, Telefónica Móviles abandonó los países europeos en 2002.

Finalmente, en 2004, compró los activos latinoamericanos del operador estadounidense BellSouth. De esta forma adquirió operadores móviles en mercados en los que no operaba (como Nicaragua, Panamá, Colombia, Venezuela, Ecuador y Uruguay) y en los que ya tenía operaciones (como Guatemala, Perú, Chile o Argentina). En noviembre del 2006, Telefonica Móviles acordó comprar a la operadora de telefonía móvil O2 Group, con lo cual Telefónica ingresa al mercado británico, irlandés y alemán.

⁴⁹ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Historia de Telefónica, Impresión Propia, 2006.

3.1.1 Historia de Movistar en España⁵⁰

Telefónica, con su filial TS1 (Telefónica Servicios Uno) comenzó las pruebas de telefonía móvil en el sistema GSM durante la Exposición Universal de Sevilla y las Olimpiadas de Barcelona de 1992, y el servicio, bajo la marca Movistar, fue lanzado comercialmente en septiembre de 1995, aunque desde julio de ese mismo año la red estaba abierta para clientes extranjeros en *roaming* por España. Para entonces, ya existía otro servicio de telefonía móvil, también de Telefónica, llamado MoviLine, que operaba en analógico (a diferencia de Movistar que lo hace en digital).

En julio de 1996 se lanza Movistar Prepago, una tarjeta en la que el consumidor pagaba el servicio por adelantado y lo iba consumiendo más tarde. Más adelante, en marzo de 1997, se lanza Movistar Activa, que mejora el sistema incorporando la posibilidad de recargar la tarjeta, para no tener que comprar otra nueva al agotar el saldo.

En marzo de 2000, la empresa consigue una licencia para operar en UMTS, la llamada Tercera Generación de telefonía móvil (3G), y en enero de 2001 se lanza comercialmente el servicio de GPRS (2,5G).

En septiembre de 2002 se lanza el servicio de Mensajería Multimedia (MMS), con el que se pueden enviar mensajes que incorporan fotografías en color y tonos de sonido. En mayo de 2004 se lanza comercialmente el servicio de videollamada en la red de UMTS.

⁵⁰ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Historia de Telefónica, Impresión Propia, 2006.

3.1.2 La unificación de la marca Movistar⁵¹

En 2004, Telefónica adquirió todos los activos celulares en Latinoamérica de BellSouth. Ante la multiplicidad de marcas comerciales que llegó a tener fruto de esta adquisición, la obligación legal de dejar de usar la marca Bellsouth y la presencia de varias operadoras de Telefónica Móviles en un mismo país (como por ejemplo en Argentina (Unifón + Movicom), Chile (Telefónica Móvil + Bellsouth Chile), Guatemala (Telefónica MoviStar + BellSouth Guatemala) y Perú (Telefónica MoviStar + BellSouth del Perú), Telefónica decidió unificar sus operaciones bajo la marca que ya tenía en España y en otros países como México, *Movistar*, aunque renovando su logotipo: pasaba de componerse de las palabras «Telefónica MoviStar» a una nueva logomarca con una M redondeada de color azul o verde y la palabra *movistar* en minúsculas. Este cambio se hizo efectivo el 6 de abril de 2005, habiéndose presentado ante los medios y el público el día anterior, tras una gran campaña de imagen en la que no se revelaba el producto anunciado hasta ese mismo día.

Brasil y Marruecos quedaron al margen de esta unificación de marcas al tratarse de empresas mixtas (joint-ventures) con Portugal Telecom (la primera conservó la marca Vivo, mientras que la segunda siguió con Méditel).

La canción *Walking on sunshine*, de 1983, cantada por Katrina and the Waves (ganadora del Festival de la Canción de Eurovisión de 1997), fue usada por Telefónica en sus campañas publicitarias de presentación de la nueva marca en España y Latinoamérica.

⁵¹ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Historia de Telefónica, Impresión Propia, 2006.

3.1.3 Logomarcas de Movistar

En sus comienzos, la marca se presentaba con la palabra «MoviStar» acompañada de la T formada por puntos característica de Telefónica en aquella época, logotipo muy similar al de su empresa «hermana» MoviLine de telefonía móvil analógica. La palabra MoviStar tenía las letras «Movi» de color turquesa, y la «T» y «Star» de color dorado. El punto de la i era una estrella dorada también.

Más adelante Telefónica cambió de marca por la que actualmente tiene, y el logotipo de la operadora móvil perdió la T, quedándose sólo con «MoviStar» en los colores y formas antes indicados.

Pero esta imagen no duró mucho, pues pronto se adaptó a la nueva imagen de su grupo,



Fuente: <http://www.movildelujo.com/categ>

con las palabras Telefonica MoviStar, con «Telefónica» en su verde característico, y en una versión especial, con el subrayado láser pegado a las letras; y «MoviStar» en color blanco y ya sin la

estrella en el punto de la i.

El logotipo actual de Movistar consiste en una M de formas redondeadas de color verde



Fuente: www.movistar.com.ec

(si está sobre fondo azul corporativo) o azul, con la palabra «movistar» en minúsculas. En las comunicaciones de la compañía se emplean las minúsculas al escribir el nombre excepto si es la primera palabra de una frase, es decir, tal y como si fuera una palabra común, aunque esto

no siempre se cumple y encontramos escrita en medio de una frase «Movistar». Telefónica además suele usar la negrita para distinguirla del resto del texto.

3.2 Movistar en el Ecuador

Telefónica Ecuador inició sus operaciones el 14 de Octubre de 2004 cuando adquirió el 100% de las acciones de OTECEL. SA, que había sido concesionaria del servicio de telefonía móvil desde 1993.

Telefónica es una de las mayores compañías de telecomunicaciones del mundo por capitalización bursátil. Su actividad se enfoca en los negocios de telefonía fija y telefonía móvil, con la banda ancha como herramienta clave para el desarrollo de ambos negocios.

Está presente en 25 países y cuenta con una base de clientes de más de 230 millones de accesos en todo el mundo⁵². Telefónica tiene una fuerte presencia en España, Europa y Latinoamérica, donde la compañía concentra su estrategia de crecimiento.

La operadora filial de Telefónica en el mercado ecuatoriano tiene alrededor de 3 millones de accesos y genera en el país una red de productividad que beneficia directa e indirectamente a aproximadamente 70 mil familias. La compañía tiene una posición de vanguardia en el lanzamiento de productos y servicios innovadores en la telefonía móvil de Ecuador.

Movistar enfoca su visión en el llamado “Espíritu de Progreso” en donde buscan mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operan, proporcionando servicios innovadores basados en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.⁵³

⁵² www.movistar.com.ec

⁵³ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2006. Pág. 6

Telefónica-Movistar tiene valores sobre los cuales se desarrolla. Telefónica es una compañía:⁵⁴

Innovadora: Traduce la tecnología en algo fácil de entender y de usar. La innovación es una fuente constante de inspiración para todo lo que hace y les permite anticiparse al mercado y a las expectativas de sus clientes.

Competitiva: no se conforma con lo que ya ha conseguido. Su obligación es ir más allá en todo lo que hace, sin renunciar nunca a nada.

Abierta: actúa de forma clara, abierta, transparente y accesible a todos. Es una compañía que aprende de las realidades culturales y sociales de las comunidades en las que está presente.

Comprometida: Demuestra su compromiso cuando cumple lo que dice y cuando sabe que la forma de alcanzar el resultado es tan importante como el resultado en sí misma. Su meta es ganar la confianza de todos.

Confiable: confiable es el resultado de la fiabilidad y confianza. La fiabilidad sería fuente de diferenciación, de competitividad, de liderazgo y de relación con sus audiencias a largo plazo. La confianza se gana, o no, por su fiabilidad y por su capacidad de cumplir, o no, los compromisos adquiridos.

⁵⁴ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2008. Pág. 9

3.3 Responsabilidad Social de Movistar

Para Telefónica, se entiende la Responsabilidad Corporativa (RC) como “una manera de gestionar el negocio en relación con todos sus grupos de interés. En la medida en la que sean capaces de generar un impacto positivo con su actividad, serán capaces de garantizar también la propia sostenibilidad de la compañía y la de las relaciones con sus grupos de interés”⁵⁵. En definitiva, se trata de que sea tan importante conseguir los objetivos y resultados económicos financieros, como la forma en la que los obtienen.

Para Telefónica, la gestión de la RC implica⁵⁶:

Gestionar el negocio de forma excelente: la principal responsabilidad de una compañía es “hacer bien lo que tiene que hacer”, es decir, desarrollar de la mejor manera su actividad de negocio.

Minimizar los posibles impactos negativos de su actividad. El objetivo es merecer la confianza de todos sus grupos de interés, al desarrollar toda la actividad de acuerdo a sus Principios de Actuación.

Desarrollar proyectos de acción social, fundamentalmente enfocados en el ámbito de la educación, a través de Fundación Telefónica.

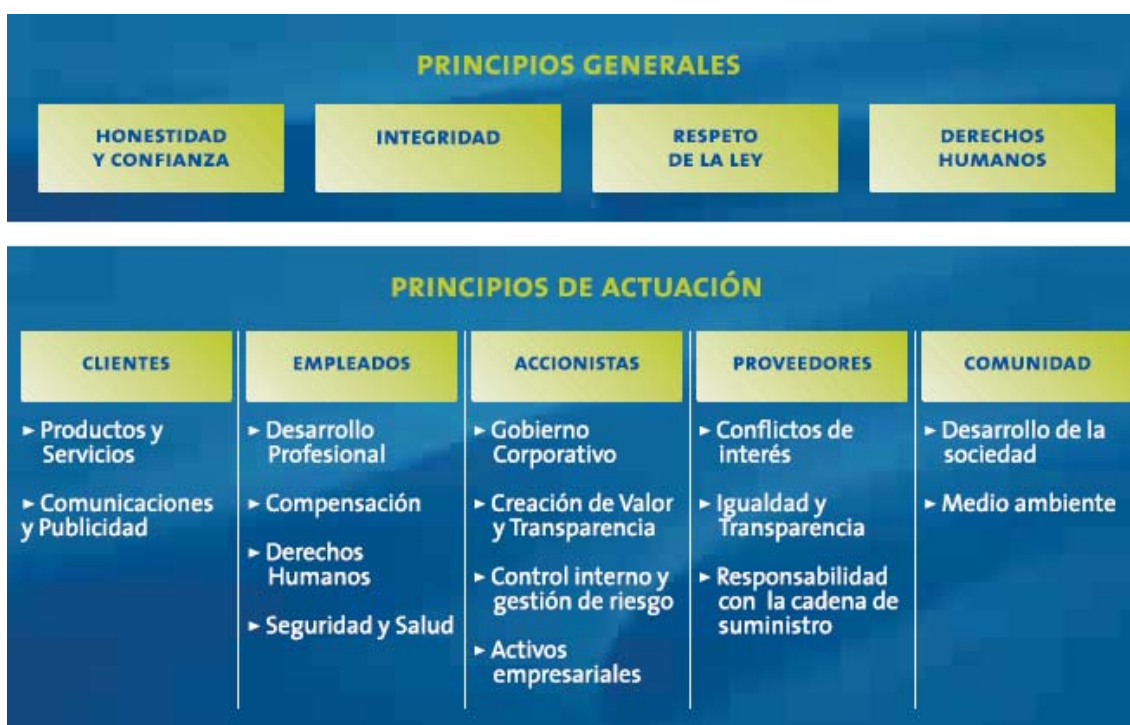
Maximizar el potencial de los nuevos servicios como herramienta de inclusión social y desarrollo sostenible.

⁵⁵ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2006. Pág. 10

⁵⁶ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2006. Pág. 12

3.4 Prácticas de Movistar

Para realizar las distintas prácticas de Responsabilidad Social, Movistar tiene sus principios éticos sobre los cuales crearon sus Principios de Actuación⁵⁷, los cuales parten de una serie de lineamientos asociados a la honestidad y confianza, respeto por la ley, integridad y respeto por los derechos humanos. Adicionalmente, se establecen principios específicos orientados a garantizar la confianza de sus clientes, profesionales, accionistas, proveedores y la sociedad en general.



Fuente: Informe Anual de Responsabilidad Corporativa Telefónica Movistar-Ecuador 2008

Los Principios Generales de Actuación son los siguientes⁵⁸:

“Honestidad y Confianza

Ser honestos y dignos de confianza en todas las negociaciones, cumpliendo con los compromisos adquiridos.

⁵⁷ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2006. Pág. 12

⁵⁸ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2006. Pág. 13

- Proteger la confidencialidad de la información de la Compañía que les ha sido confiada, así como la relativa a clientes, accionistas, empleados o proveedores.

Respeto por la Ley

- Velar por el cumplimiento de todas las legislaciones, normativas y obligaciones regulatorias, tanto nacionales como internacionales, considerando además entre ellas las políticas y normativas internas.
- La información contenida en los informes que se registren ante los pertinentes Organismos Supervisores de los Mercados de Valores, así como en otras comunicaciones públicas de la Compañía será completa, veraz, ajustada, oportuna y clara.
- Competir de forma íntegra en los mercados. Considerando que los consumidores y la sociedad en general se benefician de mercados abiertos y libres.

Integridad

- En ningún caso se ofrecerá o aceptará regalos, invitaciones, prebendas u otro tipo de incentivos que puedan recompensar o influir en una decisión empresarial.
- Evitar o declarar cualquier conflicto de intereses que pueda anteponer prioridades personales a las colectivas.
- Comportarse con rectitud, sin buscar en ningún caso beneficio propio o de terceros a través del uso indebido de la posición o los contactos que se tiene en Telefónica.
- Actuar institucionalmente con absoluta neutralidad política y abstenerse de cualquier toma de posiciones directa o indirecta, sea a favor o en contra de los

procesos y actores políticos legítimos. En particular, no se efectuarán donaciones en metálico o en especie, de ninguna índole, a partidos políticos, organizaciones facciones, movimientos, entidades, sean éstas de carácter público o privado cuya actividad esté claramente vinculada con la actividad política.

Derechos Humanos

- Respetar los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, así como las declaraciones de la Organización Internacional del Trabajo.
- Impulsar la igualdad de oportunidades y tratar a todas las personas de manera justa e imparcial, sin prejuicios asociados a la raza, color, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, discapacidad o responsabilidades familiares.”

Los Principios de Actuación para los grupos de interés son los siguientes⁵⁹:

Clientes

Productos y servicios

- Ofrecer a los clientes productos y servicios innovadores, confiables y que tengan una buena calidad y un precio ajustado.
- Controlar y asegurar que sus productos propios y los que se distribuyen cumplen todos los estándares de seguridad y calidad de fabricación. Se pondrá de manifiesto cualquier caso en el que se detecte riesgo para la salud, tomando las acciones oportunas para resolverlos.

⁵⁹ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2006. Pág. 14

Comunicaciones y publicidad

- Ser honestos con los clientes, proporcionándoles siempre información veraz, clara, útil y precisa al comercializar los productos. Adicionalmente comprobar que los productos cumplen todas las especificaciones requeridas y publicitadas.
- Si los clientes de la empresa están disconformes con los productos o servicios, se les ofrecerá la información necesaria para plantear sus reclamaciones.

Empleados

Desarrollo profesional

- Hacer partícipes a los empleados de las estrategias para fortalecer su compromiso y entusiasmo por alcanzar la visión de la empresa.
- Promover el desarrollo personal y profesional de los empleados, fomentando su implicación en la mejora de sus propias capacidades y competencias.
- Las políticas y actuaciones relativas a la selección, contratación, formación y promoción interna de los empleados deberán estar basadas en criterios claros de capacidad, competencia y méritos profesionales.
- Los empleados serán informados de las políticas de evaluación de su trabajo y participarán activamente en los procesos de gestión articulados para mejorar su trabajo, iniciativa y dedicación.

Compensación

- Ofrecer a los empleados una compensación justa y adecuada al mercado laboral en el que se desarrollan las operaciones.

Derechos humanos

- No se tolerará ningún tipo de empleo infantil o trabajo forzado, ni ninguna forma de amenaza, coacción, abuso, violencia o intimidación en el entorno laboral, ni directa ni indirectamente.
- Respetar el derecho de los empleados de pertenecer a la organización sindical de su elección y no se tolerará ningún tipo de represalia o acción hostil hacia aquellos empleados que participen en actividades sindicales.

Seguridad y salud

- Ofrecer a los empleados un entorno laboral seguro. Establecer los mecanismos adecuados para evitar los accidentes, lesiones y enfermedades laborales que estén asociadas con la actividad profesional a través del cumplimiento estricto de todas las regulaciones, la formación y la gestión preventiva de los riesgos laborales.

Accionistas

Gobierno corporativo

- Gestionar la compañía de acuerdo a los estándares más elevados y las mejores prácticas existentes en materia de gobierno corporativo.

Creación de valor y transparencia

- Gestionar la compañía con el objetivo de crear valor para los accionistas.
- Comprometerse a facilitar toda la información relevante para las decisiones de inversión de manera inmediata y no discriminatoria.

Control interno y gestión de riesgos

- Establecer los controles adecuados para evaluar regularmente y gestionar los riesgos para el negocio, las personas y la reputación.
- Asegurarse que los registros de actividad financieros y contables se preparan de manera precisa y fiable.
- Colaborar y facilitar el trabajo de las unidades de auditoría interna, inspección, intervención y otras de control interno, así como de los auditores externos y autoridades competentes.

Activos empresariales

- Mantener y conservar los activos, haciendo un uso eficiente y adecuado de los mismos, bien sean activos físicos, financieros e intelectuales.
- No se tolerará el uso de material informático que pudiera ocasionar un deterioro de activos de la empresa o de su productividad, ni para la comisión de actividades ilícitas, fraudulentas, ilegales o que pongan en peligro la reputación de la compañía.

Comunidades

Desarrollo de la sociedad

- Contribuir al progreso social, tecnológico y económico de los países en los que se opera, fundamentalmente a través de inversiones en infraestructuras de telecomunicaciones, generación de empleo y del desarrollo de servicios que mejoran la calidad de vida de la comunidad local.

- Buscar colaborar con organizaciones cívicas, comunitarias y no lucrativas y con iniciativas públicas orientadas a la disminución de problemas sociales en las regiones en las que se opera; fundamentalmente a través del uso de las capacidades y la tecnología que posee la empresa.

Medio ambiente

- Estar comprometidos con el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente y la reducción de cualquier impacto negativo de las operaciones que se realizan en el entorno.

Proveedores

Conflictos de interés

- Establecer controles para que ninguna persona con interés económico significativo (sea a través de empleo, inversión, contrato o similar) en un proveedor adjudicatario o potencial esté involucrada, directa o indirectamente, en un proceso de compra o en una decisión asociada a dicho proveedor.

Igualdad y transparencia

- Garantizar la transparencia e igualdad de oportunidades para todos los proveedores que envíen ofertas, promoviendo la competencia siempre que sea posible.
- Utilizar sistemas de compras corporativas, con el objetivo de adjudicar contratos sobre la base de criterios objetivos que garanticen la disponibilidad de los productos y los servicios en las mejores condiciones existentes.

Responsabilidad en la cadena de suministro

- Se requiere que los proveedores desarrollen su negocio aplicando principios similares a los señalados en estos principios y se les exigirá el cumplimiento de la ley y la regulación existente en cada país.
- Cumplir con los compromisos de pago acordados con los proveedores.

La Responsabilidad Social de Movistar tiene un doble componente: global (tal y como impulsan las iniciativas multilaterales de Naciones Unidas) y local (respondiendo así a las demandas de los grupos de interés de cada país).

Cuando se habla de Responsabilidad Social Corporativa, es importante recalcar que en Movistar la Responsabilidad Corporativa está presente en todos los ámbitos del negocio, en lo que se hace, y en cómo lo hacen. Es decir, no se concentra necesariamente en un proyecto específico, sino que su operación del negocio involucra sus Principios de Actuación (Código de Ética) y ocasiona una visión de sustentabilidad y el respeto al entorno en el cual se opera.

En ese marco, Movistar gestiona programas de acción social y cultural a través de su Fundación Telefónica, mediante los que ratifica su compromiso con la erradicación del trabajo infantil, la aplicación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en la educación, y la capacitación en nuevas tecnologías. Asimismo, la empresa cuenta con una Oficina de Cambio Climático que estructura las políticas para contribuir a reducir los efectos del calentamiento global.

3.4.1 FUNDACIÓN TELEFÓNICA

Algunas actividades de Responsabilidad Social que realiza Telefónica Movistar son las siguientes:

Fundación Telefónica opera en Ecuador desde enero de 2010 y asumió todos los programas de acción social que venía ejecutando Movistar hasta la fecha y que son: Proniño, Aulas Fundación Telefónica, y Voluntarios Telefónica.

3.4.1.1 PRONIÑO:

El Programa Proniño nació en Ecuador en 1998 y, debido a su éxito, fue aplicado en otros 12 países latinoamericanos. Tiene la visión de “mejorar la calidad de vida de la comunidad, apoyando a los niños, niñas y jóvenes trabajadores en su proceso educativo, para lograr la formación de nuevos líderes y mejores profesionales”. Actualmente, 26.337 niños, niñas y adolescentes participan en el programa de erradicación de trabajo infantil Proniño⁶⁰, quienes se benefician del mismo.

Esta fundación está presente en 13 países de América Latina que son: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela.

Fundación Proniño es una iniciativa privada contra el trabajo infantil, el cual permite a las diferentes escuelas y ONG pertenecientes al programa, intercambiar experiencias para mejorar las actividades locales, movilizar el interés público hacia la problemática del trabajo infantil y abrir puertas a todos los que deseen colaborar con Proniño.

⁶⁰ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2006. Pág. 21



Fuente: <http://www.fundacion.telefonica.com/pronino/>

Ecuador

Proniño nació en Ecuador en 1998 beneficiando a niños, niñas y adolescentes. La misión mejorar la calidad de vida de nuestra comunidad a través de la formación de líderes y mejores profesionales, mediante el apoyo a niños, niñas y adolescentes trabajadores en su proceso educativo.

Además, busca contribuir a la erradicación del trabajo infantil que vulnera los derechos de los niños, a través de una escolarización que asegure logros educativos significativos en las trayectorias escolares y el conocimiento de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

En 2009, el programa llegó al 70% de las provincias del país y reinsertó al sistema educativo a más de 26.000 ecuatorianos⁶¹, siendo la mayor iniciativa privada para el combate de las tareas laborales en menores de edad.

El programa está alineado a las metas regionales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que buscan erradicar las peores formas de trabajo infantil antes de 2015, y de todo trabajo infantil antes del 2020.

⁶¹ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2006. Pág. 21

Las ONG que pertenecen a Proniño son⁶²:

PROGRAMA DEL MUCHACHO TRABAJADOR DEL BANCO CENTRAL DE ECUADOR (PMT)

La alianza de Proniño con el PMT garantiza el desarrollo intelectual y emocional de los beneficiarios mediante la reinserción integral del niño a la escuela y su participación en los 14 Centros Panita. Estos son espacios alternativos de aprendizaje, protección, socialización y recreación, cuya labor se concentra en la formación ciudadana de los niños, a través del conocimiento pleno de sus derechos y responsabilidades.

Los niños acceden a la escuela, conocen sus derechos y los ejercen. A través de los mediadores del PMT identificamos a los niños trabajadores en los sitios urbanos marginales de riesgo. Charlas y talleres de sensibilización consiguen un acuerdo con los padres para que sus hijos regresen a la escuela y disminuyan la jornada de trabajo o, en lo posible, dejen de trabajar.

Los niños y niñas asisten a uno de los 14 centros Panita del país, donde reciben apoyo pedagógico en matemáticas, lenguaje, derechos, educación sexual y, sobre todo, aprenden a jugar y reír. Su educación se complementa con medios informales de enseñanza.

Cada trimestre, los maestros son sensibilizados y capacitados para que puedan impartir una formación más completa, priorizando principios básicos como la equidad, libertad, solidaridad, democracia y tolerancia.

Todas estas acciones se completan con un plan de salud integral, que ofrece medicina preventiva, salud oral y chequeos generales.

⁶² http://www.fundacion.telefonica.com/pronino/mundo_pronino/ecuador.htm

El progreso de los beneficiarios es monitoreado permanentemente; verificamos los niveles de rendimiento, visitamos periódicamente los colegios y hogares; realizamos recorridos por los lugares de trabajo de los niños y niñas para comprobar si continúan laborando o han disminuido sus horas de trabajo. Siempre los impulsamos a estudiar.

DESARROLLO Y AUTOGESTION (DYA)

Desarrollo y Autogestión en alianza con Proniño impulsa alternativas complementarias de ingreso para los padres de familia, con el fin de evitar que los niños, niñas y adolescentes sean proveedores de recursos económicos para cubrir el presupuesto familiar.

En cooperación con Desarrollo y Autogestión (DYA) se busca la erradicación paulatina del trabajo infantil peligroso, promoviendo la transformación de valores, actitudes y prácticas en torno a él.

A través de DYA seleccionamos a los becarios, hacemos seguimiento de su desempeño y evaluamos a los niños y niñas en situación de riesgo, que ven truncadas sus posibilidades de asistir a la escuela por trabajar en las minas, reciclar materiales, pastorear cerdos en los basurales o laborar en plantaciones agrícolas. Una vez sensibilizados los padres de familia, a fin de obtener su autorización para que sus hijos estudien, se promueven alternativas complementarias de ingreso para los progenitores o hermanos mayores.

Entre ellas se encuentran cursos de orfebrería que les permitan sustituir el aporte de los niños y niñas a la economía familiar, al utilizar la materia prima con la que trabajan diariamente.

FUNDACIÓN UNIDAD VIRTUAL IBEROAMERICANA (FUVIA)

A través de la alianza con FUVIA, Proniño apoya a niños, jóvenes y adultos de cinco comunidades indígenas del Napo, que, por ser o haber sido niños trabajadores, no pudieron finalizar sus estudios.

FUNDACIÓN NUESTROS JÓVENES

En un trabajo conjunto Proniño y Fundación Nuestros Jóvenes apoyan a adolescentes que han sido víctimas de explotación sexual comercial.

FUNDACIÓN GENERAL ECUATORIANA (FGE)

Proniño con el apoyo de FGE contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de niños y niñas con discapacidad intelectual, a través de capacitación y estudios que les brindan herramientas para un mejor futuro.

3.4.1.2 AULAS FUNDACIÓN TELEFÓNICA:

El proyecto Aulas Fundación Telefónica se implementa desde el año 2009 en Ecuador.



Tiene como objetivo impulsar la calidad educativa y la inclusión digital a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, tanto para los niños, niñas y adolescentes participantes del

programa de erradicación del trabajo infantil – Proniño, como de la comunidad

Fuente: <http://www.fundacion.telefonica.com.ec>

educativa en general. Actualmente 35 laboratorios tecnológicos han sido implementados en Ecuador contribuyendo con la reducción de la brecha digital de 27.700 estudiantes, docentes y padres/madres de familia.

3.4.1.3 VOLUNTARIOS TELEFÓNICA:

Es el programa que canaliza y promueve la acción social de los empleados del Grupo



Fuente: Informe Anual de Responsabilidad Corporativa Telefónica Movistar-Ecuador 2008

Telefónica que quieren aportar una parte de sus conocimientos, su tiempo o sus recursos en beneficio de la comunidad. El programa Voluntarios Telefónica es gestionado por Fundación Telefónica y las operadoras locales de Telefónica en Latinoamérica. Actualmente se desarrolla en 14 países: Argentina,

Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela, siendo uno de los pilares estratégicos de la acción social de la compañía. En Ecuador el 35% de colaboradores internos forma parte del programa de Voluntariado.⁶³

3.4.1.4 GENERACIONES INTERACTIVAS:

El estudio Generaciones Interactivas los impulsan Fundación Telefónica y Movistar. Se



inició en febrero de 2010 y el objetivo es encuestar a niños, niñas y adolescentes entre 6 y 18 años, para conocer en detalle el uso que dan a las cuatro pantallas que tienen a su disposición los nativos

Fuente: <http://www.emedia.cl/?p=179>

digitales de esta era: televisión, Internet, celular y videojuegos. A la fecha casi un centenar de instituciones del Ecuador han participado y cerca de 10.000 estudiantes han respondido la encuesta.

3.4.1.5 POLITICAS AMBIENTALES:

El Grupo Telefónica cuenta con una Oficina de Cambio Climático, que entre otras iniciativas, ha emprendido acciones necesarias para reducir el 30% del consumo de energía de las operaciones en cada país, incluido Ecuador, hasta el 2015.

Movistar Ecuador cuenta con una estrategia integral de cuatro ejes en lo relacionado a medio ambiente:

- **Cambio climático.-** Compensar las emisiones de gases que aportan al cambio climático, a través de reforestación y planes de movilidad sostenible. Movistar cuenta con un plan de reforestación desde 2007 denominado Ecuador Verde, a través del cual hemos sembrado 200.000 árboles, y para este año la meta es sembrar 100.000. Además, desde 2008, Movistar Ecuador cuantifica sus emisiones de gases de efecto invernadero genera nuestra gestión, es decir, la “huella de carbono”. Como resultado de esta operación en 2008 se emitió aproximadamente de 10.000 toneladas de CO2 provenientes del consumo de combustibles y energía eléctrica en redes; así como de los viajes de trabajo de nuestros empleados.

Telefónica también impulsa la reforestación a escala nacional con su Programa Ecuador Verde, emplea energías renovables en sus operaciones y fomenta la reducción en la emisión de gases de efecto invernadero, además ratifica su compromiso al sumarnos a campañas de concientización como La Hora del Planeta de la Fundación WWF.

- **Reducción del consumo del papel.-** Durante 2010, la meta de Movistar Ecuador es reducir en un 10% el papel usado en oficinas, y en un 10% el papel en facturas.
- **Recíclame.-** Ante el avance de la tecnología es necesario gestionar adecuadamente los desechos tecnológicos.



Fuente:

http://quito.biz/entretenimiento/index.php?option=com_content&view=article&id=410:movistar-recicla-de-forma-segura-celulares-de-ecuador&catid=40:gadgets&Itemid=58

Desde 2009 se lleva adelante el programa Recíclame, para promover el reciclaje de celulares y accesorios en desuso. El primer contenedor con más de 7.500 teléfonos y 2.000 kilogramos en accesorios como bases celulares, manos libres y cargadores, ya fue enviado a Estados Unidos para su adecuado manejo.

Movistar en alianza con el gestor estadounidense “belmont trading” recicla de forma segura celulares de Ecuador. En aplicación de su Plan Estratégico de Gestión Ambiental, Telefónica de Ecuador, en alianza con uno de los más prestigiosos procesadores de desechos electrónicos en el mundo, inicia programa de retiro de celulares y accesorios en desuso.

Desde el lunes 18 de mayo del 2009, la ciudadanía pudo depositar sus teléfonos móviles y accesorios en 10 Puntos Verdes Movistar, ubicados en Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Ambato, Portoviejo y Loja.

Movistar, una empresa responsable con el medio ambiente, inició su campaña “Recíclame y comunícate con la Tierra”, a fin de concientizar entre los

ecuatorianos la reutilización y reciclaje teléfonos móviles, baterías y accesorios en desuso.⁶⁴

Con la campaña, “Recicla tu celular y comunícate con la Tierra”, Movistar buscó fomentar las buenas prácticas de gestión ambiental en Ecuador y colaborar con la ciudadanía en el tratamiento responsable de estos equipos electrónicos en desuso.

Cada año en América Latina se desechan más de 50 millones de teléfonos celulares, por lo que esta iniciativa de Movistar aportará a solucionar una importante necesidad ambiental del Ecuador. El 90% de los componentes de los teléfonos celulares y sus accesorios son reciclables.

Hasta finales del año 2009, Telefónica instaló 80 Puntos Verdes, en alianza con otras organizaciones de la sociedad civil.

Con este programa también deseamos promover la responsabilidad de las empresas que comercializan dispositivos electrónicos para aportar al reciclaje de los aparatos que colocan en la sociedad.⁶⁵

De esta forma, Movistar se consolida como una empresa responsable con la naturaleza en Ecuador, acción que comenzó a los pocos meses de haber llegado al país, cuando Telefónica se convirtió en la primera operadora de telefonía en alcanzar el ISO 14001 de Gestión Ambiental.

- **Energías renovables.-** En Movistar estamos conscientes de la importancia de encontrar y hacer uso de fuentes de energía renovables. Por esa razón, en este año arrancó un proyecto piloto para la implementación de energía eólica en la red de estaciones base celular.

⁶⁴ http://www.movistar.com.ec/sala_prensa_m.php?des=709

⁶⁵ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2009. Pág. 22

3.4.2 Prácticas de Responsabilidad Social de Telefónica-Movistar en el Azuay

Como ya se dijo anteriormente, Fundación Telefónica ha trabajado en distintos lugares del Ecuador, la provincia del Azuay también ha sido beneficiada, ya que desde hace varios años se ha venido trabajando conjuntamente con varias ONG's que son el Programa del Muchacho Trabajador que es parte del Banco Central, Desarrollo y Autogestión (DYA), la Fundación Unidad Virtual Iberoamericana (FUVIA), el Centro Aurora y la Fundación Jefferson Pérez.

El Centro de Desarrollo La Aurora se ha dedicado por 20 años a la protección de la niñez y adolescencia vulnerables en Azuay⁶⁶. Desde marzo de 2008, Proniño coopera con este Centro, en dos áreas: financiamiento de los estudios para los infantes trabajadores de Cuenca y capacitación a las familias de los becados en prevención de explotación de niños y niñas.

La fundación coopera con familias cuyos miembros se dedican a las labores domésticas o acompañan a sus padres en tareas como ventas ambulantes, comercio en mercados y aquellos que se quedan solos en sus casas, mientras sus progenitores salen a laborar.

En la actualidad, se sigue cooperando con la Fundación La Aurora en la que se trabaja con 100 niños que laboran en mercados y niños huérfanos y abandonados en las calles.



Desde el mes de marzo del 2009, se está trabajando con la Fundación Jefferson Pérez. Proniño de Movistar, que posee 10 años de experiencia aportando a la

Fuente: www.fundacionjeffersonperez.org

erradicación del trabajo infantil en América Latina se une a la Fundación Jefferson

⁶⁶ http://www.movistar.com.ec/sala_prensa_m.php?des=634

Pérez para realizar el proyecto "Eliminación Progresiva del Trabajo Infantil y Adolescente en Mercados, a través de la Educación".

El programa busca escolarizar a 250 niños, niñas y adolescentes trabajadores de los mercados 12 de abril, 9 de octubre, 3 de noviembre, 10 agosto, 27 de febrero y Feria Libre El Arenal de Cuenca. Y tras un proceso básico de selección, los becarios se educarán en 22 escuelas de la capital azuaya.

En la página web de la Fundación Jefferson Pérez, el campeón olímpico, Jefferson Pérez, director de la Fundación, dijo que esta alianza aportará a un cambio sustancial en el futuro de la sociedad cuencana y que trabajar en favor de la educación de los niños es la mejor elección que han podido hacer la Fundación y Telefónica Movistar⁶⁷.

Gracias al convenio, Proniño y la Fundación Jefferson Pérez ejecutarán las siguientes acciones:

- Entrega de becas escolares, que incluye la dotación de uniformes y útiles escolares.

Los niños también recibirán el kit educativo de Proniño.

- Desarrollo de capacitaciones para profesores y familias de los niños beneficiarios.

- Talleres de sensibilización denominados: "Derechos y deberes de los niños, niñas y adolescentes" y la "Importancia de la educación y el riesgo del trabajo infantil".

- Contratación de un promotor comunitario, quien estará a cargo de realizar el contacto con los niños, sus familias y las asociaciones de los 6 mercados de Cuenca.

Las dos instituciones aportarán con el 50% para el desarrollo de estas actividades.

Desde el mes de agosto del 2010 Telefónica-Movistar está trabajando con la Fundación Jefferson Pérez en el programa llamado Vacaciones Solidarias, el cual es un programa compuesto por actividades de carácter social y de cooperación en Latinoamérica.

⁶⁷ <http://www.fundacionjeffersonperez.org/index.php?fold=20090317¬i=20090317192213>

Cien empleados de Telefónica-Movistar forman parte del grupo de voluntarios que participan en este programa. Los voluntarios donan sus vacaciones para participar de programas sociales en los que Fundación Telefónica se hace presente, como es el caso de Proniño, en el que participan niños trabajadores que son reinsertados a la sociedad y a quienes se les auspicia sus estudios primarios, secundarios y se les busca becas universitarias.

En la ciudad de Cuenca se encuentran diez voluntarios de Irlanda, Alemania, Inglaterra,



Nicaragua y Chile quienes están participando de una colonia vacacional junto a la Fundación Jefferson Pérez y la Cruz Roja. En la colonia, que se desarrolla en la Universidad del Azuay, participan alrededor de 600 niños.

Fundación Telefónica invierte este año alrededor de seis millones de dólares en sus programas a favor de la educación de niños, adolescentes y jóvenes. Además tiene una alianza

Voluntario Chileno de Telefónica-Movistar

con Fundación Jefferson Pérez para

que 650 niños puedan estudiar. La misma iniciativa se espera se masifique en Loja.⁶⁸

Al trabajar un día con estas personas pude darme cuenta que son personas que trabajan sólo con intereses social, por ayudar a niños que necesitan de ellos para reinsertarse en la sociedad y ser cada vez mejores.

⁶⁸ <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/46930-fundacion-n-telefonica-emprende-proyectos/>

De esta forma, Proniño y sus organizaciones aliadas continúan sus acciones de intervención a fin de cumplir su meta: erradicar el trabajo infantil del Ecuador hasta el año 2020, en acuerdo con los Objetivos del Milenio de Naciones Unidas.

Todas estas acciones contribuirán al mejoramiento de la calidad de vida de los niños, niñas, adolescentes y de sus familias, a través de una atención directa y preventiva, con base en la corresponsabilidad y la participación, que garantice el ejercicio pleno de sus derechos.

CAPITULO 4

IMPACTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MOVISTAR EN EL ECUADOR

Las prácticas de Responsabilidad Social y el trabajo que ha llevado a cabo Movistar en el Ecuador ha traído varios beneficios para el país y para todas las personas que vivimos en el. A continuación, luego del estudio de investigación realizado les presento algunos de los impactos que han traído estas prácticas a distintos ámbitos en el desarrollo del Ecuador.

4.1 Impacto en la Comunidad

Telefónica-Movistar ha destinado cerca de 3.5 millones de dólares en acciones de beneficio para la comunidad. Telefónica-Movistar se ha centrado en promover la protección de la niñez, educación y bienestar social⁶⁹.

En Telefónica-Movistar se busca mejorar la calidad de vida de las personas por lo que ejecutan iniciativas permanentes de acción social con el objetivo de fomentar el desarrollo y la igualdad de oportunidades.

Para ayudar a la comunidad, Movistar se centra en 7 ejes principales los cuales son⁷⁰:

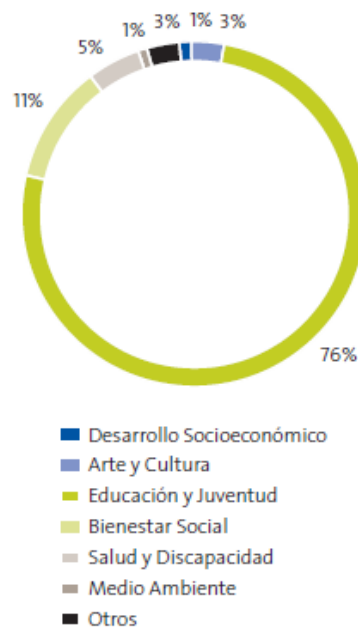
- **Desarrollo socio económico:** relacionado a la organización de foros y debates sobre el aporte de las nuevas tecnologías de la información al progreso. Así como aportes para capacitar a la población en nuevas formas de negocio o emprendimiento.

⁶⁹ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2008. Pág. 28

⁷⁰ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2008. Pág. 32

- **Bienestar social:** recursos destinados a obras benéficas o de emergencia por desastres naturales. Incluye aportes a organismos de auxilio y socorro, a más de apoyo al mejoramiento vial y arreglo de mobiliario público.
- **Educación y juventud:** se centra en la erradicación del trabajo infantil a través de una escolarización de calidad. También incluye la implementación de equipamiento tecnológico para procesos de enseñanza-aprendizaje.
- **Medio ambiente:** acciones en favor de nuestro compromiso de lucha contra el cambio climático, a través de planes de reforestación, educación en la protección del entorno y acuerdos para ayudar a gobiernos locales en mitigación de impactos y regeneración de senderos ecológicos.
- **Salud y discapacidad:** recursos destinados a ofrecer atención a niños y niñas con problemas de salud. A más de facilitar el acceso de las personas con discapacidad a las nuevas tecnologías de la información.
- **Arte y cultura:** fomento de las expresiones culturales y artísticas en Ecuador. Apoyo a la conservación de infraestructura y lugares históricos.
- **Otros:** auspicios y donaciones para fomentar la práctica deportiva y el apoyo a eventos organizados por la comunidad.

Inversión en la Comunidad



Fuente: Informe Anual de Responsabilidad Corporativa Telefónica Movistar-Ecuador 2009

Como parte de la ayuda a la comunidad se cuenta con el apoyo de Fundación Telefónica, con la que se ha podido ayudar en gran forma a familias y niños necesitados. La actividad de la compañía ha consolidado una red productiva de cerca de 20 mil unidades de negocios y de protección a la niñez con 11 mil niños, niñas y adolescentes trabajadores que serán reinsertados al sistema educativo en el 2008, a través de Proniño.

Proniño tiene 12 años en Ecuador, y se ha logrado duplicar el número de niños y



niñas que cuentan con apoyo para su educación y han sido alejados del trabajo infantil. Además junto al Ministerio de Educación se inició en el 2008 el programa

Fuente: Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008

nacional de calidad educativa basado en tecnologías de la información, denominado Aulas Fundación Telefónica.

Gracias a Proniño, con sus ONG ejecutoras, se ha podido beneficiar a 26337 niños, creando 1639 escuelas y 35 Aulas de Fundación Telefónica. A continuación se muestra un mapa en el que indica las 13 provincias del Ecuador en donde realiza sus prácticas de Responsabilidad Social Proniño:



Fuente: Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008

Movistar en su aporte social a la comunidad ha destinado en el último año cerca de 3.5 millones de dólares en acciones de beneficio para la comunidad. Esos recursos se distribuyeron en 6 ámbitos de intervención: Desarrollo Socioeconómico, Arte y Cultura, Educación y Juventud, Bienestar Social, Salud y Discapacidad, Medio Ambiente y Otros.

Telefónica-Movistar se hizo acreedora al Primer Reconocimiento Anual “General Rumiñahi a las buenas prácticas de Responsabilidad Social Corporativa del Gobierno de

la Provincia de Pichincha y fue declarada como el Mejor Lugar para Trabajar del Ecuador por Great Place to Work Institute⁷¹.



Fuente: Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008

Cabe recalcar que Movistar cuenta orgullosamente con 32 ecuatorianos con discapacidad, plenamente integrados a su red de progreso.



Fuente: Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008

En el último año se ha registrado que cerca de 70.000 familias ecuatorianas son parte de la red de empleo de Telefónica-Movistar. La plantilla de trabajadores llegó a los 1.083 colaboradores directos y 68.964 beneficiados indirectos⁷². Las actividades que

⁷¹ <http://www.greatplacetowork.com.ec/best/list-ec.htm>

⁷² TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2007. Pág. 18

más plazas de trabajo generaron fueron la ventas de recargas electrónicas, tarjetas prepago, atención de distribuidores, locutorios y la intervención social de Proniño, que busca la erradicación del trabajo infantil.

Fuerza de ventas	628
Puntos de venta	1.582
Distribuidores Autorizados	2.438
Puntos de venta recargas y tarjetas	37.619
Subagentes y Subdistribuidores	138
Locutorios	24.854
Servicios indirectos	1.359
CAV en Distribuidores Autorizados	181
Programa Proniño	165
	68.964

Fuente: Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008

Movistar, al ser una empresa multinacional que ha brindado muchas fuentes de trabajo a los ecuatorianos, como se mencionó anteriormente hay 1.083 empleados directos de los cuales el 54.5% está asignado a funciones comerciales, el 23.4% a tareas de apoyo y el 22.2% a producción y operación. Las mujeres conforman el 44% del personal y se cuenta orgullosamente con 32 empleados con discapacidad.

Es importante recalcar que Movistar es la primera operadora del país que ha obtenido una Certificación Trinorma, la cual califica la operación de la empresa en cuanto a Calidad (satisfacción de los clientes frente a la mejora de productos y servicios), Gestión Ambiental (impactos ambientales significativos) y Seguridad y Salud Ocupacional (seguridad y salud de los colaboradores, proveedores y visitantes)⁷³.

⁷³ http://www.movistar.com.ec/sala_prensa_m.php?des=786

Esta certificación se basa en el Sistema de Gestión Integrado bajo las normas internacionales ISO 9001:2008, ISO 14001:2004 y OHSAS 18001:2007.

4.2 Impacto en el Medio Ambiente

Telefónica-Movistar mantiene el compromiso de ampliar sus servicios reduciendo al máximo los posibles impactos ambientales. Para Telefónica, el cuidado del medio ambiente no es sólo un compromiso, sino un elemento más dentro de sus objetivos de negocio, por esta razón tiene una Oficina de Cambio Climático y el Sistema de Gestión Global.

Debido al cambio climático existente y la preocupación de Movistar por este tema, en el año 2008 se creó la **Oficina de Cambio Climático**, cuyos objetivos son asegurar la reducción del consumo energético y las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) de Telefónica; potenciar el desarrollo de servicios que permitan ser más eficientes a los clientes y a otros sectores; y posicionar al sector de las TIC en el centro de la solución de este problema global.

Por otro lado, la segunda línea de trabajo es gestionar y controlar adecuadamente el resto de los aspectos ambientales de la organización y para ello se diseñó un **Sistema de Gestión Ambiental Global**, cuyo objetivo es la mejora continua, partiendo del compromiso de cumplimiento de la legislación vigente y el control de la huella ambiental de Telefónica.

Para ofrecer la máxima cobertura con calidad es imprescindible desplegar redes de estaciones bases y antenas, muchas de las cuales cuentan con generadores eléctricos, que son activados con hidrocarburos. Se ha tomado todas las precauciones para evitar impactos por derrames o afectación del suelo.

Como medidas adicionales de protección al ambiente se reutilizan las infraestructuras existentes y se reduce el tamaño de los equipos.

Por las distintas prácticas de Responsabilidad Social enfocadas al bienestar del medio ambiente, en 2006 Movistar se convirtió en la primera operadora del Ecuador en contar con un Sistema de Gestión Ambiental certificado a nivel nacional y acreditado en España, Reino Unido, Alemania, Estados Unidos y Brasil. Este es el certificado de gestión ambiental ISO 14001⁷⁴.

En el año 2008 se renovó el Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma ISO 14001:2000 y se fortaleció el aporte de la Compañía para luchar contra el cambio climático.

Además hay un impacto positivo de las telecomunicaciones con el ambiente, ya que las telecomunicaciones contribuyen a la protección del entorno actuando como canal de transporte de ideas y datos, con un bajo impacto medioambiental.

A través del programa de reforestación Ecuador Verde se impulsan programas de reforestación, capacitación ambiental y apoyo educativo a escuelas. Además, en el último año se sembraron 73530 árboles en 7 provincias del Ecuador. Se han organizado 258 charlas ambientales a fin de capacitar a la comunidad en hábitos sostenibles y sustentables para proteger el entorno y la salud.

Gracias a este programa de Responsabilidad Ambiental "Ecuador Verde", Movistar ha ayudado a varias ciudades y pueblos, una de las ciudades beneficiadas fue Manta la cual recibió un lote de material bibliográfico a fin de mejorar la sensibilización de los ciudadanos en cuanto al cuidado de su entorno⁷⁵.

La entrega de este material didáctico forma parte del componente de capacitación y asesoría que brinda "Ecuador Verde", para que la comunidad de Manta conozca cómo

⁷⁴ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2006. Pág. 26

⁷⁵ http://www.movistar.com.ec/sala_prensa_m.php?des=644

realizar un adecuado mantenimiento de la capa forestal y así emprenda nuevas iniciativas de protección ambiental, en cooperación con el cabildo.

María de los Ángeles Serrano, representante de Movistar indicó que: "A través de esta entrega, buscamos fomentar la participación ciudadana en el cuidado de la naturaleza, sensibilizar a la comunidad e incentivar la lectura de este tipo de material y así contribuir al desarrollo sostenible del país".

De su parte el alcalde, Jorge Zambrano, ratificó el compromiso de su cabildo con la protección del entorno en el cantón y agradeció a Movistar por el aporte bibliográfico, ya que refuerza la calidad de la capacitación ciudadana en estos ámbitos.

Este proyecto realizado con el Municipio de Manta es un ejemplo de lo fructífera que puede resultar la gestión público-privada de responsabilidad social y ambiental ejecutada en beneficio del Ecuador. Telefónica, una empresa ambientalmente responsable, continuará desarrollando nuevos planes ambientales, con el fin de mejorar la calidad de vida de todos los ecuatorianos.

En lo que se refiere al tema de la campaña de reciclaje de equipos celulares "Recíclame", el Sr. Patricio Galarza, Gerente de Calidad de Red Telefónica indicó que "esta acción confirma la importancia que Movistar le da al cuidado del ambiente, siendo la única operadora del país que trabaja con un Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001 y que cuenta con una Oficina de Cambio Climático"⁷⁶. Movistar es una empresa que se preocupa en el ambiente en el cual se desarrolla buscando bienestar y una mejor calidad de vida para todas las personas. Por esta razón todos debemos colaborar con el reciclaje sabiendo que cada año en América Latina se desechan más de 50 millones de teléfonos celulares, por lo que si colaboramos con esta iniciativa de Movistar se aportará a

⁷⁶ http://www.movistar.com.ec/sala_prensa_m.php?des=766

solucionar una importante necesidad ambiental del Ecuador. El 90% de los componentes de los teléfonos celulares y sus accesorios son reciclables.

4.3 Impacto en la Economía

Movistar con sus distintas prácticas de responsabilidad social y su trabajo en el Ecuador y sus ingresos de USD \$483 millones⁷⁷, ha aportado al progreso económico del país. Por ejemplo los últimos años ha aportado cerca del 1% del PIB nacional y ha podido aportar al Estado ecuatoriano con la recaudación de US\$93 millones por concepto del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y otros tributos como el pago por el arrendamiento de frecuencias. Además, es uno de los principales contribuyentes del país con el pago de US\$7 millones para el Impuesto a la Renta.

Cabe recalcar también que Telefónica realiza compras a proveedores por un monto de \$233 millones, de los cuales el 65% de proveedores son ecuatorianos.⁷⁸

La operación y el trabajo de Movistar es un importante dinamizador de la economía nacional en generación de empleo, compras a proveedores ecuatorianos, reducción en los precios de telecomunicaciones y recaudación de tributos.

Telefónica-Movistar ha entregado a su personal 30 millones de dólares en salarios y 6,4 millones por concepto de reparto de utilidades del último año. A través de la cadena de negocios de esta empresa, ha proporcionado ingresos para casi 70 mil familias ecuatorianas que en su mayoría trabajan en puntos de venta de distribuidores autorizados y locutorios o de tarjetas y recargas electrónicas.

⁷⁷ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2009. Pág. 25

⁷⁸ TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2006. Pág. 25

A pesar de no ser una operadora móvil propia del Ecuador, Telefónica-Movistar es la que más contribuye de su sector en el pago de Impuestos, reflejando así el cumplimiento de sus principios corporativos de honestidad y transparencia de la información. Adicionalmente, han entregado al Estado 8 millones de dólares por concepto de arrendamiento de nuevas frecuencias.

En el último año, el trabajo de la compañía ha permitido inyectar en la economía ecuatoriana 184 millones de dólares por concepto de compras, movilizand o la actividad productiva de 346 proveedores, 80% de los cuales son locales. Esta actividad también permitió la expansión económica de los distribuidores autorizados con los que trabaja Movistar.

La oferta comercial de Telefónica redujo los precios de los servicios celulares. Esto llevó a que desde el 2006 el rubro de comunicaciones sea el único que tenga índices negativos en los reportes mensuales de inflación, según el Instituto Nacional de Estadísticos y Censos (INEC).

La actividad de esta empresa ha consolidado una red productiva de cerca de 20 mil unidades de negocios, lo que ayuda a que distintas familias ecuatorianas salgan adelante mejorando en forma general a toda la economía del país. Movistar en el mercado ecuatoriano tiene 3 millones de accesos y genera en el país una red de productividad que beneficia directa e indirectamente a aproximadamente 70 mil familias. La compañía tiene una posición de vanguardia en el lanzamiento de productos y servicios innovadores en la telefonía móvil de Ecuador.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Como conclusión, al terminar este trabajo monográfico, me permito decir que Telefónica-Movistar en Ecuador es una empresa responsable con los ecuatorianos y con todo el país y el medio ambiente en general, ya que durante todo el tiempo que ha estado establecida en el Ecuador ha realizado distintas prácticas de responsabilidad social que han beneficiado en distintos aspectos para el desarrollo del país y de todos sus habitantes.

El impacto más importante de estas prácticas ha sido hacia la comunidad, en especial hacia los niños, ya que Telefónica-Movistar ha trabajado duro para erradicar el trabajo de los niños y para que puedan recibir la educación necesaria para un buen futuro.

Telefónica-Movistar al estar comprometida con los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas, en especial con tres objetivos que son la erradicación de la pobreza extrema y el hambre, la educación universal y la sostenibilidad del medio ambiente; se ha esforzado para ayudar cada vez más a los grupos más necesitados implantando cada vez nuevos proyectos de Responsabilidad Social con distintas fundaciones y grupos de apoyo.

Además, Telefónica-Movistar ha sido una ayuda para el desarrollo de la economía del país ya que es una empresa grande que ha aportado con grandes cantidades de dinero al fisco por razones de impuestos pagados.

A través de su programa Proniño, Telefónica cumple un importante rol en el objetivo nacional de erradicar las peores formas de trabajo infantil para el año 2015 y el trabajo infantil en general para el 2020, como lo dispone la ONU y la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Telefónica-Movistar ha brindado miles de fuentes de trabajo para los ecuatorianos, ya sean empleados directos, propietarios de locutorios, por las ventas de tarjetas y recargas electrónicas, fundaciones, etc., al tener más fuentes de trabajo la economía del país ha podido mejorar y dar esperanzas para un mejor futuro de las nuevas generaciones.

El Sr. Rafael Villavicencio, Gerente Regional del Austro de Telefónica-Movistar, en su entrevista realizada indicó que “las personas que son parte de Movistar se encuentran muy satisfechas por el lugar en donde trabajan, ya que hay un excelente clima laboral sin preferencias ni discriminación, es por esto que el Great Place to Work Institute durante dos años consecutivos declaró que Telefónica-Movistar es el mejor lugar para trabajar en Ecuador”.

Después de la investigación realizada para el desarrollo de ésta monografía, puedo decir que para Telefónica-Movistar no sólo es importante lo que hace, sino cómo lo hace, ya que no sólo se preocupa por obtener beneficios económicos sino también en el bienestar de todas las personas que están a su alrededor y el medio ambiente en general.

Tuve la experiencia de participar unas horas con los voluntarios de Telefónica-Movistar compartiendo con los niños de la Fundación Jefferson Pérez, los cuales estaban felices y agradecidos por lo que hacían por ellos. Tuve la oportunidad de conversar con uno de los voluntarios Sergio, quien era de Chile, el me contó que durante diez años ha sido parte del voluntariado y que es lo más lindo que él ha podido hacer por ayudar a los demás.

Con esta experiencia pude apreciar la importancia de las prácticas de Responsabilidad Social de Telefónica-Movistar hacia la comunidad. Me permito decir que para ellos no es sólo filantropía o marketing social sino ayuda de verdad sin fines de lucro.

Como recomendación, todas las empresas locales o multinacionales que se encuentren funcionando en el país deben preocuparse más por la sociedad y el medio ambiente que les rodea; deben realizar prácticas de Responsabilidad Social y así aportar con el desarrollo del país.

Me permito recomendar a las empresas que acudan a CERES o al IRSE y sean parte de estas instituciones las cuales además de apoyar, buscan comprometer a sus empresas miembros con el desarrollo humano del país.

El medio ambiente es un tema que se ha venido tratando a nivel mundial, por esta razón también recomiendo a todas las empresas que las actividades de producción de bienes o servicios que realicen estén enfocadas en el cuidado del medio ambiente y la naturaleza.

Todas las empresas deben ser más responsables con la sociedad en la que trabajan y no preocuparse solamente por el lucro que se obtenga de su trabajo sino también por la forma de vida de los ciudadanos que están a su alrededor.

Para finalizar podría decir que el gobierno ecuatoriano debe apoyar más a empresas que son socialmente responsables, ya que en un futuro toda esta ayuda y prácticas de responsabilidad social que se realizan serán un beneficio para todos los ecuatorianos y para que las nuevas generaciones de niños y jóvenes puedan vivir en un lugar más tranquilo, limpio y libre de corrupción.

Se debe apoyar a Fundación Telefónica la cual con su Programa Proniño ha ayudado con la educación de muchos niños y niñas que trabajaban en las calles sin ninguna protección, estos niños estaban expuestos a graves peligros como son las drogas, alcohol, prostitución, etc., pero gracias a Movistar han podido estudiar y mejorar su estilo de vida.

GLOSARIO

RSE: Responsabilidad Social Empresarial

RC: Responsabilidad Corporativa

CERES: Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social

IRSE: Instituto de Responsabilidad Social Empresarial-Ecuador

TIC's: Tecnologías de la Información y Comunicación

ONG: Organización No Gubernamental

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

OIT: Organización Internacional del Trabajo

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- CERES, El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Editorial Mantis Comunicación, Ecuador, 2008.
- CERES, Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Mis Primeros Pasos, Editorial Mantis Comunicación, Ecuador, 2008.
- REVISTA COSAS, Revista Responsabilidad Social Empresarial, Editorial Emcovisa S.A., Ecuador, 2007.
- TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2006.
- TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2007.
- TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2008.
- TELEFÓNICA-MOVISTAR, Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Impresión Propia, 2009.
- TELEFÓNICA-MOVISTAR, Historia de Telefónica, Impresión Propia, 2006.
- ACOSTA, ANTONIO; CORNEJO, BORIS; Responsabilidad Social en el Ecuador; Fundación Esquel; Ecuador, 1998.
- DRUCKER, PETER; Nueva función de la Dirección Empresarial; México, 1996.
- MERICLE, BOB; ROBBINS, STEPHEN; Responsabilidad Social y ética administrativa; Pearson Educación; México, 2000.
- ARRIBAS URRUTIA, AMAIA; Nuevos modos de crear y gestionar la cultura; Colección Encuentros; CIESPAL; Ecuador, 2006.

- UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCIA, Responsabilidad Social de la Empresa y Finanzas Sociales, Editorial Akal, Madrid, 2003.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- **Telefónica-Movistar**
www.movistar.com Visitado el 13-07-2009
- **Telefónica-Movistar Ecuador**
www.movistar.com.ec Visitado el 13-07-2009
http://www.movistar.com.ec/rss_02.php Visitado el 18-04-2010
http://www.movistar.com.ec/sala_prensa_m.php?des=709 Visitado el 18-12-2009
http://www.movistar.com.ec/sala_prensa_m.php?des=634 Visitado el 16-02-2010
http://www.movistar.com.ec/sala_prensa_m.php?des=677 Visitado el 18-12-2009
- **CERES – Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social.**
www.redceres.org Visitado el 20-02-2010
- **IRSE – Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador**
www.irse-ec.org Visitado el 20-02-2010
http://www.irse-ec.org/index.php?option=com_content&view=article&id Visitado el 20-02-2010
- **Fundación Telefónica**
www.fundacion.telefonica.com Visitado el 12-03-2010
http://www.fundacion.telefonica.com/pronino/mundo_pronino/ecuador.htm
Visitado el 12-03-2010
<http://www.fundacion.telefonica.com/voluntarios/eventos/index.php?programa=todos&mes=todos&anio=todos&pais=todos&pagina=2&numFiles=10> Visitado el 12-03-2010

- **Fundación Jefferson Pérez**
<http://www.fundacionjeffersonperez.org> Visitado el 15-08-2010
<http://www.fundacionjeffersonperez.org/index.php?fold=20090317¬i=20090317192213> Visitado el 15-08-2010
- **Repsol**
<http://www.repsol.com/ec> Visitado el 08-11-2009
<http://www.fundacionrepsolypf.org.ec> Visitado el 008-11-2009
- **Holcim**
www.holcim.com.ec Visitado el 08-11-2009
<http://www.holcim.com.ec/EC/ECU/id/51281/mod/2/page/channel.html>
 Visitado el 08-11-2009
- **Nestlé**
www.nestle.com.ec Visitado el 08-11-2009
- **Dole-Ubesa**
<http://www.ubesa.com.ec> Visitado el 08-11-2009
- <http://www.care.org.ec/univida/aliados/dale.htm> Visitado el 008-11-2009
- **Great Place to Work Institute**
<http://www.greatplacetowork.com.ec/best/list-ec.htm> Visitado el 13-08-2009
- **Diccionario de la Real Academia Española**
www.rae.es Visitado el 02-02-2010
http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=moral Visitado el 13-02-2010
- <http://www.scribd.com/doc/6635222/Carlos-de-La-Rosa-Vidal-Enciclopedia-de-Oratoria-Motivacional-1ra-Ed>

- <http://www.docstoc.com/docs/22177020/RESPONSABILIDAD-SOCIAL-NORMA-ISO-26000> Visitado el 13-02-2010
- http://quito.biz/entretenimiento/index.php?option=com_content&view=article&id=410:movistar-recicla-de-forma-segura-celulares-de-ecuador&catid=40:gadgets&Itemid=58 Visitado el 08-06-2010
- <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/46930-fundacion-telefonica-emprende-proyectos/> Visitado el 15-08-2010

OTRAS REFERENCIAS

- Información proporcionada por el Sr. Rafael Villavicencio. Gerente Regional del Austro.
- Información proporcionada por el Ing. Roberto Salazar – personal administrativo de Movistar – Ecuador en la ciudad de Quito.
- Información proporcionada por la Srta. María Soledad Martínez – encargada del Departamento de Responsabilidad Social de Movistar Ecuador. Quito.
- Información proporcionada por la Srta. María Fernanda Hidalgo personal administrativo de Movistar – Ecuador en la ciudad de Quito.

ANEXOS

EMPRESAS MIEMBROS DE CERES

AGA S.A

ASOCIACION COORDINADORA DEL VOLUNTARIADO DEL GUAYAS-ACORVOL

AURELIAN ECUADOR

BANCO PICHINCHA – FUNDACION CRISFE

CENTRO ECUATORIANO DE DERECHO AMBIENTAL – CEDA

COMPAÑÍA DE CERVEZAS NACIONALES Y CERVECERIA ANDINA

CORPORACION DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES

DINERS CLUB DEL ECUADOR

DOLE - FUNDACIÓN DALE

ECUADOR BOTTLING COMPANY CORP. - EBC

EMAPA IBARRA

EMPRESA ELECTRICA QUITO (EEQ)

FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES, SEDE ECUADOR - FLACSO

FONDO AMBIENTAL NACIONAL

FUNDACIÓN ESQUEL ECUADOR

GENERAL MOTORS

GRUPO FUTURO - FUNDACIÓN FUTURO

HOLCIM - FUNDACIÓN HOLCIM ECUADOR

ITABSA

NOBIS - FUNDACIÓN NOBIS

PINTURAS CÓNDOR

PLASTICAUCHO INDUSTRIAL S.A.

PRONACA

REPSOL - FUNDACIÓN REPSOL-YPF

TELEFÓNICA - MOVISTAR

UNIBANCO

EMPRESAS MIEMBROS DEL IRSE

KAWA MOTORS-KAWASAKI

MUTUALISTA PICHINCHA

FORD

TELEFONICA-MOVISTAR

G.P.S. TRACK

MAZMOTORS

OCP ECUADOR S.A.

NESTLE

PRONACA

AVIS

ADELCA

GENERAL MOTORS

MAZDA

ETERNIT

HOLCIM

HOSPITAL METROPOLITANO

PACIFICARD

TELFÓNICA-MOVISTAR

TRABAJO CON FUNDACIÓN JEFFERSON PÉREZ



SERGIO. VOLUNTARIO CHILENO



CON LUIS UN VOLUNTARIO ESPAÑOL Y UN GRUPO DE NIÑOS DE LA FUNDACIÓN JEFFERSON PÉREZ.



CON GEOVANNY UN NIÑO DE LA FUNDACIÓN



**SERGIO Y MARIE,
VOLUNTARIOS DE
TELEFÓNICA MOVISTAR**



VOLUNTARIOS DE ESPAÑA E IRLANDA

