



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUYO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES

**"Diseño de un plan de Responsabilidad Social Empresarial integrado
a los Objetivos de Desarrollo Sostenible para una empresa
constructora en la provincia de San Juan"**

CONTADOR PÚBLICO.

Elaborado por: Cañizares, María Belén

Director: PhD. Arias Valle, María Belén

San Juan, Septiembre 2024

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUYO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES

**"Diseño de un plan de Responsabilidad Social Empresarial integrado
a los Objetivos de Desarrollo Sostenible para una empresa
constructora en la provincia de San Juan"**

Trabajo Final de Grado de
Contador Público.

Elaborado por: Cañizares, María Belén

Director: PhD. Arias Valle, María Belén

San Juan, Septiembre 2024.

Trabajo Final de la Carrera de Contador Público.

Aprobada por el tribunal examinador reunido al efecto en San Juan, el día.....
del mes de..... de 2024

Calificación obtenida:

Certificación de los Integrantes del Jurado		
	Apellido y nombre	Firma
Director de Trabajo Final	Arias Valle, María Belén	
Jurado		
Jurado		
Jurado		

.....

Firma del Alumno

AGRADECIMIENTOS.

En primer lugar, deseo expresar mi más sincero agradecimiento a mi directora, Belén, por su constante motivación, paciencia y dedicación a lo largo de todo el proceso de esta tesis.

Quiero también extender un agradecimiento especial a mi familia, amigos y a todas aquellas personas que, de manera desinteresada, me brindaron su apoyo y contención, ayudándome a superar los obstáculos y motivándome a concluir esta etapa académica con éxito.

Índice

RESUMEN.....	10
INTRODUCCIÓN	11
PRIMERA PARTE: ASPECTOS METODOLÓGICOS Y TEÓRICOS DEL PROBLEMA A ABORDAR	12
JUSTIFICACIÓN.....	12
MARCO TEÓRICO	14
Desarrollo sostenible, Objetivos de desarrollo sostenible (ODS).....	14
Responsabilidad social empresarial, Skeateholders	17
OBJETIVOS	18
OBJETIVO GENERAL	18
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
Primer objetivo específico.....	18
Segundo objetivo específico	18
Tercer objetivo específico	19
METODOLOGÍA.....	19
SEGUNDA PARTE: ABORDAJE DEL OBJETO DE ESTUDIO	21
CAPITULO 1: SOSTENIBILIDAD.....	21
INTRODUCCIÓN DEL CAPÍTULO.....	21
LOS ORÍGENES DEL DESARROLLO SOSTENIBLE	21
ANTECEDENTES DE LA AGENDA 2030 Y LOS ODS	24
1. Informe de Brundtland	25
2. Declaración de Río sobre medio ambiente y el desarrollo 1992.....	26
3. Declaración del Milenio.....	32
4. Río +20 - Desarrollo Sostenible.....	33

A su vez Río+20 impulsó el proceso para crear los ODS, para suceder y expandir los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).....	33
5. Agenda 2030 y los ODS.....	34
MIRADA CRÍTICA A LA AGENDA 2030.....	38
ODS COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIO.....	40
CAPITULO 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA (RSE).....	44
INTRODUCCIÓN DEL CAPÍTULO.....	44
CONCEPTO Y ORIGEN DE LA RSE.....	44
Definición de RSE según organismos internacionales.....	45
Naciones Unidas – Pacto Global.....	46
Organización Internacional de Normalización (ISO) – ISO 26000.....	46
Foro Económico Mundial (WEF).....	47
Comisión Europea.....	48
Global Reporting Initiative (GRI).....	48
EVOLUCIÓN DE LA RSE: ESCUELAS Y PRINCIPALES EXPONENTES.....	49
Orígenes de la RSE: La Filantropía Corporativa (siglo XIX - principios del siglo XX).....	50
La Escuela de la RSE Moderna: Howard Bowen y el Enfoque Ético (década de 1950).....	50
La Escuela Clásica: Milton Friedman y la Maximización del Beneficio (década de 1970).....	51
La Escuela de los <i>Stakeholders</i>: Edward Freeman (década de 1980).....	52
Bernardo Kliksberg y el Enfoque Social de la RSE (década de 1990 - actualidad).....	53
Antonio Argandoña y la Integración Ética de la RSE (década de 1990 - actualidad).....	53
La Escuela de Creación de Valor Compartido: Michael Porter y Mark Kramer (década de 2000 - actualidad).....	54
La RSE en la Actualidad: Sostenibilidad y los ODS.....	54
DIMENSIONES DE LA RSE.....	55
Dimensión social de la RSE.....	56
Dimensión económica de la RSE.....	57
Dimensión ambiental de la RSE.....	59

GRUPOS DE INTERÉS - TEORÍA DE LOS <i>STAKEHOLDERS</i>	61
La importancia de los <i>stakeholders</i> en la estrategia empresarial	62
<i>Stakeholders</i> de una Empresa constructora	64
IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE: GESTIÓN	66
Compromiso de la Alta Dirección.....	67
Misión Corporativa y RSE.....	67
Componentes de una Misión Alineada a la RSE	68
Evaluación del Impacto Actual.....	69
Identificación de los <i>Stakeholders</i>	69
Principales <i>Stakeholders</i> en una Empresa	70
Comprensión de las Expectativas de los <i>Stakeholders</i>	72
IMPORTANCIA DE LA PARTICIPACIÓN DE LOS <i>STAKEHOLDERS</i> EN LA RSE	73
MATRIZ DE MATERIALIDAD: Herramienta Clave para la RSE.....	74
Pasos para elaborar una matriz de materialidad	76
Importancia de la Matriz de Materialidad en la RSE	78
DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA DE RSE.....	79
Integración en la Cultura Organizacional	79
DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN.....	80
MEDICIÓN Y REPORTE DE RESULTADOS.....	80
Mejora Continua.....	80
IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE EN UNA EMPRESA CONSTRUCTORA	81
CAPITULO 3: EMPRESA CONSTRUCTORA	84
INTRODUCCIÓN DEL CAPÍTULO.....	84
VALDIVIESO GROUP S.R.L.	84
Misión, Visión y Valores de la organización	86

Guía para la Acción Empresarial en los ODS aplicada a una empresa.....	87
Diagnóstico de la empresa analizando los <i>stakeholders</i>, entender los ODS y detectar las necesidades de cada grupo.....	88
Gobernanza	88
Trabajadores	90
Clientes.....	92
Proveedores	93
Comunidad	94
Medio Ambiente	94
Definir prioridades y establecer objetivos. Matriz de Materialización	95
CAPITULO 4: PROPUESTA PLAN RSE VALDIVIESO GROUP.....	98
INTEGRANDO - PLAN DE RESPONSABILIDAD Y SUSTENTABILIDAD	98
Programa Empleo con Propósito. Subprograma: Finanzas Personales	99
ODS: 1, 2 y 8	99
Programa Empleo con Propósito. Subprograma: Aprendiendo Sostenibilidad	100
ODS: 3, 6, 7, 8,9, 12 y 13	100
Programa Empleo con Propósito. Subprograma: Reconociendo nos Reconocemos	100
ODS: 8.....	100
Programa Compra con valor	101
ODS: 12.....	101
Programa Una obra, Una Huerta.....	102
ODS: 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 12, 13, 15 y 17	102
Programa Comunicación y Transparencia	102
ODS: 9 y 12	102
REPORTANDO Y COMUNICANDO.....	103
ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE RSE.....	103
ESTRATEGIAS SEGUIMIENTO Y MONITOREO CONTINUO	106
Medición del Éxito del Plan de RSE	106
Indicadores Clave de Desempeño (KPIs):	106
Métodos de Evaluación:.....	107
Aplicación de Estrategias en las Operaciones Diarias:	107

REPORTE Y COMUNICACIÓN DE LOS RESULTADOS	108
Elaboración de Informes de Sostenibilidad	110
Difusión y Comunicación Estratégica	111
Estrategias de Involucramiento de los <i>Stakeholders</i>	112
Incorporación de la Retroalimentación en la Mejora Continua	112
Compromiso con la Transparencia	113
CONCLUSIÓN	114
REFERENCIAS	115

Índice de Figuras.

Figura 1 Ejemplo de Matriz de Mapeo de Materialidad	75
Figura 2 Ejemplo grafico de Matriz de Materialidad:	76

RESUMEN

El trabajo de investigación se llevó a cabo con el objetivo de realizar un análisis en relación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aplicado en la industria de la construcción, específicamente en una empresa constructora de la provincia de San Juan. Utilizando como herramienta de aplicación un plan de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) y de esta forma llevarlos a una realidad concreta y medible. La metodología aplicada en esta investigación fue de tipo descriptiva y los datos en los que se basó fueron principalmente secundarios. Para llevar a cabo el análisis, en primer lugar, fue necesario investigar el concepto de sostenibilidad y ODS, en aplicación a una empresa constructora. En segundo lugar, teniendo en cuenta el concepto de RSE, se llevó a cabo una investigación relativa a los stakeholders. Por último, se realizó un estudio del sector de la construcción de la Provincia de San Juan tomando como modelo una empresa referente del sector en la provincia, que determinó su desafío frente a la Agenda 2030 aplicada en el sector privado.

El aporte que esperamos dejar con esta labor consiste en que dicho plan materialice las buenas intenciones de los diversos tratados y planes a los que Argentina adhiere, desde una actividad económica específica como la Construcción.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha evolucionado como un concepto clave en la gestión empresarial contemporánea, impulsada por la necesidad de equilibrar objetivos económicos, sociales y ambientales. De manera similar, la sostenibilidad busca integrar prácticas que aseguren la viabilidad a largo plazo de las empresas sin comprometer los recursos futuros, en este sentido los Objetivos de Desarrollo Sostenible sirven como brújula con la cual guiar las políticas empresariales en pos de lograr los propósitos planteados, haciendo énfasis en la interconexión entre la sostenibilidad y la competitividad empresarial.

La investigación está enmarcada en la Teoría de los Stakeholders, que sostiene que las organizaciones deben responder no solo a sus accionistas, sino también a otros grupos de interés como empleados, clientes y la comunidad. Asimismo, se considera el enfoque del Triple impacto y Pacto Global, que subraya la importancia de equilibrar las dimensiones económica, social y ambiental para lograr una sostenibilidad empresarial.

PRIMERA PARTE: ASPECTOS METODOLÓGICOS Y TEÓRICOS DEL PROBLEMA A ABORDAR

JUSTIFICACIÓN

Con el objeto de cumplir con los requisitos establecidos por la Universidad Católica de Cuyo, para obtener el título de grado en la Carrera de Contador Público, se realiza el siguiente proyecto de investigación a los efectos de ser presentado como tesis de grado. Esta tesis se elabora con la finalidad de proponer un plan de RSE con adaptación y aplicación de ODS sobre una empresa constructora local. Debido a la globalización, a los avances en técnicas de construcción, al modelo de consumo, la creciente crisis ambiental, y la vida post pandemia se pone en evidencia la necesidad de que los negocios, así como cualquier actividad humana, se realicen con conciencia del impacto que representa en la casa común (Francisco, 2016).

La actividad de la Construcción aporta a la sociedad valor desde el punto de vista económico generando fuentes de trabajo, consumo de materiales y tecnología, así como también valor cultural impulsando el desarrollo y progreso de la sociedad.

Sin perder de vista el gran aporte que implica dicha actividad se debe tener en cuenta cual es la huella de carbono que genera y cómo se puede mitigar, así como también incorporar métodos de construcción sostenible, por lo que se torna oportuno observar los lineamientos establecidos por la Agenda 2030 que propone el desarrollo sostenible como modelo para luchar contra la pobreza, el hambre, el analfabetismo, la contaminación, mejorar la salud, Para ello lanza en el 2015 los ODS (UN, 2015). En la misma línea Pacto Global toma estos principios y los adapta a la actividad privada para facilitar su comprensión y adaptabilidad a los diferentes ámbitos o sectores (ONU, 2010).

Por otro lado, la RSE es la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas (Argandoña, 2007).

Así mismo en San Juan la actividad de la construcción tiene como desafío incorporar nuevas tecnologías, materiales y métodos de construcción sin perder de vista la particularidad de vivir en una zona sísmica, lo que representa un reto a la hora de realizar obras.

En este marco, hacer un análisis sobre la adaptación de los ODS teniendo en cuenta cual es el beneficio de incorporar un modelo de negocio con un enfoque en la RSE dentro de la actividad de la construcción.

El presente plan de RSE tiene como propósito conectar de manera directa con los objetivos específicos y generales planteados en este trabajo. La relevancia de implementar un plan de RSE en la empresa constructora radica en su capacidad para alinear sus actividades con los ODS, promoviendo no solo el desarrollo económico de la organización, sino también su compromiso con el bienestar social y la protección del medio ambiente.

La incorporación de prácticas sostenibles en el sector de la construcción es fundamental, ya que esta industria tiene un impacto significativo en el entorno y la comunidad, tanto a nivel económico como ambiental (Lozano & Barreiro-Gen, 2023). A través de este plan, se busca transformar estas operaciones en una oportunidad para liderar un cambio positivo en la región, impulsando la adopción de tecnologías y métodos de construcción sostenibles que reduzcan la huella de carbono y promuevan la eficiencia energética.

Los impactos esperados incluyen la mejora de la imagen corporativa y la reputación de la empresa, el fortalecimiento de las relaciones con los grupos de interés (*stakeholders*) y la creación de un entorno laboral más equitativo e inclusivo. Además, este plan contribuirá a incrementar la competitividad de la empresa, posicionándola como un referente en prácticas responsables dentro del sector de la construcción.

En definitiva, este plan de RSE no solo responde a la necesidad de cumplir con estándares éticos y legales, sino que también busca generar un valor agregado tangible para la empresa y la comunidad, promoviendo un desarrollo sostenible que beneficie a todos los actores involucrados.

MARCO TEÓRICO

A fin de facilitar la comprensión del presente trabajo de investigación, resulta necesario dar definición y enmarcar algunos conceptos claves.

Desarrollo sostenible, Objetivos de desarrollo sostenible (ODS)

La comisión Brundtland de Naciones Unidas, en 1987, definió al Desarrollo Sostenible como aquello que permite satisfacer necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades propias (Brundtland, 1987) . La comprensión de este paradigma donde se relaciona la sociedad, el medio ambiente, economía, política y todas las áreas donde intervenga el ser humano, como sujeto de acción para saciar sus carencias, es clave para hacer un uso consciente de los recursos (Elkington, 1998). En este sentido la sostenibilidad se puede entender también como un conjunto de valores y principios que brindan un marco

para la actividad humana abarcando la multidimensionalidad del ser humano (Kuhlman & Farrington, 2010).

Así mismo la Organización de Naciones Unidas (ONU) en el año 2015 propone una serie de lineamientos, a través de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que busca cumplir con objetivos económicos, sociales y ambientales en pos del desarrollo sostenible a nivel mundial (Lee et al., 2016). Dicha agenda está compuesta por 17 ODS y 169 metas asociadas que fomentan el accionar en el ámbito económico, social y ambiental.

Los ODS conforman un esquema para mejorar las vidas de las poblaciones alrededor del mundo y mitigar los efectos adversos originados por el hombre con miras a que las empresas, como agentes de desarrollo, generen impactos positivos que modifiquen la forma de hacer negocios (Biggeri et al., 2023; Biggeri & Mauro, 2018).

Los objetivos propuestos y aceptados por el Pacto Global son los siguientes:

Objetivo 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.

Objetivo 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.

Objetivo 3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.

Objetivo 4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.

Objetivo 5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

Objetivo 6. Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.

Objetivo 7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.

Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación.

Objetivo 10. Reducir la desigualdad en y entre los países

Objetivo 11. Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles.

Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

Objetivo 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

Objetivo 14. Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos.

Objetivo 15. Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras, detener la pérdida de biodiversidad.

Objetivo 16. Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas

Objetivo 17. Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas, 2015).

Argentina se compromete, mediante el decreto PEN 499/17, a movilizar los medios necesarios para mejorar la condición de vida mediante el cumplimiento de los objetivos económicos, sociales y ambientales de la Agenda 2030.

Responsabilidad social empresarial, Skeateholders

El Foro de Expertos de la Responsabilidad Social de la Empresa, del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales español define a la RSE como *«La responsabilidad social corporativa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales y medioambientales y de respeto de los derechos humanos, que surgen de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones»* (Foro de Expertos sobre RSE de España, 2007) de esta definición se resalta que para hablar de RSE dentro de una empresa se deben cumplir las normas legales como punto de partida, luego que es una acción voluntaria, por lo que su aplicación deviene de las convicciones morales y éticas sobre la coyuntura social, laboral y medioambiental, sin perder de vista la interacción de todos los grupos de interés, en este caso, que pueda identificar una empresa.

Los Skeateholders son aquellos grupos sin cuyo apoyo la organización dejaría de existir e incluyendo, entre ellos a accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, prestamistas y sociedad (Freeman, 1984). En función de esto Stakeholder es cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de una organización, por lo que la legitimidad del grupo de interés la da el vínculo que tiene con la empresa. Para discernir dicho vínculo se debe identificarlos conociendo qué

expectativas tienen, así como cuáles son los derechos y obligaciones de ambas partes, Freeman, Harrison y Wicks proponen una clasificación entre stakeholder primarios: son los que directamente están ligados con el destino de la organización (Clientes, empleados, proveedores, financieros y comunidades) y secundarios: son aquellos que influyen de forma indirecta en una empresa y se verían afectados en una menor medida por el giro empresarial (Gobierno, competencia, grupos de los consumidores, medios de comunicación y grupos de especial interés) (Freeman et al., 2008).

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

“Elaborar un plan de RSE basado en la aplicación de los ODS, dirigido a una empresa constructora local, con el propósito de promover el desarrollo sostenible y fortalecer su compromiso con la comunidad”.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Primer objetivo específico

Analizar la relevancia y el impacto de la incorporación de los ODS en la estructura organizacional de una empresa, evaluando su influencia en la sostenibilidad y el desarrollo empresarial.

Segundo objetivo específico

Identificar y analizar los grupos de interés (*stakeholders*) en el contexto de las empresas constructoras, evaluando su influencia y relevancia en los procesos organizacionales.

Tercer objetivo específico

Realizar un diagnóstico integral de una empresa constructora en la provincia de San Juan con el fin de proponer un plan de RSE que promueva el desarrollo sostenible y el compromiso social.

METODOLOGÍA

La Investigación es “un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento” (Tamayo y Tamayo, Mario, 2004). Es decir, entendemos como investigación el resultado obtenido una vez que utilizamos diversos métodos seleccionados con un enfoque científico para adquirir información de valor.

En ese sentido, la metodología a utilizar para el desarrollo del presente trabajo con el fin de cumplir los objetivos planteados amerita una investigación de tipo descriptiva.

Respecto del tipo de investigación descriptiva, Carlos A. Sabino explica que su preocupación primordial radica en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma, se puede obtener una información sistemática sobre los mismos (Sabino, 1992)

El diseño de la investigación es de tipo documental, ya que para recopilar la información y realizar el plan se recurrirá a la bibliografía existente hasta el momento (manuales, libros, leyes vigentes), investigaciones, notas periodísticas, páginas de internet como fuente de información secundaria. Y se utilizarán como fuente primaria entrevistas y cuestionarios a los grupos de interés de la empresa: directivos y empleados. Personal de planta, administrativos, clientes, proveedores y referentes comunitarios.

Finalmente, la información será procesada, analizada e interpretada para la posterior elaboración de las conclusiones e informe final.

SEGUNDA PARTE: ABORDAJE DEL OBJETO DE ESTUDIO

CAPITULO 1: SOSTENIBILIDAD

Introducción del capítulo

El presente capítulo se realiza con la finalidad de cumplir con el primer objetivo particular: Analizar la relevancia y el impacto de la incorporación de los ODS en la estructura organizacional de una empresa, evaluando su influencia en la sostenibilidad y el desarrollo empresarial.

La implementación de los ODS dentro de las organizaciones no solo responde a las demandas de una mayor responsabilidad social, sino que también actúa como un catalizador para la innovación y la competitividad a largo plazo. Dilucidar cómo estas iniciativas pueden influir en la sostenibilidad corporativa y el desarrollo empresarial y la relevancia de los ODS en la estructura organizacional radica en su capacidad para transformar la forma en que las empresas operan y se relacionan con su entorno, promoviendo un enfoque más equilibrado entre el crecimiento económico, la responsabilidad social y la preservación ambiental.

De esta manera, este capítulo proporcionará una visión integral sobre la influencia de los ODS en la gestión organizacional y su papel en el fortalecimiento de la sostenibilidad empresarial.

LOS ORÍGENES DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

Los orígenes del concepto de desarrollo sostenible se remontan a la década de 1980, cuando el término comenzó a ganar relevancia en la arena internacional. Un hito

crucial fue la publicación del Informe Brundtland en 1987, titulado "Nuestro Futuro Común", donde se define el desarrollo sostenible como aquel que "satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades" (Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, 1987). Este informe, elaborado por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de las Naciones Unidas, subrayó la interdependencia entre el desarrollo económico, el bienestar social y la protección del medio ambiente, estableciendo un marco conceptual que desde entonces ha orientado políticas y estrategias globales (Kuhlman & Farrington, 2010).

A medida que la conciencia sobre las crisis ambientales y sociales se profundizaba, el concepto de desarrollo sostenible evoluciona, integrándose en la agenda empresarial y gubernamental (Lepenes et al., 2023). La Cumbre de la Tierra en 1992, celebrada en Río de Janeiro, marca otro paso significativo, ya que reúne a líderes mundiales para adoptar la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo, la cual enfatiza la necesidad de nuevas formas de cooperación internacional para abordar los desafíos globales. Este evento también impulsa el concepto de RSE, vinculando directamente las prácticas corporativas con la sostenibilidad, lo que lleva a las empresas a asumir un papel activo en la promoción del desarrollo sostenible a través de sus operaciones y cadenas de valor (Ramirez, 2018).

El desarrollo sostenible y la RSE han evolucionado a lo largo de las décadas como respuestas a diversas crisis ambientales, sociales y económicas que pusieron en evidencia la necesidad de un cambio profundo en la forma en que se gestionan los recursos y se conducen las actividades empresariales (Fontrodona & Marín, 2019). Uno

de los catalizadores más influyentes en este proceso fue el Pacto Global de Naciones Unidas, lanzado en 1999 por el entonces Secretario General de la ONU, Kofi Annan, en el Foro Económico Mundial en Davos. Este pacto surge como respuesta a la creciente preocupación por la globalización y sus impactos negativos, incluyendo la degradación ambiental, la explotación laboral y la corrupción, y buscaba alinear las estrategias empresariales con principios universales en áreas como los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción (Gómez Patiño, 2011).

Los años previos al Pacto Global estuvieron marcados por varios escándalos corporativos y desastres ambientales que resaltaron la necesidad de mayor responsabilidad por parte de las empresas. Entre estos eventos, destacan el desastre de Bhopal en 1984, donde una fuga de gas tóxico de una planta de Union Carbide en India causó miles de muertes, y el derrame de petróleo del Exxon Valdez en 1989, que devastó el ecosistema marino en Alaska. Estos incidentes, junto con la evidencia creciente de cambio climático, deforestación, pérdida de biodiversidad y otras crisis ambientales, subrayaron la urgencia de adoptar un enfoque más sostenible y ético en las prácticas empresariales (Alea, 2007).

El Pacto Global de Naciones Unidas invita a las empresas a adoptar diez principios fundamentales que abarcan cuatro áreas clave: derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anticorrupción (Ayuso & Mutis, 2010). Estos principios no solo buscan evitar daños, sino también promover un desarrollo económico inclusivo y sostenible (Mora, 2023). En el ámbito medioambiental, el Pacto Global enfatiza la necesidad de un enfoque preventivo, alentando a las empresas a actuar de manera proactiva para mitigar

sus impactos ambientales, promover la responsabilidad ambiental y desarrollar tecnologías respetuosas del medio ambiente (Müller et al., 2018).

En cuanto a la corrupción, el Pacto Global reconoce que la corrupción es una de las mayores barreras para el desarrollo sostenible y establece que las empresas deben trabajar contra todas las formas de corrupción, incluidas la extorsión y el soborno (Tawiah et al., 2024). Esta iniciativa global ha sido fundamental para integrar la RSE en las operaciones corporativas, animando a las empresas a ser no solo generadoras de riqueza, sino también actores clave en la promoción del desarrollo sostenible a nivel global (Ayuso & Mutis, 2010; García-Sánchez et al., 2020).

Este vínculo entre sostenibilidad y empresas se fortaleció con la adopción de la Agenda 2030 y los ODS en 2015, los cuales ofrecen un marco para que las empresas alineen sus estrategias con metas globales, como la erradicación de la pobreza, la igualdad de género, y la acción climática (Biggeri et al., 2023). La incorporación de los ODS en la estrategia empresarial no solo responde a una necesidad ética, sino que también presenta oportunidades de negocio al permitir a las empresas innovar y posicionarse como líderes en sostenibilidad en un mercado cada vez más consciente de estas cuestiones (Cristina Ferreira Caldana et al., 2022).

ANTECEDENTES DE LA AGENDA 2030 Y LOS ODS

Se puede tomar como antecedentes a lo que hoy se conoce cómo la Agenda 2030, que da vida a los ODS; al El Informe Nuestro futuro Común, más conocido como el informe de Brundtland de 1987, La Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo de 1992 y La Declaración del Milenio. Donde la ONU, a través de sus comisiones plantean de forma específica y clara las crecientes problemáticas

socioambientales con el fin de concientizar a la población mundial y planteando diferentes objetivos para repensar y mitigar dichas problemáticas.

1. Informe de Brundtland

La comisión mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo a través del Informe de Brundtland de 1987 (Nuestro Futuro Común) identifica la problemática sobre la crisis medio ambiental y de desarrollo. Plantea diferentes tareas y esfuerzos comunes para poder paliar alguno de estos efectos con miras al comienzo del segundo milenio entre las cuales se puede destacar:

- Población y Recursos Humanos.
- Seguridad Alimentaria
- Especies y ecosistemas: Recursos para el Desarrollo
- Energía: Opciones para el medio ambiente y desarrollo
- La industria: más producción con menos recursos
- El desafío urbano
- Administrar los espacios comunes: océanos, espacio y Antártida
- Paz seguridad, desarrollo y medio ambiente
- Acciones en común: Cambio en las instituciones y leyes (Brundtland, 1987)

En la lectura profunda de dicho informe se expone la problemática medio ambiental y de desarrollo y diferentes propuestas de acción para evitar el agravamiento de tal coyuntura, se plantea su aplicación desde la década del 80 hasta el 2000.

Como valor, se puede rescatar que el informe introduce el concepto de sostenibilidad como “la capacidad de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias

necesidades” (Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, 1987). Dando inicio a un cambio en el pensamiento social, sirviendo como cimiento para construir un nuevo actuar colectivo, más consciente y respetuoso del medio ambiente (Aguado, 2018).

2. Declaración de Río sobre medio ambiente y el desarrollo 1992

En 1992 se lleva a cabo la Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, esta Cumbre tuvo como objetivo poner en agenda un plan de acción global sobre medio ambiente y desarrollo (Ruiz Marfil, 2015). Se reconoció que para afrontar estas problemáticas se deberá cambiar la perspectiva desde la cual se produce y se consume, así como también la forma en que se vive y trabaja y la toma de decisiones. Entre los documentos emitidos se puede destacar la Declaración de Río, la misma proclama 27 principios, no vinculantes jurídicamente, con el objetivo de establecer una nueva y equitativa alianza mundial, mediante la creación de nuevos niveles de cooperación entre los Estados, sectores claves de la sociedad y las personas.

PRINCIPIO 1: Los seres humanos constituyen el centro de las preocupaciones relacionadas con el desarrollo sostenible. Tienen derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.

PRINCIPIO 2: De conformidad con la Carta de la ONU y los principios del derecho internacional, los Estados tienen el derecho soberano de aprovechar sus propios recursos según sus propias políticas ambientales y de desarrollo, y la responsabilidad de velar por que las actividades realizadas dentro de su jurisdicción o bajo su control no causen daños al medio ambiente de otros Estados o de zonas que estén fuera de los límites de la jurisdicción nacional.

PRINCIPIO 3: El derecho al desarrollo debe ejercerse en forma tal que responda equitativamente a las necesidades de desarrollo y ambientales de las generaciones presentes y futuras.

PRINCIPIO 4: A fin de alcanzar el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente deberá constituir parte integrante del proceso de desarrollo y no podrá considerarse en forma aislada.

PRINCIPIO 5: Todos los Estados y todas las personas deberán cooperar en la tarea esencial de erradicar la pobreza como requisito indispensable del desarrollo sostenible, a fin de reducir las disparidades en los niveles de vida y responder mejor a las necesidades de la mayoría de los pueblos del mundo.

PRINCIPIO 6: Se deberá dar especial prioridad a la situación y las necesidades especiales de los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados y los más vulnerables desde el punto de vista ambiental. En las medidas internacionales que se adopten con respecto al medio ambiente y al desarrollo también se deberían tener en cuenta los intereses y las necesidades de todos los países.

PRINCIPIO 7: Los Estados deberán cooperar con espíritu de solidaridad mundial para conservar, proteger y restablecer la salud y la integridad del ecosistema de la Tierra. En vista de que han contribuido en distinta medida a la degradación del medio ambiente mundial, los Estados tienen responsabilidades comunes pero diferenciadas. Los países desarrollados reconocen la responsabilidad que les cabe en la búsqueda internacional del desarrollo sostenible, en vista de las presiones que sus sociedades ejercen en el medio ambiente mundial y de las tecnologías y los recursos financieros de que disponen.

PRINCIPIO 8: Para alcanzar el desarrollo sostenible y una mejor calidad de vida para todas las personas, los Estados deberían reducir y eliminar las modalidades de producción y consumo insostenibles y fomentar políticas demográficas apropiadas.

PRINCIPIO 9: Los Estados deberían cooperar en el fortalecimiento de su propia capacidad de lograr el desarrollo sostenible, aumentando el saber científico mediante el intercambio de conocimientos científicos y tecnológicos, e intensificando el desarrollo, la adaptación, la difusión y la transferencia de tecnologías, entre estas, tecnologías nuevas e innovadoras.

PRINCIPIO 10: El mejor modo de tratar las cuestiones ambientales es con la participación de todos los ciudadanos interesados, en el nivel que corresponda. En el plano nacional, toda persona deberá tener acceso adecuado a la información sobre el medio ambiente de que dispongan las autoridades públicas, incluida la información sobre los materiales y las actividades que encierran peligro en sus comunidades, así como la oportunidad de participar en los procesos de adopción de decisiones. Los Estados deberán facilitar y fomentar la sensibilización y la participación de la población poniendo la información a disposición de todos. Deberá proporcionarse acceso efectivo a los procedimientos judiciales y administrativos, entre éstos el resarcimiento de daños y los recursos pertinentes.

PRINCIPIO 11: Los Estados deberán promulgar leyes eficaces sobre el medio ambiente. Las normas, los objetivos de ordenación y las prioridades ambientales deberían reflejar el contexto ambiental y de desarrollo al que se aplican. Las normas aplicadas por algunos países pueden resultar inadecuadas y representar un costo social y económico injustificado para otros países, en particular los países en desarrollo.

PRINCIPIO 12: Los Estados deberían cooperar en la promoción de un sistema económico internacional favorable y abierto que llevara al crecimiento económico y el desarrollo sostenible de todos los países, a fin de abordar en mejor forma los problemas de la degradación ambiental. Las medidas de política comercial con fines ambientales no deberían constituir un medio de discriminación arbitraria o injustificable ni una restricción velada del comercio internacional. Se debería evitar tomar medidas unilaterales para solucionar los problemas ambientales que se producen fuera de la jurisdicción del país importador. Las medidas destinadas a tratar los problemas ambientales transfronterizos o mundiales deberían, en la medida de lo posible, basarse en un consenso internacional.

PRINCIPIO 13: Los Estados deberán desarrollar la legislación nacional relativa a la responsabilidad y la indemnización respecto de las víctimas de la contaminación y otros daños ambientales. Los Estados deberán cooperar asimismo de manera expedita y más decidida en la elaboración de nuevas leyes internacionales sobre responsabilidad e indemnización por los efectos adversos de los daños ambientales causados por las actividades realizadas dentro de su jurisdicción, o bajo su control, en zonas situadas fuera de su jurisdicción.

PRINCIPIO 14: Los Estados deberían cooperar efectivamente para desalentar o evitar la reubicación y la transferencia a otros Estados de cualesquiera actividades y sustancias que causen degradación ambiental grave o se consideren nocivas para la salud humana.

PRINCIPIO 15: Con el fin de proteger el medio ambiente, los Estados deberán aplicar ampliamente el criterio de precaución conforme a sus capacidades. Cuando haya

peligro de daño grave o irreversible, la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces en función de los costos para impedir la degradación del medio ambiente.

PRINCIPIO 16: Las autoridades nacionales deberían procurar fomentar la internalización de los costos ambientales y el uso de instrumentos económicos, teniendo en cuenta el criterio de que el que contamina debe, en PRINCIPIO, cargar con los costos de la contaminación, teniendo debidamente en cuenta el interés público y sin distorsionar el comercio ni las inversiones internacionales.

PRINCIPIO 17: Deberá emprenderse una evaluación del impacto ambiental, en calidad de instrumento nacional, respecto de cualquier actividad propuesta que probablemente haya de producir un impacto negativo considerable en el medio ambiente y que esté sujeta a la decisión de una autoridad nacional competente.

PRINCIPIO 18: Los Estados deberán notificar inmediatamente a otros Estados de los desastres naturales u otras situaciones de emergencia que puedan producir efectos nocivos súbitos en el medio ambiente de esos Estados. La comunidad internacional deberá hacer todo lo posible por ayudar a los Estados que resulten afectados.

PRINCIPIO 19: Los Estados deberán proporcionar la información pertinente y notificar previamente y en forma oportuna a los Estados que posiblemente resulten afectados por actividades que puedan tener considerables efectos ambientales transfronterizos adversos, y deberán celebrar consultas con esos Estados en una fecha temprana y de buena fe.

PRINCIPIO 20: Las mujeres desempeñan un papel fundamental en la ordenación del medio ambiente y en el desarrollo. Es, por tanto, imprescindible contar con su plena participación para lograr el desarrollo sostenible.

PRINCIPIO 21: Debería mobilizarse la creatividad, los ideales y el valor de los jóvenes del mundo para forjar una alianza mundial orientada a lograr el desarrollo sostenible y asegurar un mejor futuro para todos.

PRINCIPIO 22: Las poblaciones indígenas y sus comunidades, así como otras comunidades locales, desempeñan un papel fundamental en la ordenación del medio ambiente y en el desarrollo, debido a sus conocimientos y prácticas tradicionales. Los Estados deberían reconocer y apoyar debidamente su identidad, cultura e intereses y hacer posible su participación efectiva en el logro del desarrollo sostenible.

PRINCIPIO 23: Deben protegerse el medio ambiente y los recursos naturales de los pueblos sometidos a opresión, dominación y ocupación.

PRINCIPIO 24: La guerra es, por definición, enemiga del desarrollo sostenible. En consecuencia, los Estados deberán respetar las disposiciones de derecho internacional que protegen al medio ambiente en épocas de conflicto armado, y cooperar en su ulterior desarrollo, según sea necesario.

PRINCIPIO 25: La paz, el desarrollo y la protección del medio ambiente son interdependientes e inseparables.

PRINCIPIO 26: Los Estados deberán resolver pacíficamente todas sus controversias sobre el medio ambiente por medios que corresponda con arreglo a la Carta de las Naciones Unidas.

PRINCIPIO 27: Los Estados y las personas deberán cooperar de buena fe y con espíritu de solidaridad en la aplicación de los principios consagrados en esta Declaración y en el ulterior desarrollo del derecho internacional en la esfera del desarrollo sostenible. (Naciones Unidas, 1992)

Cabe destacar la importancia del contenido de estos principios, el primero pone al ser humano como centro para llevar a cabo la promoción del cuidado del medio ambiente. También destaca, anticipándose en su época, la importancia del papel de la mujer y los pueblos originarios como piezas fundamentales, destacando de estos últimos la necesidad que sea reconocida su identidad y cultura. Otro punto a destacar es que esta declaración de principios pone en palabras escritas la que la guerra es la principal enemiga de cualquier cambio en favor a la sostenibilidad e incita a las resoluciones de conflictos entre Estados sea a través de medios pacíficos y diplomáticos.

3. Declaración del Milenio

En el año 2000 la ONU emite la Declaración del Milenio que establece 8 objetivos, que representan el compromiso de los estados miembros para reducir la pobreza, disminuir enfermedades, la crisis ambiental entre otros, los mismos debían ser alcanzados en el año 2015.

Los objetivos son los siguientes:

- Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
- Lograr la enseñanza primaria universal.
- Promover la igualdad de género y empoderar a la mujer.
- Reducir la mortalidad infantil.
- Mejorar la salud materna.

- Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades.
- Fomentar una alianza mundial para el desarrollo. (Naciones Unidas, 2018)

A grandes rasgos los ODM buscaban movilizar a la comunidad internacional para abordar y reducir los problemas más urgentes que afectan a las personas más vulnerables en el mundo (Rodríguez Rodríguez, 2017). Sacando a las personas de la pobreza extrema, asegurando la educación de niños a nivel global sin importar el lugar de origen, reducir la mortalidad infantil en menores de 5 años. Pone especial hincapié en eliminar la disparidad de género, así como también en la salud materna, busca reducir la mortalidad por causa de embarazo, y promover la maternidad respetada. Del mismo modo combatir y reducir enfermedades graves con políticas de prevención y control. Proteger el medio ambiente fomentando el desarrollo sostenible, el cuidado de los recursos naturales y procurar el acceso a agua potable de más personas.

4. Río +20 - Desarrollo Sostenible

La conferencia Río +20 se celebra en el 2012, 20 años después de la cumbre de la tierra de 1992. El principal objetivo de esta conferencia es renovar el compromiso político global con el desarrollo sostenible tomado en la cumbre de la tierra, evaluando los avances y las brechas en la implementación de los acuerdos internacionales y abordando nuevos desafíos emergentes.

Se acordó fortalecer la gobernanza internacional del desarrollo sostenible, incluyendo el fortalecimiento del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la creación de un foro político de alto nivel para la sostenibilidad.

A su vez Río+20 impulsó el proceso para crear los ODS, para suceder y expandir los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

5. Agenda 2030 y los ODS

En el año 2015 se reúne la Asamblea General de la ONU, entendiéndose que no se alcanzaron los ODM, se adopta la agenda 2030 como la estrategia por la cual los Estados Miembros buscan profundizar los esfuerzos que en el transcurso de los años se vienen realizando, adaptando nuevas metodologías de aplicación del programa, comprometiéndose a movilizar todos los medios que tengan a su alcance para lograr reducir la pobreza, combatir las desigualdades, proteger y fomentar los derechos humanos, promover la paz, adoptar medidas contra el cambio climático, y demás objetivos en búsqueda del desarrollo sostenible (Lee et al., 2016).

Siendo, la Agenda 2030, el resultado del consenso más amplio y participativo de Naciones Unidas, ya que en la mesa de diálogo se sentaron tanto los estados miembros como la sociedad civil, el sector privado y la academia (Stafford-Smith et al., 2017). De esta búsqueda se plantean 17 objetivos de desarrollo sostenible, con 169 metas que articulan el ámbito económico, social y ambiental para ser alcanzados de forma íntegra a nivel mundial.

Objetivo 1. Fin de la pobreza. Entre las principales metas que busca alcanzar este objetivo se encuentra Meta 1.1: Erradicar para 2030 la pobreza extrema para todas las personas en el mundo y Meta 1.2: Reducir al menos a la mitad la proporción de hombres, mujeres y niños de todas las edades que viven en la pobreza.

Objetivo 2. Hambre cero. Meta 2.1: Poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas a alimentos seguros, nutritivos y suficientes durante todo el año y Meta 2.3: Duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los productores de alimentos a pequeña escala.

Objetivo 3. Salud y bienestar. Meta 3.1: Reducir la tasa mundial de mortalidad materna a menos de 70 por cada 100,000 nacidos vivos y Meta 3.3: Poner fin a las epidemias del SIDA, la tuberculosis, la malaria y las enfermedades tropicales desatendidas.

Objetivo 4. Educación de calidad. Meta 4.1: Asegurar que todos los niños y niñas terminen la educación primaria y secundaria gratuita, equitativa y de calidad. Meta 4.4: Aumentar sustancialmente el número de jóvenes y adultos con competencias relevantes para el empleo.

Objetivo 5. Igualdad de género. Meta 5.1: Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y niñas en todo el mundo. Meta 5.2: Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y niñas.

Objetivo 6. Agua limpia y saneamiento. Meta 6.1 De aquí a 2030, lograr el acceso universal y equitativo al agua potable a un precio asequible para todos. Meta 6.4 De aquí a 2030, aumentar considerablemente el uso eficiente de los recursos hídricos en todos los sectores y asegurar la sostenibilidad de la extracción y el abastecimiento de agua dulce para hacer frente a la escasez de agua y reducir considerablemente el número de personas que sufren falta de agua.

Objetivo 7. Energía asequible y no contaminante. Meta 7.1 De aquí a 2030, garantizar el acceso universal a servicios energéticos asequibles, fiables y modernos. Meta 7.2 De aquí a 2030, aumentar considerablemente la proporción de energía renovable en el conjunto de fuentes energéticas.

Objetivo 8. Trabajo decente y crecimiento económico. Meta 8.1 Mantener el crecimiento económico per capita de conformidad con las circunstancias nacionales y,

en particular, un crecimiento del producto interno bruto de al menos el 7% anual en los países menos adelantados. Meta 8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.

Objetivo 9. Industria, innovación e infraestructura. Meta 9.1 Desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad, incluidas infraestructuras regionales y transfronterizas, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano, haciendo especial hincapié en el acceso asequible y equitativo para todos. Meta 9.4 De aquí a 2030, modernizar la infraestructura y reconvertir las industrias para que sean sostenibles, utilizando los recursos con mayor eficacia y promoviendo la adopción de tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales, y logrando que todos los países tomen medidas de acuerdo con sus capacidades respectivas.

Objetivo 10. Reducción de las desigualdades. Meta 10.1 De aquí a 2030, lograr progresivamente y mantener el crecimiento de los ingresos del 40% más pobre de la población a una tasa superior a la media nacional. Meta 10.2 De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.

Objetivo 11. Ciudades y Comunidades sostenibles. Meta 11.1 De aquí a 2030, asegurar el acceso de todas las personas a viviendas y servicios básicos adecuados, seguros y asequibles y mejorar los barrios marginales. Meta 11.3 De aquí a 2030,

umentar la urbanización inclusiva y sostenible y la capacidad para la planificación y la gestión participativas, integradas y sostenibles de los asentamientos humanos en todos los países.

Objetivo 12. Producción y consumo responsable. Meta 12.2 De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales. Meta 12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.

Objetivo 13. Acción por el clima. Meta 13.2 Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales. Meta 13.3 Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.

Objetivo 14. Vida submarina. Meta 14.1 De aquí a 2025, prevenir y reducir significativamente la contaminación marina de todo tipo, en particular la producida por actividades realizadas en tierra, incluidos los detritos marinos y la polución por nutriente. Meta 14.4 De aquí a 2020, reglamentar eficazmente la explotación pesquera y poner fin a la pesca excesiva, la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada y las prácticas pesqueras destructivas, y aplicar planes de gestión con fundamento científico a fin de restablecer las poblaciones de peces en el plazo más breve posible, al menos alcanzando niveles que puedan producir el máximo rendimiento sostenible de acuerdo con sus características biológicas.

Objetivo 15. Vida de ecosistemas terrestres. Meta 15.1 Para 2020, velar por la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas terrestres y los

ecosistemas interiores de agua dulce y los servicios que proporcionan, en particular los bosques, los humedales, las montañas y las zonas áridas, en consonancia con las obligaciones contraídas en virtud de acuerdos internacionales. Meta 15.4 Para 2030, velar por la conservación de los ecosistemas montañosos, incluida su diversidad biológica, a fin de mejorar su capacidad de proporcionar beneficios esenciales para el desarrollo sostenible.

Objetivo 16. Paz, justicia e instituciones Sólidas. Meta 16.5 Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas. Meta 16.6 Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas.

Objetivo 17. Alianzas para lograr los objetivos. Meta 17.3 Movilizar recursos financieros adicionales de múltiples fuentes para los países en desarrollo. Meta 17.7 Promover el desarrollo de tecnologías ecológicamente racionales y su transferencia, divulgación y difusión a los países en desarrollo en condiciones favorables, incluso en condiciones concesionarias y preferenciales, según lo convenido de mutuo acuerdo (Naciones Unidas, 2023).

Estos objetivos y metas son el desafío planteado con la ilusión de mejorar la calidad de vida, esta iniciativa no es privativa para los países, más bien es una invitación a todos los habitantes de la tierra a realizar su aporte individual, a los empresarios los invita a tener una participación activa adaptando los modelos negocios y métodos de producción, así como también que las políticas empresariales se alineen con las metas propuestas (Sachs, 2012; Sanahuja, 2014).

Mirada crítica a la Agenda 2030

Si bien esta Agenda es un aporte importante en la búsqueda de equidad y justicia no se puede perder de vista que es un plan ambicioso que busca abarcar demasiadas problemáticas con una gran cantidad de metas por cumplir, siendo los recursos escasos, principalmente para los países en desarrollo, y al ser adoptados por los estados según las prioridades de cada uno, resulta en la dispersión de esfuerzos (Gusmão Caiado et al., 2018).

Es crítica de la sociedad a los países miembros que la Agenda 2030 se promulgue en favor de la paz, se condena el tráfico de armas y personas, se busca la cooperación política y el diálogo y al día de hoy siguen siendo los conflictos bélicos una forma de resolución de conflictos generando esto todo lo opuesto al espíritu de la Agenda (Gil, 2018), por el contrario miles de personas mueren, la generación de contaminación tanto marítima como del espacio terrestre destruyendo ecosistemas, ciudades completas. En líneas generales la guerra y sus consecuencias marca la mayor incoherencia en relación con los objetivos planteados (Bali Swain, 2018).

En los ODS se ha criticado que numerosos objetivos son pura retórica, que buena parte de las 169 metas serían idealistas y visionarias, junto a problemas muy serios en la viabilidad de los indicadores aprobados (Gil, 2018), la dificultad para medir el progreso y evaluación ya que los indicadores pueden ser poco confiables y comparables entre los diferentes estados miembros.

No pudiendo negar esta realidad, no hay que dejar de tener los ODS como un norte, entendiendo que existen países con desigualdad de recursos y prioridades políticas, tomar estos objetivos como una herramienta para orientar los esfuerzos a lograr el desarrollo global (Filho et al., 2023).

ODS como estrategia de negocio

Desde un punto de vista objetivo, si bien la agenda 2030 se logra por el consenso de diferentes actores no deja de ser de aplicación macro, porque el contenido de los objetivos apunta a ser aplicados mediante políticas públicas, por lo que el sector privado empresarial, si quiere aportar a tan loable fin, debe buscar la forma de adaptar estos objetivos a la actividad privada (Hamad et al., 2023).

Entre los roles que cumple el sector privado empresarial dentro de la sociedad se puede encontrar el crecimiento económico y creación de puestos de trabajo, innovación y desarrollo e inversión así como también la responsabilidad sobre el impacto que genera su actividad (Cristina Ferreira Caldana et al., 2022).

A raíz de este último punto a finales de siglo XX un grupo empresarial, en el foro de Davos de 1999, establecen Pacto Global para profundizar sobre la responsabilidad social de las corporaciones. Propone 10 principios que pueden resumirse en cuatro bloques: Derechos humanos, Trabajo, Medio ambiente y Anti-corrupción.

Derechos humanos: Principio 1 Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos. Principio 2 No ser cómplice de abusos de los derechos.

Trabajo: Principio 3 Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho de la negociación colectiva. Principio 4 Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio. Principio 5 Abolir cualquier forma de trabajo infantil. Principio 6 Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Medio Ambiente: Principio 7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. Principio 8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor

responsabilidad ambiental. Principio 9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Anticorrupción: Principio 10 Trabajar contra la corrupción en todas las formas incluidas extorsión y soborno. (Naciones Unidas, 2000)

En Argentina Pacto Global es impulsado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en el año 2003. Se trata de la iniciativa de responsabilidad social corporativa más grande del país, con más de 800 participantes, con presencia en 23 provincias. Su objetivo es movilizar al sector empresarial, así como a otros *stakeholders* a comprometerse con 10 principios universales de la ONU y, en consecuencia, embarcarse en el propósito de contribuir a dar solución a los más grandes desafíos del planeta y la humanidad de aquí al 2030 (García Lozano, 2018).

Entendiendo la importancia de que el sector empresarial forme parte del cambio de pensamiento hacia la sostenibilidad y sin olvidar que las empresas tienen como finalidad generar beneficios, la adopción de prácticas sostenibles puede proporcionar a las empresas una ventaja competitiva significativa en el mercado (Brito Bravo et al., 2018). En un entorno empresarial cada vez más consciente y exigente en términos de sostenibilidad, las empresas que demuestran un compromiso real con la sostenibilidad pueden diferenciarse de sus competidores (Fontrodona & Marín, 2019). La mejora de la reputación corporativa es uno de los principales beneficios competitivos de las prácticas sostenibles (Castro Alfaro, 2017,).

Los consumidores y clientes valoran cada vez más las prácticas sostenibles y están dispuestos a apoyar a las empresas que operan de manera responsable (Mora Rodríguez, 2023). Esto se traduce en una mayor lealtad del cliente y en un aumento de

las ventas (Mosquera González, 2023). Además, las empresas sostenibles pueden atraer y retener talento, ya que los empleados prefieren trabajar para organizaciones que se alineen con sus valores personales y que demuestren un compromiso con el bienestar social y ambiental (Vidal-Salazar et al., 2015). La sostenibilidad también puede abrir nuevas oportunidades de negocio y permitir a las empresas acceder a mercados que valoran la responsabilidad ambiental y social (Brito Bravo et al., 2018).

Para lograr este objetivo el SDG Compass brinda una guía de aplicación para orientar a las empresas a alinear sus estrategias de negocio con los objetivos de desarrollo sostenible (Gómez Patiño, 2011). La guía para la acción empresarial en los ODS se desarrolla en 5 pasos:

1 PASO Entendiendo los ODS: Como primer paso, las empresas cuentan con apoyo para familiarizarse con los ODS.

2 PASO Definiendo prioridades: Para aprovechar las oportunidades más importantes de los negocios presentadas por los ODS y poder reducir los riesgos, se alienta a las empresas a que definan sus prioridades, basándose en una evaluación de su impacto tanto positivo como negativo, actual y potencial sobre los ODS en toda su cadena de valor.

3 PASO Estableciendo Objetivos: El establecimiento de objetivos es fundamental para el éxito del negocio y ayuda a promover prioridades compartidas y un mejor desempeño en toda la organización. Mediante la alineación de objetivos de la empresa con los ODS, la alta dirección puede demostrar su compromiso con el desarrollo sostenible.

4 PASO Integrando: Para el logro de los objetivos establecidos, es clave integrar la sostenibilidad dentro de la actividad principal y la gobernanza de las empresas, así como la incorporación de metas de desarrollo sostenible en todas las funciones de la empresa. Para lograr alcanzar objetivos compartidos o para hacer frente a retos sistémicos, las empresas se involucran cada vez más con alianzas a través de la cadena de valor, dentro de su sector o con los gobiernos y organizaciones de la sociedad civil.

5 PASO Reportando y comunicando: Los ODS permiten a las empresas reportar información sobre el desempeño del desarrollo sostenible a través de indicadores comunes y un conjunto de prioridades compartidas. El SDG Compass motiva a las empresas a incorporar los ODS dentro su comunicación y reporte a partes interesadas.

(La Guía Para La Acción Empresarial En Los ODS, n.d.)

Sin que esto deje de representar un desafío constante. Las empresas que integran la sostenibilidad en su estrategia empresarial pueden mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y acceder a nuevos mercados y fuentes de financiamiento (García Lozano, 2018).

CAPITULO 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA (RSE)

Introducción del capítulo

El presente capítulo se realiza con la finalidad de cumplir con el segundo objetivo particular: Identificar y analizar los grupos de interés (*stakeholders*) en el contexto de las empresas constructoras, evaluando su influencia y relevancia en los procesos organizacionales.

En el sector de la construcción, las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) están cada vez más integradas en la gestión estratégica de las empresas, en respuesta a la creciente demanda de operaciones éticas, sostenibles y responsables por parte de la sociedad. Así mismo en un sector como el de la construcción, que afecta profundamente el entorno físico y social en el que opera, la gestión adecuada de las relaciones con los stakeholders es esencial para garantizar que las empresas no solo cumplan con los objetivos comerciales, sino que también contribuyan al bienestar de las comunidades y al desarrollo sostenible.

Concepto y origen de la RSE

La RSE se refiere a la integración voluntaria, por parte de las empresas, de preocupaciones sociales, económicas y ambientales en sus operaciones diarias y en su interacción con sus grupos de interés (Argandoña, 2007). Más allá del cumplimiento legal, la RSE implica que las empresas asuman un papel activo en la mejora de la calidad de vida de la sociedad y el entorno donde operan (Argandoña, 2008).

El concepto de RSE surgió como respuesta a la creciente demanda de que las empresas, además de generar valor económico, contribuyan de manera positiva a la sociedad (Bowen, 1953). Se popularizó a fines del siglo XX cuando se evidenció que las actividades empresariales, especialmente las de grandes corporaciones, generaban no solo beneficios económicos, sino también impactos negativos en el medio ambiente y las comunidades (Castillo Muñoz et al., 2020). Este despertar llevó a la idea de que las empresas tienen la responsabilidad de minimizar sus efectos adversos y maximizar su contribución al desarrollo sostenible (Cristina Ferreira Caldana et al., 2022).

Se puede decir que la RSE se refiere a la integración voluntaria por parte de las empresas de preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones y en su interacción con sus *stakeholders* (Argandoña, 2008). La RSE va más allá del cumplimiento de las obligaciones legales, abarcando acciones que promueven el desarrollo sostenible (Fontrodona & Marín, 2019). Podría decirse que RSE es el conjunto de prácticas y sistemas de gestión que persiguen de forma voluntaria la sostenibilidad económica, social y medioambiental de la empresa y su vinculación con los *stakeholders* que pretenden generar un impacto positivo en el entorno donde opera (Elkington, 2001).

Por contrapartida a las empresas que deciden desarrollar sus actividades bajo la perspectiva de Responsabilidad social obtienen como beneficios la reputación y confianza del mercado, así como también ventajas competitivas ya que al día de hoy se solicita a las empresas estructuras y estrategias sostenibles (Reyno, 2006). Dentro de la misma organización se observa la fidelización y lealtad de los empleados, que genera mayor compromiso en respuesta a la aplicación de estas prácticas (Navarro et al., 2012).

Definición de RSE según organismos internacionales

Naciones Unidas – Pacto Global

El Pacto Global de la ONU (UN Global Compact) define la RSE como el compromiso de las empresas de alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universales en áreas como los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. Este pacto, lanzado en 1999, invita a las empresas a ser agentes de cambio positivo en el mundo, integrando prácticas sostenibles en su día a día (Gómez Patiño, 2011).

Los diez principios del Pacto Global están basados en declaraciones universales de derechos humanos, laborales y ambientales, y se agrupan en cuatro categorías:

Derechos Humanos: Respetar y proteger los derechos humanos reconocidos a nivel internacional.

Normas Laborales: Defender la libertad de asociación, eliminar el trabajo infantil y el trabajo forzoso, y garantizar la no discriminación en el empleo.

Medio Ambiente: Apoyar un enfoque preventivo para abordar los desafíos ambientales y fomentar tecnologías limpias.

Anticorrupción: Combatir la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Esta visión de la RSE refleja que las empresas tienen no solo la responsabilidad de evitar causar daño, sino también la oportunidad de contribuir al desarrollo sostenible global mediante su influencia en las comunidades y el medio ambiente (Gómez Patiño, 2011).

Organización Internacional de Normalización (ISO) – ISO 26000

La ISO 26000, emitida por la ISO, proporciona una guía globalmente aceptada para la RSE, destacando que la misma implica un comportamiento ético y transparente que contribuye al desarrollo sostenible, al bienestar de la sociedad y la protección del medio ambiente. Esta norma subraya siete áreas clave en las que las empresas deben centrar su RSE:

Gobernanza organizacional: La gestión ética y transparente de las empresas.

Derechos humanos: Respetar y promover los derechos humanos dentro y fuera de la empresa.

Prácticas laborales: Condiciones laborales justas y seguras.

Medio ambiente: Gestión ambiental responsable.

Prácticas justas de operación: Anti-corrupción y comportamiento ético.

Asuntos de consumidores: Protección y responsabilidad frente a los consumidores.

Participación activa en la comunidad: Contribución al desarrollo local.

ISO 26000 establece que las empresas, independientemente de su tamaño o ubicación geográfica, tienen la responsabilidad de integrar estos principios en sus operaciones para generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

Foro Económico Mundial (WEF)

El Foro Económico Mundial ha desarrollado una visión integrada de la RSE que combina la sostenibilidad empresarial con la necesidad de crear valor compartido. Según el WEF, la RSE debe ir más allá del cumplimiento regulatorio y la filantropía, promoviendo un modelo en el que las empresas se conviertan en motores de cambio social positivo al integrar los ODS en su estrategia.

El WEF también resalta la importancia de la creación de valor compartido, un concepto desarrollado por Michael Porter, que propone que las empresas pueden aumentar su competitividad al mismo tiempo que abordan los desafíos sociales y ambientales (Porter et al., 2011). Esta visión implica que el éxito a largo plazo de las empresas está estrechamente vinculado con el bienestar de las comunidades en las que operan.

Comisión Europea

La Comisión Europea define la RSE como "la responsabilidad de las empresas por sus impactos en la sociedad". Esta definición subraya la importancia de que las empresas incorporen preocupaciones sociales, éticas, ambientales y de derechos humanos en su modelo de negocio y en su relación con los *stakeholders*, más allá de los requisitos legales.

La Estrategia Europea 2021-2027 sobre la RSE busca fomentar que las empresas asuman un rol activo en la consecución de los ODS, especialmente en áreas como el cambio climático, la igualdad de género y la justicia social. El enfoque europeo se basa en la idea de que las empresas no solo deben generar beneficios económicos, sino que también deben contribuir a la cohesión social y a la protección ambiental.

Global Reporting Initiative (GRI)

La Global Reporting Initiative (GRI) es una de las organizaciones más influyentes en el ámbito de la sostenibilidad y la RSE. GRI proporciona un marco para que las empresas reporten su desempeño en sostenibilidad de manera transparente y comparable. Según GRI, la RSE implica que las empresas deben rendir cuentas sobre

su impacto ambiental, social y económico, y deben hacerlo utilizando criterios verificables que permitan a las partes interesadas medir su progreso hacia un desarrollo sostenible.

El GRI Standards, el conjunto de normas de GRI, es una de las herramientas más utilizadas para la elaboración de informes de sostenibilidad a nivel global. Estos informes permiten a las empresas evaluar y comunicar cómo su desempeño en áreas como el clima, los derechos laborales, la ética empresarial y la gestión de recursos naturales está alineado con los principios de sostenibilidad.

Evolución de la RSE: Escuelas y Principales Exponentes

Uno de los primeros hitos en la historia de la RSE fue la creación del Pacto Global de las Naciones Unidas en 1999, una iniciativa que instaba a las empresas a alinear sus estrategias y operaciones con principios universales en áreas como derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Desde entonces, la RSE ha evolucionado y ha sido adoptada por empresas de todos los tamaños, ya que se ha convertido en una parte integral de la estrategia empresarial moderna.

Durante años se desarrolló una visión filantrópica sobre cómo las empresas debían ser responsables con la sociedad en que participaban. Planteando que en el momento en que una empresa tuviera ganancias correspondía distribuir parte de esta entre los diferentes grupos de interés de la sociedad (ong, hospitales, colegios, bomberos, etc.).

Bajo esta mirada de la RSE, la preocupación principal estaba basada en la distribución de recursos cuando las empresas obtenían utilidades y no en lo responsable

que son las empresas durante el desarrollo de su negocio (Lindgreen & Swaen, 2010; Vives & Peinado-Vara Editores, 2011).

Esta visión sobre el aporte extra que debían realizar las empresas a la sociedad muta en el tiempo hasta llegar al concepto o teorías de RSE, analizando este cambio con una mirada holística, adquiriendo un compromiso ético y de desarrollo económico buscando mejorar la calidad de vida de todos los grupos de interés más allá del interés de la empresa y por sobre el cumplimiento de la ley. (Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008). A continuación se muestra su evolución:

Orígenes de la RSE: La Filantropía Corporativa (siglo XIX - principios del siglo XX)

La filantropía corporativa es uno de los primeros antecedentes de la RSE. A lo largo del siglo XIX, empresarios como Andrew Carnegie y John D. Rockefeller donaron parte de sus fortunas para mejorar las condiciones de vida en sus comunidades. Este modelo, aunque generoso, no formaba parte de la estrategia de negocio ni estaba relacionado con el impacto ambiental o social de las operaciones empresariales. La filantropía corporativa se limitaba a actos de caridad, desvinculados de una mayor responsabilidad con el entorno (Garriga & Melé, 2004).

Sin embargo, este enfoque fue pronto criticado por su falta de conexión con las prácticas comerciales responsables, lo que llevó al desarrollo de nuevos conceptos de RSE, más integrados con el núcleo del negocio (Garriga & Melé, 2004).

La Escuela de la RSE Moderna: Howard Bowen y el Enfoque Ético (década de 1950)

El Dr. Howard Bowen, conocido como el "padre de la RSE", fue uno de los primeros teóricos en formalizar el concepto de RSE. En su libro de 1953 titulado "*Social Responsibilities of the Businessman*", Bowen argumentó que las empresas tienen una responsabilidad moral y ética hacia la sociedad. Propuso que los empresarios deben considerar los efectos de sus decisiones sobre el bienestar de la sociedad en general (Bowen, 1953).

Bowen introdujo la idea de que las corporaciones no pueden enfocarse únicamente en maximizar las ganancias a corto plazo, sino que deben actuar de manera ética para preservar los intereses de las futuras generaciones (Bowen, 1953). Este fue un hito importante en la evolución de la RSE, ya que estableció las bases de un enfoque más ético y holístico de la gestión empresarial (Garriga & Melé, 2004).

La Escuela Clásica: Milton Friedman y la Maximización del Beneficio (década de 1970)

En los años 70, el economista Milton Friedman adoptó una postura opuesta, proponiendo que la única responsabilidad de las empresas era maximizar las ganancias para los accionistas. Según Friedman (1970), cualquier inversión en actividades sociales o ambientales que no estuviera directamente vinculada al beneficio económico era una violación del contrato con los accionistas.

Friedman sostuvo que, siempre que las empresas actúen dentro de los límites de la ley, no tienen la obligación de asumir responsabilidades sociales o ambientales (Friedman, 1970). Este enfoque, conocido como la escuela clásica, redujo la responsabilidad social a un simple cumplimiento de la legalidad y la maximización del retorno económico (Garriga & Melé, 2004).

La Escuela de los *Stakeholders*: Edward Freeman (década de 1980)

A mediados de los años 80, Edward Freeman introdujo la teoría de los *stakeholders*, que ampliaba el enfoque de la RSE al sugerir que las empresas deben tener en cuenta los intereses de todos sus grupos de interés (*stakeholders*), no sólo de los accionistas. Freeman argumentó que las empresas sólo podían ser exitosas a largo plazo si satisfacían las expectativas de empleados, clientes, proveedores, gobiernos y comunidades locales (Freeman, 1994).

Este enfoque promovió una visión más inclusiva de la empresa, en la que la ética y la gestión responsable son claves para la sostenibilidad empresarial (Freeman, 1984). La teoría de Freeman fue fundamental para que las empresas comenzarán a integrar las preocupaciones sociales y ambientales en sus estrategias (Garriga & Melé, 2004).

Archie B. Carroll desarrolló su modelo de la Pirámide de la RSE en 1991, en un contexto en el que la RSE estaba ganando relevancia tanto en la academia como en el mundo empresarial. Durante las décadas de los años 70 y 80, las discusiones sobre el papel de las empresas en la sociedad comenzaron a expandirse más allá de la simple maximización de las ganancias, influenciadas por crecientes expectativas sociales y por un mayor enfoque en los derechos humanos, la sostenibilidad y la ética empresarial. Carroll, en su artículo titulado "*The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*" publicado en *Business Horizons*, sintetizó estas ideas en un modelo que integraba aspectos económicos, legales, éticos y filantrópicos, dándole una estructura clara a las responsabilidades que una empresa debe considerar. Este enfoque marcó un punto de inflexión en la conceptualización de la

RSE, guiando a las empresas hacia una comprensión más amplia de su impacto en la sociedad y su entorno (Carroll, 1979).

Bernardo Kliksberg y el Enfoque Social de la RSE (década de 1990 - actualidad)

El economista y sociólogo Bernardo Kliksberg, conocido como uno de los pioneros de la RSE en América Latina, ha sido un defensor del rol transformador de las empresas en la lucha contra la pobreza y la desigualdad. Kliksberg sostiene que las empresas deben ser agentes de cambio social y que su responsabilidad va más allá de cumplir la ley o mejorar la imagen corporativa. Su obra destaca la importancia de la RSE en la gestión ética, el combate de la corrupción, y el impulso de iniciativas para el desarrollo social (Kliksberg, 2010).

Kliksberg también ha insistido en que las empresas deben asumir una responsabilidad proactiva en la construcción de sociedades más justas y equitativas, abogando por un modelo empresarial que sea capaz de generar valor económico mientras combate los problemas sociales más acuciantes, como la pobreza, la exclusión y la degradación ambiental (Kliksberg, 2004).

Antonio Argandoña y la Integración Ética de la RSE (década de 1990 - actualidad)

Antonio Argandoña, catedrático de Economía y Ética de la Empresa, ha hecho importantes contribuciones a la teoría de la RSE, enfatizando la relación entre ética y economía en la gestión empresarial (Argandoña, 2007). Según Argandoña, la RSE no puede ser vista únicamente como una herramienta para mejorar la imagen de la empresa, sino que debe estar integrada en el corazón de la estrategia empresarial (Argandoña, 2008).

Argandoña ha defendido que la ética empresarial es el fundamento de una RSE auténtica, ya que las empresas no solo tienen que cumplir con la ley y las expectativas sociales, sino que también deben actuar de manera justa y respetuosa hacia todos sus *stakeholders* (Argandoña, 1998). Además, destaca que las empresas deben ser responsables no solo por las acciones que realizan, sino también por los impactos indirectos que generan en la sociedad y el medio ambiente (Argandoña & Antonio, 2013).

La Escuela de Creación de Valor Compartido: Michael Porter y Mark Kramer (década de 2000 - actualidad)

Con el inicio del siglo XXI, Michael Porter y Mark Kramer desarrollaron el concepto de creación de valor compartido, que postula que las empresas pueden mejorar su competitividad al tiempo que resuelven problemas sociales y ambientales (Porter et al., 2011). Este enfoque propone que las empresas no solo deben cumplir con sus responsabilidades éticas, sino que pueden crear nuevas oportunidades de negocio al abordar cuestiones como el cambio climático, la pobreza o la salud pública (Dess et al., 2005).

Porter y Kramer argumentan que la integración de la sostenibilidad y la responsabilidad social en el modelo de negocio puede mejorar tanto la rentabilidad de las empresas como el bienestar de la sociedad (Garriga & Melé, 2004).

La RSE en la Actualidad: Sostenibilidad y los ODS

Hoy en día, la RSE se ha alineado con los ODS establecidos por la ONU en 2015. Las empresas están llamadas a ser agentes clave para alcanzar estos 17 objetivos, que incluyen erradicar la pobreza, promover la igualdad de género, y combatir el cambio climático (Fontrodona & Marín, 2019). Este marco global ha impulsado la transformación

de la RSE en una estrategia empresarial más integral, donde las empresas se ven como actores fundamentales en la sostenibilidad global (Cristina Ferreira Caldana et al., 2022).

La normativa internacional, como la ISO 26000, y los estándares de informes como el Global Reporting Initiative (GRI), proporcionan guías claras para que las empresas midan y reporten su impacto social y ambiental. La RSE, hoy más que nunca, está vinculada a la gestión ética, la transparencia y la sostenibilidad.

Dimensiones de la RSE

La RSE se fundamenta en tres grandes dimensiones que cubren los aspectos esenciales del impacto que las empresas tienen en la sociedad y el entorno en el que operan: social, económica y ambiental (Elkington, 2001). Estas dimensiones son interdependientes y se refuerzan entre sí, formando la base de lo que hoy se denomina el triple impacto o triple bottom line, que sostiene que el éxito de una empresa no debe medirse únicamente por su rentabilidad económica, sino también por su contribución al bienestar social y la sostenibilidad ambiental (Elkington, 1998).

La Responsabilidad Social Corporativa abarca 3 dimensiones: ambiental, social y económica. Estas interactúan entre sí para ofrecer una visión completa del impacto positivo que generan en la sociedad como en el medio ambiente (Lozano & Barreiro-Gen, 2023).

Destacar estas tres dimensiones es esencial para entender la intrínseca relación entre los ODS, pacto global y la RSE, pues a nivel empresarial se desarrolló una visión de sostenibilidad, que fue adoptada al momento de celebrarse el Pacto mundial de la ONU para el sector privado, mientras se desarrollaban los ODM y luego la Agenda 2030 para el sector público (Sachs, 2012; Stafford-Smith et al., 2017).

Dimensión social de la RSE

La dimensión social de la RSE se refiere al compromiso de las empresas con el bienestar de las personas y las comunidades. En esta dimensión, las empresas asumen la responsabilidad de cómo sus operaciones afectan a sus empleados, clientes, proveedores y a la sociedad en general (Chinchilla, 2007). El enfoque no es solo cumplir con las leyes y regulaciones vigentes, sino ir más allá al adoptar prácticas que promuevan la justicia social, los derechos humanos, la igualdad y la inclusión (Huerta-Estévez et al., 2021).

Principales aspectos de la dimensión social:

Condiciones laborales justas: La RSE social implica garantizar condiciones de trabajo dignas y seguras para todos los empleados (Fernandez-Maldonado Mujica, 2010). Esto incluye el pago de salarios justos, asegurar la seguridad y salud en el trabajo, y el respeto de los derechos laborales, como la libertad sindical y el derecho a la negociación colectiva.

Igualdad de oportunidades: Las empresas deben promover la diversidad y la igualdad de oportunidades, combatiendo cualquier forma de discriminación por género, raza, religión, orientación sexual o discapacidad (Chinchilla et al., 2003). La inclusión de grupos vulnerables y sub representados es clave para una RSE socialmente responsable (Orcasita et al., n.d.).

Capacitación y desarrollo: En esta dimensión, las empresas también asumen el compromiso de fomentar el desarrollo profesional de sus empleados, proporcionando oportunidades de capacitación y crecimiento. Esto no solo mejora las habilidades del personal, sino que también aumenta la motivación y la productividad (Tanoira, 2007).

Contribución al desarrollo comunitario: Las empresas deben contribuir al bienestar de las comunidades en las que operan (Mateus-Moreno et al., 2019). Esto incluye invertir en proyectos comunitarios, apoyar la educación, mejorar la infraestructura local y fomentar el desarrollo económico. El voluntariado corporativo y las alianzas con ONG y gobiernos locales son formas de involucrarse en el desarrollo social (Mateus-Moreno et al., 2019).

Respeto por los derechos humanos: Las empresas socialmente responsables respetan los derechos humanos en todas sus actividades, tanto dentro como fuera de sus operaciones directas. Esto es especialmente relevante en las cadenas de suministro globales, donde las empresas deben asegurarse de que sus proveedores también cumplan con las normas laborales y de derechos humanos (Rodríguez Cruz et al., 2019).

Ejemplo:

Un ejemplo de cómo las empresas pueden contribuir a la dimensión social de la RSE es el caso de las compañías que adoptan políticas de igualdad de género, promoviendo a mujeres en puestos de liderazgo y desarrollando programas que faciliten la conciliación entre la vida laboral y familiar. Asimismo, las empresas pueden involucrarse en el desarrollo de infraestructuras educativas o sanitarias en las comunidades donde operan.

Dimensión económica de la RSE

La dimensión económica de la RSE se centra en cómo las empresas generan valor económico de manera responsable y sostenible (Saavedra García, 2012). Esto implica no solo la creación de riqueza y empleo, sino hacerlo de una manera que sea

ética, transparente y que contribuya al desarrollo sostenible a largo plazo (Argandoña, 2008). La dimensión económica no se limita a obtener beneficios, sino a generar un impacto positivo que beneficie tanto a la empresa como a la sociedad en su conjunto.

Principales aspectos de la dimensión económica:

Transparencia y ética empresarial: La transparencia en la gestión financiera y la toma de decisiones es esencial para una empresa responsable. Las empresas deben garantizar que sus operaciones económicas sean legales, éticas y transparentes, con un enfoque en la rendición de cuentas hacia sus accionistas y demás *stakeholders* (Saraite-Sariene et al., 2019). Esto incluye combatir la corrupción y evitar cualquier comportamiento fraudulento o anticompetitivo (Ayuso & Mutis, 2010).

Crecimiento económico inclusivo: Las empresas responsables deben buscar un crecimiento que beneficie no solo a los accionistas, sino también a otros grupos de interés, como empleados y proveedores (Argandoña, 1998). El concepto de valor compartido promovido por Michael Porter y Mark Kramer sugiere que las empresas pueden mejorar su competitividad al tiempo que abordan problemas sociales, como la pobreza y la desigualdad, generando así un impacto económico positivo (Porter et al., 2011).

Innovación y sostenibilidad: En el marco de la RSE, las empresas deben impulsar la innovación para generar productos y servicios que no solo generen rentabilidad, sino que también promuevan la sostenibilidad (Sheehy & Farneti, 2021). La inversión en tecnologías limpias y en prácticas eficientes puede reducir los costos y mejorar la reputación de la empresa, mientras se generan beneficios económicos (Le et al., 2024).

Relaciones con proveedores: La dimensión económica de la RSE también abarca el desarrollo de relaciones justas y éticas con los proveedores (Méndez-Beltrán & Peralta-Borray, 2014). Esto implica realizar compras responsables, garantizar el comercio justo y promover condiciones justas de competencia (García-Chiang, 2011).

Ejemplo:

Una empresa que promueve la inclusión financiera es un ejemplo de impacto positivo en la dimensión económica. Al ofrecer servicios financieros a comunidades marginadas o subdesarrolladas, la empresa no solo abre nuevas oportunidades de negocio, sino que también mejora las condiciones de vida y desarrollo de esas comunidades (Le et al., 2024).

Dimensión ambiental de la RSE

La dimensión ambiental de la RSE se refiere al compromiso de las empresas para minimizar el impacto negativo de sus operaciones en el medio ambiente (Ssossé et al., 2021). En esta dimensión, las empresas adoptan políticas y prácticas que promueven la sostenibilidad ambiental, protegiendo los recursos naturales, reduciendo la contaminación y contribuyendo a la lucha contra el cambio climático.

Principales aspectos de la dimensión ambiental:

Reducción de la huella de carbono: Las empresas responsables en términos ambientales buscan reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero mediante el uso de energías limpias, la mejora de la eficiencia energética, y la adopción de tecnologías más sostenibles (Beljansky et al., 2022). La mitigación del cambio climático es un objetivo clave en esta dimensión (Buralli et al., 2018).

Gestión de residuos: La gestión adecuada de los residuos es otro aspecto esencial de la dimensión ambiental (Gudynas, 2000). Las empresas pueden implementar prácticas de reciclaje, reducir el uso de plásticos y otros materiales contaminantes, y adoptar políticas de economía circular para minimizar la generación de residuos y fomentar la reutilización de recursos (Mosquera González, 2023).

Uso sostenible de los recursos: Esta dimensión también implica una gestión sostenible de los recursos naturales, como el agua y la energía. Las empresas responsables aseguran que sus operaciones no agoten los recursos naturales ni perjudiquen los ecosistemas en los que operan. Esto incluye prácticas de conservación, reforestación, y protección de la biodiversidad (Mastrapa Gutiérrez & Sánchez Batista, 2017).

Certificaciones ambientales y regulaciones: Las empresas que adoptan la dimensión ambiental de la RSE también cumplen con las regulaciones ambientales internacionales y nacionales, como las normas ISO 14001, y buscan obtener certificaciones que avalen su compromiso con la sostenibilidad (Portela et al., 2010). Estas certificaciones mejoran la reputación de la empresa y fortalecen su relación con los consumidores (Rodríguez Guerra & Ríos Osorio, 2016).

Desarrollo de productos sostenibles: El diseño y producción de productos sostenibles también es parte de esta dimensión (León et al., 2021). Esto incluye el desarrollo de bienes que consuman menos recursos, tengan un menor impacto ambiental y fomenten un consumo más responsable por parte de los clientes (Buralli et al., 2018).

Ejemplo:

Un ejemplo de la dimensión ambiental es el caso de las empresas que han adoptado prácticas de economía circular, reutilizando materiales en la fabricación de nuevos productos, o que han logrado la neutralidad en carbono mediante la reducción y compensación de sus emisiones a través de la inversión en proyectos de energías renovables o reforestación (León et al., 2021).

El modelo de triple impacto es una estrategia empresarial que no solo se centra en la maximización de los beneficios económicos de los poseedores del capital o inversión, más bien busca la conjunción de los objetivos comerciales con el compromiso medioambiental y el bienestar social (Elkington, 2001).

En la búsqueda de esclarecer el modelo planteado se desarrolló el sistema de empresas B, las cuales poseen características que las diferencian de las empresas tradicionales ya que se comprometen a generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente siendo este el propósito, amplían el deber fiduciario, siendo este un requisito legal, incluyendo no solo intereses financieros, se comprometen con la transparencia de sus operaciones acreditada mediante certificaciones e interdependencia fomentando las relaciones entre los diferentes actores reconociendo que no son entes aislados y forman parte de una comunidad (www.sistemab.org/ser-b/).

Grupos de interés - Teoría de los *Stakeholders*

En el estudio de la Responsabilidad Social es fundamental identificar a los grupos de interés o *stakeholders* donde la organización desarrolla sus actividades. Esta teoría propone que una organización está conformada por un conjunto de actores, o *stakeholders*, que tienen un interés legítimo en ella y que pueden influir o ser influidos por sus decisiones. Este concepto fue introducido por Freeman en 1984, esta teoría

reconoce que el éxito a largo plazo de una empresa depende de la capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas de todos sus *stakeholders*.

Una forma de diferenciar los grupos de interés sería en Internos (propietarios, directivos, empleados, accionistas), y Externos (clientes, proveedores, competidores, administración pública, comunidades locales, medio ambiente). Estos últimos tienen intereses más difusos. A su vez para ser considerado como *stakeholders* debe tener legitimidad, poseer un derecho legítimo a ser considerados en las decisiones de la organización, poder para influir en la empresa e interdependencia ya que los intereses de ambas partes inciden mutuamente.

La importancia de los *stakeholders* en la estrategia empresarial

La teoría de los *stakeholders* sostiene que las empresas deben reconocer y satisfacer las necesidades y expectativas de todos sus grupos de interés, ya que el éxito sostenible de la organización depende de su capacidad para gestionar estas relaciones de manera ética y responsable.

En el contexto de la RSE, los *stakeholders* juegan un papel crucial por las siguientes razones:

Legitimidad y licencia social para operar: las empresas dependen de su entorno social y ambiental para operar (Ruiz Marfil, 2015). Los *stakeholders*, como las comunidades locales, los gobiernos y las organizaciones no gubernamentales, pueden otorgar o retirar la licencia social para operar, es decir, la aceptación y apoyo para que una empresa continúe con sus actividades. Si la empresa ignora las preocupaciones de estos grupos, corre el riesgo de enfrentar conflictos sociales, sanciones regulatorias o boicots, lo que puede afectar negativamente su reputación y rentabilidad.

Creación de valor compartido: involucrar a los *stakeholders* en la toma de decisiones puede generar valor compartido, donde tanto la empresa como sus grupos de interés se beneficien (Porter et al., 2011). Por ejemplo, las iniciativas de sostenibilidad que incluyen a los proveedores en cadenas de valor más responsables o la creación de programas de bienestar para los empleados no solo benefician a estos grupos, sino que también mejoran la productividad, la innovación y la reputación de la empresa.

Gestión del riesgo: los *stakeholders*, especialmente los reguladores y las ONG, pueden ser una fuente importante de riesgos para las empresas, si no se gestionan adecuadamente sus expectativas (Argandoña, 1998). Escuchar y responder a las preocupaciones de estos grupos ayuda a las empresas a anticipar y mitigar riesgos que de otro modo podrían poner en peligro su sostenibilidad. Por ejemplo, los conflictos sociales derivados de malas relaciones con las comunidades locales pueden causar retrasos en proyectos, como ha ocurrido en el sector extractivo.

Mejora de la reputación: la reputación es uno de los activos más valiosos para una empresa (Saraite-Sariene et al., 2019). La relación con los *stakeholders*, si es gestionada de manera responsable, puede mejorar la imagen de la empresa ante el público. Empresas que promueven prácticas responsables y que son transparentes en su trato con los *stakeholders* logran una mejora significativa de su reputación, lo que a su vez puede traducirse en una mayor lealtad de los clientes, un mejor acceso a financiamiento y una ventaja competitiva en el mercado.

Innovación y crecimiento: los *stakeholders*, especialmente los empleados, los proveedores y los clientes, son una fuente crucial de innovación para la empresa (Le et al., 2024). Al colaborar con ellos y comprender sus necesidades y preocupaciones, las

empresas pueden identificar nuevas oportunidades de mercado, mejorar sus productos y servicios, y crear nuevas formas de negocio que contribuyan tanto a su crecimiento como al desarrollo de soluciones sostenibles. Un ejemplo claro es el desarrollo de productos y servicios más ecológicos o el uso eficiente de los recursos energéticos como resultado de la presión de los consumidores y reguladores.

Sostenibilidad a largo plazo: La gestión adecuada de los *stakeholders* permite a las empresas asegurar su sostenibilidad a largo plazo (Chinchilla, 2007). Las empresas que ignoran los intereses de los grupos de interés pueden enfrentar conflictos, pérdida de mercado o sanciones legales, lo que pone en riesgo su viabilidad futura. En cambio, las empresas que integran los intereses de los *stakeholders* en su estrategia empresarial están mejor posicionadas para adaptarse a los cambios sociales, ambientales y económicos, y prosperar en el largo plazo.

Ética y responsabilidad empresarial: Involucrar a los *stakeholders* en la toma de decisiones empresariales refuerza el compromiso ético de la empresa (Argandoña, 2007). La RSE se basa en la premisa de que las empresas tienen una responsabilidad moral hacia sus grupos de interés. Ignorar las expectativas y derechos de los *stakeholders* puede considerarse poco ético, mientras que su inclusión y participación activa asegura que la empresa actúe de manera justa y equitativa.

***Stakeholders* de una Empresa constructora**

Como grupos de interés de una empresa constructora de manera genérica puede establecerse los siguientes:

Propietarios o accionistas tienen un interés directo en su desempeño financiero y, por ende, en las decisiones que se toman.

Directivos a menudo se les considera parte del equipo de gestión, su posición única los sitúa en una intersección entre la dirección y los demás *stakeholders*. Desde el punto de vista de la gestión tienen como implicación la gobernanza para garantizar que los directivos actúen en el mejor interés de la empresa y de todos sus *stakeholders* y la cultura organizacional.

Empleados: Constituyen el grupo de interés de gran valor, ya que va más allá de la ejecución de tareas, aportan sus conocimientos, habilidades y experiencias, lo que representa un activo intangible, como fuente de innovación que impulsa el crecimiento y el logro de metas a largo plazo. En la construcción priman las condiciones de inestabilidad. El personal es incorporado para la ejecución de una obra o tarea dentro de una obra y cesa su relación laboral cuando la tarea para la que fue requerido se termina.

Clientes: Son la razón de ser de cualquier negocio y tienen un interés directo en la calidad de los productos o servicios, la atención al cliente y los precios. Las obras se hacen donde son necesarias o requeridas, y son únicas. En la construcción el cliente suele ser único y conocido para cada obra. La relación es directa y generalmente se establece a través de un contrato.

Proveedores: Suministran los recursos necesarios para la producción y tienen un interés en mantener una relación comercial estable y rentable.

Competidores: Buscan una ventaja competitiva y pueden influir en las estrategias de la empresa a través de la innovación, la fijación de precios y otras tácticas. En la construcción se observan ocasiones donde un competidor se convierte en un socio para lograr objetivos comunes. Estas situaciones se reflejan en uniones transitorias.

Gobiernos: Establecen las regulaciones y leyes, que las empresas deben cumplir y pueden influir en las políticas fiscales y económicas. A su vez dentro del rubro de la construcción y la relación con los gobiernos se encuentran entes reguladores que pueden convertirse en clientes mediante contratos de obra pública.

Comunidades locales: Se ven afectadas por las operaciones de la empresa en términos de empleo, contaminación, desarrollo comunitario y calidad de vida. Así como también beneficiados, ya que dependiendo del tipo de construcción a realizar y reglamentaciones establecidas se encuentran en determinados tipos de obras o urbanizaciones, para ello es requisito planificar espacios comunitarios como plazas, iluminación entre otros.

Medio ambiente: Si bien no posee voz propia, la creciente conciencia sobre la sostenibilidad lo convierten en un actor que las organizaciones deben considerar en sus decisiones, el impacto que la actividad desarrollada genera y acciones extra para favorecer las prácticas de sostenibilidad.

Esta caracterización de grupos de interés internos y externos favorece a las organizaciones para poder dirigir las acciones de Responsabilidad Social de una forma asertiva y eficaz.

Implementación de la RSE: Gestión

La implementación de la RSE es un proceso estratégico y gradual que requiere el compromiso de toda la organización. El enfoque de la RSE varía según el tamaño, la industria y los valores de cada empresa, pero en general, sigue una serie de pasos clave

que aseguran su integración efectiva en la estrategia empresarial. A continuación, se describen las fases generales del proceso de implementación de la RSE.

Compromiso de la Alta Dirección

El primer paso para implementar la RSE, es asegurar el compromiso de la alta dirección (Gustavo Mutis, 2018). La gerencia y los líderes empresariales deben estar plenamente comprometidos con la adopción de prácticas de RSE y actuar como promotores del cambio. Este compromiso es crucial, ya que establece el tono para toda la organización y garantiza que los recursos necesarios estén disponibles para la implementación.

Uno de los elementos clave para el compromiso de la alta dirección en la implementación de la RSE es el desarrollo de una misión corporativa que esté alineada con los principios y objetivos de la RSE (Drucker, 1954). La misión de una empresa es la declaración que define su propósito fundamental, es decir, el motivo de su existencia y las metas que busca alcanzar. En el contexto de la RSE, la misión no solo debe enfocarse en la rentabilidad y el éxito comercial, sino también en el impacto positivo que la empresa tiene en la sociedad, el medio ambiente y los diferentes *stakeholders* (Drucker, 1984).

Misión Corporativa y RSE

Una misión alineada con la RSE refleja el compromiso de la empresa con la sostenibilidad, la ética y el bienestar social (Alegre & Berbegal-Mirabent, 2017). Este compromiso debe estar presente desde la formulación de la misión, incorporando valores como la integridad, la transparencia, el respeto a los derechos humanos y el cuidado del medio ambiente (Drucker, 1954).

Cuando la misión de la empresa está alineada con la RSE, envía un mensaje claro a todos los *stakeholders* (empleados, clientes, accionistas, proveedores, comunidad y gobiernos) de que la empresa no solo está interesada en maximizar el valor económico, sino también en contribuir al bienestar de la sociedad y a la protección del entorno (Alegre & Berbegal-Mirabent, 2017). Esta alineación es fundamental para garantizar que las iniciativas de RSE no se perciban como meras actividades complementarias o de marketing, sino como una parte esencial del propósito de la organización.

Componentes de una Misión Alineada a la RSE

Al desarrollar una misión alineada con la RSE (Alegre & Berbegal-Mirabent, 2017), la alta dirección debe considerar varios componentes clave que reflejen el compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social:

Propósito social y ambiental: la misión debe expresar claramente el compromiso de la empresa con la sociedad y el medio ambiente. Esto puede incluir aspectos como la reducción del impacto ambiental, el fomento de la inclusión social, la mejora de la calidad de vida de las comunidades, o el desarrollo de productos y servicios sostenibles.

Valores éticos: La misión debe incorporar los valores éticos que guiarán la conducta de la empresa en sus interacciones con los *stakeholders*. Estos valores incluyen la integridad, la equidad, la transparencia, y el respeto por los derechos humanos.

Enfoque a largo plazo: una misión alineada con la RSE debe reflejar un enfoque a largo plazo, en lugar de una visión centrada únicamente en la obtención de beneficios a corto plazo. Esto significa que la empresa se compromete a generar un impacto positivo y sostenible que beneficie a futuras generaciones, no solo a los accionistas actuales.

Integración con los ODS: si bien no todas las empresas mencionan explícitamente los ODS en su misión, alinear los valores corporativos con los ODS es una práctica creciente. Por ejemplo, las empresas pueden destacar en su misión la erradicación de la pobreza, la promoción de la igualdad de género, o el combate del cambio climático, integrando estos objetivos globales en su modelo de negocio.

Evaluación del Impacto Actual

Antes de desarrollar un plan de RSE, es importante realizar una evaluación del impacto actual de la empresa en las áreas social, económica y ambiental (Lozano & Barreiro-Gen, 2023). Este diagnóstico permite identificar las áreas en las que la empresa ya está desempeñando un papel positivo y aquellas donde se pueden hacer mejoras. También ayuda a comprender las expectativas y necesidades de los *stakeholders*.

Identificación de los *Stakeholders*

Una empresa debe identificar a sus *stakeholders* clave (empleados, clientes, proveedores, comunidades locales, gobiernos, entre otros) y comprender sus expectativas. La participación de los *stakeholders* es fundamental, ya que sus intereses y preocupaciones ayudarán a definir las áreas prioritarias de la RSE. Además, mantener una comunicación continua con los grupos de interés refuerza la transparencia y la confianza.

La identificación de los *stakeholders* es un paso esencial en la implementación de la RSE, ya que permite a la empresa comprender quiénes son los grupos de interés afectados por sus actividades y cómo pueden influir o ser influenciados por la organización. Los *stakeholders* no son solo los accionistas o clientes de una empresa, sino que incluyen una amplia gama de individuos y grupos que tienen un interés legítimo

en las operaciones de la organización. Estos grupos pueden variar desde empleados y proveedores, hasta comunidades locales, gobiernos y ONG.

La correcta identificación y participación de los *stakeholders* es clave para garantizar que las políticas y estrategias de RSE reflejen las expectativas y preocupaciones de todos los involucrados. Esto ayuda a las empresas a anticipar riesgos, generar valor compartido y construir relaciones de confianza con sus partes interesadas.

Principales *Stakeholders* en una Empresa

Los *stakeholders* de una empresa pueden dividirse en dos grandes categorías: internos y externos.

a. *Stakeholders* Internos

Estos son los grupos de interés que tienen una relación directa y activa con la empresa:

Accionistas o propietarios: Son los inversores que esperan un retorno de su inversión. Están interesados en la rentabilidad financiera de la empresa, pero cada vez más se interesan en su desempeño social y ambiental, ya que los criterios de inversión sostenible están ganando relevancia en los mercados financieros.

Empleados: Constituyen uno de los *stakeholders* más importantes. Los empleados tienen un interés directo en las condiciones laborales, el salario, la seguridad en el trabajo, las oportunidades de desarrollo profesional y la estabilidad de sus empleos. Además, los empleados desempeñan un papel crucial en la implementación de las prácticas de RSE.

Directivos y líderes empresariales: Son responsables de tomar decisiones estratégicas y operativas. Tienen un interés tanto en el éxito económico de la empresa como en su reputación y sostenibilidad a largo plazo. Los directivos también son clave para promover la cultura de RSE dentro de la organización.

b. *Stakeholders* Externos

Estos grupos no forman parte directa de la empresa, pero son impactados por sus actividades o pueden influir en sus decisiones.

Clientes: Son los usuarios de los productos o servicios de la empresa. Tienen un interés en la calidad, el precio y la responsabilidad de los productos que consumen. Además, cada vez más consumidores demandan productos y servicios sostenibles y éticamente producidos, lo que hace que las prácticas de RSE sean cruciales para atraer y retener a los clientes.

Proveedores: Son las empresas o individuos que suministran bienes y servicios a la organización. Los proveedores están interesados en mantener relaciones comerciales justas y de largo plazo. Las empresas responsables buscan establecer cadenas de suministro éticas, que incluyan criterios como el respeto a los derechos laborales y la sostenibilidad ambiental.

Comunidades locales: Las comunidades cercanas a las operaciones de la empresa son uno de los *stakeholders* más importantes, ya que pueden verse directamente afectadas por las actividades de la empresa. Las comunidades están interesadas en la creación de empleo, el desarrollo económico local y el impacto ambiental de las actividades empresariales.

Gobiernos y reguladores: Los gobiernos, tanto locales como nacionales, son responsables de la creación de marcos regulatorios que las empresas deben seguir. Están interesados en que las empresas cumplan con las leyes laborales, fiscales, ambientales y de derechos humanos. Además, los gobiernos pueden actuar como socios para desarrollar iniciativas conjuntas de RSE que beneficien a la sociedad.

ONG: Las ONG representan intereses sociales, ambientales y éticos que pueden no estar representados directamente en los grupos anteriores. Las ONG suelen actuar como vigilantes de las actividades empresariales y están interesadas en el cumplimiento de estándares éticos y en la protección del medio ambiente.

Comprensión de las Expectativas de los *Stakeholders*

Una vez que los *stakeholders* han sido identificados, es esencial que la empresa comprenda cuáles son sus expectativas y cómo estas pueden influir en la estrategia de RSE. Las expectativas de los *stakeholders* pueden variar considerablemente entre grupos, y no siempre serán congruentes. Por ejemplo:

1. Los empleados esperan condiciones de trabajo justas y oportunidades de desarrollo profesional.
2. Los clientes buscan productos de alta calidad y a precios competitivos, pero también pueden estar preocupados por el impacto ambiental de los productos que consumen.
3. Los accionistas buscan un buen retorno de inversión, pero en muchos casos también demandan que la empresa sea responsable desde el punto de vista ambiental y social.

4. Las comunidades locales desean que las empresas contribuyan al bienestar de su entorno, creando empleo y minimizando los impactos negativos, como la contaminación.

Para comprender estas expectativas, las empresas pueden recurrir a herramientas como encuestas, reuniones con grupos de interés y diálogos estructurados con los *stakeholders*. Este proceso, conocido como participación de los *stakeholders*, permite a las empresas obtener información valiosa para diseñar e implementar sus políticas de RSE.

Importancia de la Participación de los *Stakeholders* en la RSE

La participación activa de los *stakeholders* es fundamental para garantizar que las iniciativas de RSE sean relevantes y respondan a las verdaderas preocupaciones de los grupos de interés. Además, la participación de los *stakeholders* refuerza la transparencia y la confianza, lo que es esencial para el éxito a largo plazo de la RSE. Algunas de las razones clave para involucrar a los *stakeholders* son:

Definición de prioridades: las empresas tienen recursos limitados y no pueden abordar todas las áreas de la RSE al mismo tiempo. Los *stakeholders* ayudan a identificar cuáles son las áreas más urgentes y relevantes para la organización. Por ejemplo, si las comunidades locales están particularmente afectadas por la contaminación, la empresa puede priorizar políticas de reducción de emisiones.

Gestión de riesgos: la participación de los *stakeholders* también permite identificar y gestionar los riesgos que la empresa podría enfrentar en relación con su responsabilidad social. Al escuchar las preocupaciones de los *stakeholders*, la empresa

puede tomar medidas preventivas para evitar conflictos sociales, sanciones regulatorias o daño a su reputación.

Creación de valor compartido: al trabajar en colaboración con los *stakeholders*, las empresas pueden generar valor compartido, lo que significa que tanto la empresa como los grupos de interés se benefician. Un ejemplo es el desarrollo de productos sostenibles que satisfagan las expectativas de los consumidores, mientras reducen el impacto ambiental de la empresa.

Mejora de la reputación: Las empresas que involucran a sus *stakeholders* de manera transparente y constante mejoran su reputación y fortalecen las relaciones a largo plazo. Esta reputación positiva no solo atrae a clientes y socios, sino que también puede generar fidelidad y confianza entre los empleados y proveedores.

MATRIZ DE MATERIALIDAD: Herramienta Clave para la RSE

La matriz de materialidad es una herramienta fundamental utilizada en la RSE y en la elaboración de informes de sostenibilidad. Permite a las empresas identificar y priorizar los temas más relevantes o "materiales" para sus operaciones, así como aquellos que tienen un impacto significativo en sus *stakeholders*. En otras palabras, ayuda a determinar cuáles son los asuntos críticos que la empresa debe gestionar y comunicar, tanto desde la perspectiva interna como externa.

La materialidad se refiere a la importancia relativa de un tema en función de su impacto en el desempeño financiero, social, ambiental y ético de la empresa, así como en las expectativas de los *stakeholders*. La matriz de materialidad es clave para enfocar los esfuerzos de sostenibilidad y RSE en aquellos temas que son realmente críticos para

el éxito a largo plazo de la empresa y para cumplir con las expectativas de los grupos de interés. La matriz de materialidad es un gráfico que permite representar y clasificar los temas materiales de una empresa en función de dos dimensiones principales:

Importancia para los *stakeholders*: este eje refleja cómo los diferentes grupos de interés perciben la relevancia de un tema específico. Los *stakeholders* pueden incluir empleados, clientes, proveedores, accionistas, comunidades locales, gobiernos y ONGs.

Impacto en la empresa: este eje representa el grado en que un tema afecta o podría afectar al desempeño de la empresa, ya sea desde el punto de vista financiero, reputacional, operativo o regulatorio.

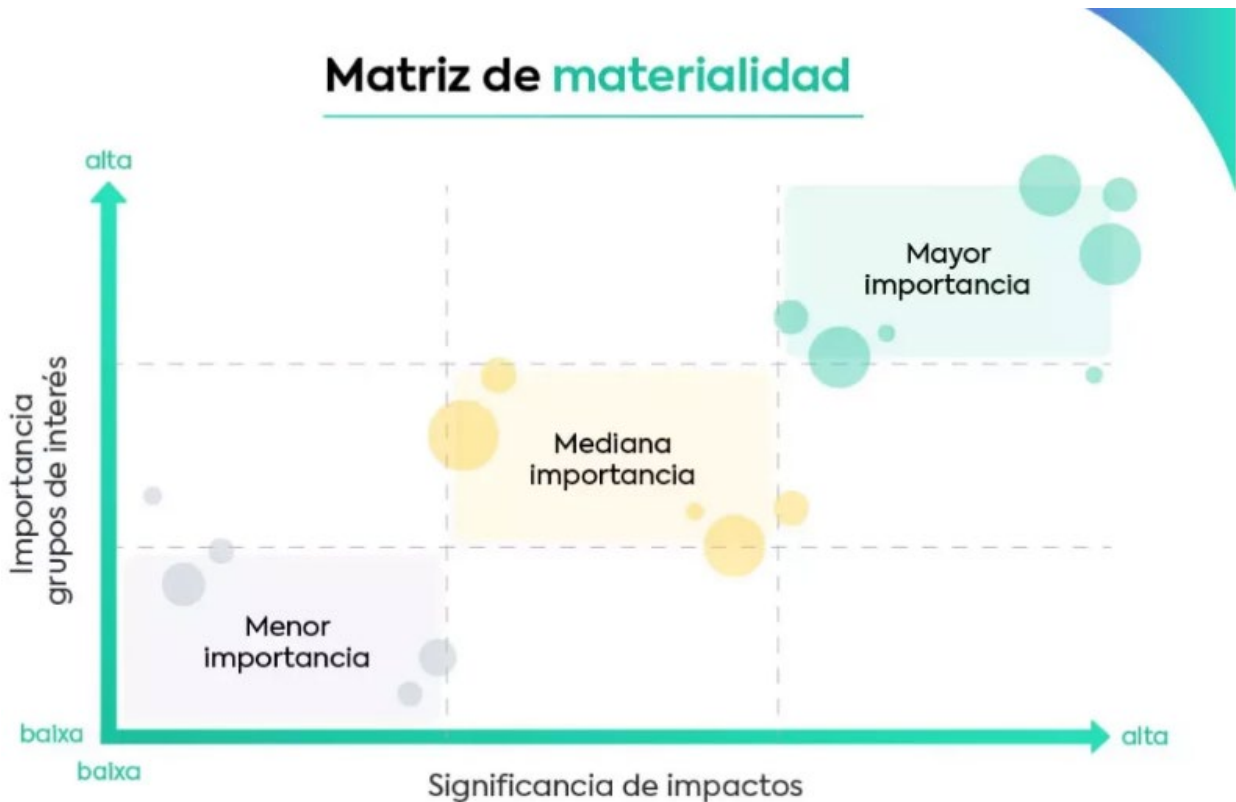
Los temas que se ubican en la parte superior derecha de la matriz son los más importantes, ya que son aquellos que tienen un alto impacto tanto en los *stakeholders* como en la empresa. Estos son los temas que deben priorizarse en la estrategia de sostenibilidad y RSE de la organización.

Figura 1 Ejemplo de Matriz de Mapeo de Materialidad

MATRIZ DE MAPEO DE PÚBLICOS DE INTERÉS.				
PÚBLICOS DE INTERÉS Y PONDERACIÓN DE IMPACTO			EXPECTATIVAS (FUNDAMENTO PARA LA CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO)	
N°	PÚBLICO DE INTERÉS	IMPACTO (ALTO / MEDIO/ BAJO)	OPORTUNIDADES	RIESGOS
1				
2				

Fuente: apuntes del IARSE

Figura 2 Ejemplo grafico de Matriz de Materialidad:



Fuente: <https://welcome.atlasgov.com/es/blog/esg/matriz-de-materialidad-esg/>

Pasos para elaborar una matriz de materialidad

El proceso de elaboración de una matriz de materialidad implica varias etapas clave:

1. Identificación de los temas relevantes

El primer paso es identificar una lista de temas relevantes que podrían tener un impacto significativo en la empresa y en sus *stakeholders*. Estos temas pueden surgir de diversas fuentes, como:

Normativas y regulaciones aplicables al sector.

Tendencias globales en sostenibilidad y responsabilidad social.

ODS.

Retroalimentación de los *stakeholders*, como empleados, clientes y comunidades locales.

Evaluación de riesgos económicos, sociales y ambientales.

Los temas relevantes pueden variar dependiendo del sector en el que opere la empresa. Por ejemplo, para una empresa minera, temas como la gestión del agua y la biodiversidad podrían ser materiales, mientras que para una empresa tecnológica, la ciberseguridad y la privacidad de los datos podrían ser prioritarios.

2. Consulta con los *stakeholders*

Una vez identificados los temas, la empresa debe consultar a sus *stakeholders* para entender cómo valoran y priorizan cada uno de estos temas. Esta consulta puede realizarse a través de encuestas, entrevistas, talleres, reuniones o diálogos estructurados. Es crucial que se recojan opiniones de todos los grupos de interés clave para obtener una visión equilibrada.

3. Evaluación interna de los temas

Paralelamente, la empresa debe evaluar internamente cómo cada uno de los temas impacta en su estrategia, operaciones, reputación y desempeño financiero. Para esta evaluación interna, se pueden utilizar herramientas como el análisis de riesgos, evaluaciones de impacto ambiental y social, y discusiones con los equipos de liderazgo.

4. Construcción de la matriz

Una vez recogida la información de los *stakeholders* y la evaluación interna, se construye la matriz de materialidad. En esta matriz:

El eje vertical representa la importancia de un punto focal, pueden ser los *stakeholders*, basada en los resultados obtenidos de las consultas con los grupos de

interés, los ODS según el aporte que pueda realizar la empresa con base a las necesidades identificadas.

El eje horizontal refleja el impacto en la empresa, según la evaluación interna.

Los temas que se posicionan en la parte superior derecha son aquellos que tienen una alta importancia tanto para la empresa como para los *stakeholders*, y por lo tanto, deben ser priorizados en la estrategia de RSE y sostenibilidad.

5. Revisión y validación

La matriz de materialidad debe ser revisada y validada por la alta dirección de la empresa para asegurarse de que los temas prioritarios están alineados con la estrategia corporativa general. También es importante que esta herramienta se revise de manera periódica, ya que las prioridades pueden cambiar con el tiempo debido a nuevos desafíos o cambios en el entorno.

Importancia de la Matriz de Materialidad en la RSE

La matriz de materialidad proporciona varios beneficios clave para las empresas que buscan implementar estrategias de RSE efectivas y sostenibles:

1. Enfoque estratégico: permite a la empresa centrar sus esfuerzos de RSE y sostenibilidad en los temas que son más relevantes y que tendrán un mayor impacto, evitando dispersar recursos en áreas que no son prioritarias.
2. Toma de decisiones informada: al basar la estrategia en una consulta exhaustiva con los *stakeholders* y en un análisis interno, la empresa puede tomar decisiones mejor informadas que reflejen las expectativas del entorno y los riesgos a los que está expuesta.

3. Mejora de la reputación y confianza: la identificación y priorización de los temas materiales refuerza la transparencia y la rendición de cuentas. Al centrarse en los temas que realmente importan a sus *stakeholders*, la empresa puede mejorar su reputación y fortalecer la confianza con los grupos de interés.
4. Cumplimiento normativo: la matriz de materialidad ayuda a las empresas a mantenerse alineadas con las normas regulatorias y las expectativas del mercado en cuanto a sostenibilidad, lo que reduce el riesgo de sanciones y multas.
5. Comunicación eficaz: la matriz permite a la empresa comunicar de manera clara y transparente cuáles son sus prioridades en materia de sostenibilidad y RSE, y cómo están abordando estos temas. Esto es especialmente importante en la elaboración de informes de sostenibilidad, como los elaborados bajo los estándares del GRI, que requieren la inclusión de los temas materiales.

Definición de la Estrategia de RSE

Una vez que la empresa ha evaluado su impacto y ha identificado a sus *stakeholders*, el siguiente paso es definir una estrategia de RSE que esté alineada con los valores de la organización y sus objetivos comerciales. Esta estrategia debe integrar las tres dimensiones de la RSE: social, económica y ambiental, y debe estar vinculada con los ODS. La estrategia debe establecer objetivos claros y medibles a corto, mediano y largo plazo.

Integración en la Cultura Organizacional

La RSE debe ser parte integral de la cultura organizacional. Esto implica que todos los empleados, desde la alta dirección hasta el personal operativo, comprendan los valores y prácticas responsables de la empresa. La capacitación y la sensibilización interna sobre la importancia de la RSE son esenciales para asegurar que todos los empleados participen activamente en su implementación.

Desarrollo e Implementación del Plan de Acción

El plan de acción de la RSE debe detallar las iniciativas específicas que la empresa llevará a cabo en las áreas social, económica y ambiental. Esto puede incluir desde la implementación de políticas de igualdad de género y programas de voluntariado corporativo, hasta la adopción de prácticas sostenibles como el reciclaje y la reducción de emisiones de carbono. Es importante que las iniciativas se adapten a las capacidades de la empresa y se implementen de manera gradual.

Medición y Reporte de Resultados

El monitoreo continuo es crucial para medir el impacto de las actividades de RSE. La empresa debe establecer indicadores clave de desempeño (KPIs) para evaluar el progreso hacia los objetivos planteados. Además, la rendición de cuentas es fundamental en el proceso de RSE, por lo que las empresas deben comunicar sus logros y desafíos a través de informes de sostenibilidad, como los elaborados siguiendo los estándares del Global Reporting Initiative (GRI) o los informes de ISO 26000.

Mejora Continua

La implementación de la RSE es un proceso dinámico que requiere mejora continua. A medida que la empresa avanza en sus iniciativas de RSE, debe revisar periódicamente su estrategia, ajustar las acciones en función de los resultados obtenidos

y buscar nuevas oportunidades para mejorar su desempeño social y ambiental. La retroalimentación de los *stakeholders* es clave para identificar áreas de mejora y fortalecer las relaciones con ellos.

Implementación de la RSE en una empresa constructora

La implementación de la RSE en una empresa constructora sigue los mismos principios generales que en cualquier otro sector, pero debe adaptarse a las características y desafíos específicos de la industria de la construcción. Este sector tiene un impacto significativo en el medio ambiente, las comunidades locales y los empleados, por lo que las empresas constructoras deben abordar cuestiones clave como el uso de recursos naturales, la seguridad laboral, y el impacto en la comunidad y el entorno.

1. Compromiso con la Sostenibilidad y la Ética

En una empresa constructora, el compromiso con la RSE implica que los directivos y gerentes adopten una visión sostenible en todas las fases de los proyectos de construcción. Esto incluye desde el diseño hasta la ejecución y el mantenimiento de las obras, tomando en cuenta el uso eficiente de los recursos, la gestión de residuos y la reducción de la huella de carbono. Además, la empresa debe promover una conducta ética en sus operaciones, asegurando el cumplimiento de las normativas de construcción y evitando la corrupción en los procesos de licitación.

2. Evaluación del Impacto Ambiental y Social

Las empresas constructoras deben realizar una evaluación de impacto ambiental y social de cada proyecto. Esta evaluación identifica los efectos que una obra puede tener en el entorno natural y en las comunidades cercanas. Aspectos como la calidad del aire, el ruido, el uso del agua y la generación de residuos son cruciales en el sector.

También deben evaluarse los efectos sociales, como el desplazamiento de comunidades o el cambio en la infraestructura local.

3. Integración de la Sostenibilidad en los Proyectos

Una parte clave de la RSE en el sector de la construcción es la integración de principios de construcción sostenible en los proyectos. Esto incluye el uso de materiales de construcción ecológicos, la mejora de la eficiencia energética de los edificios, y la aplicación de tecnologías que minimicen el impacto ambiental. Las empresas constructoras pueden certificarse bajo estándares internacionales como LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), que promueven prácticas sostenibles en la edificación.

4. Seguridad y Bienestar Laboral

La seguridad laboral es uno de los aspectos más importantes en la RSE de una empresa constructora. Dado el alto riesgo de accidentes en la obra, la empresa debe implementar estrictas medidas de seguridad para proteger a los trabajadores. Esto incluye la capacitación continua en seguridad, el uso de equipos de protección personal y la supervisión constante para asegurar que se cumplan los protocolos de seguridad. Además, el bienestar de los trabajadores debe ser una prioridad, asegurando condiciones laborales justas y salarios dignos.

5. Impacto en la Comunidad

El impacto en la comunidad local es otro aspecto central de la RSE en la construcción. Las empresas deben comprometerse a realizar proyectos que mejoren la calidad de vida de las personas en las áreas donde se construye. Esto puede implicar la

creación de infraestructura social, como escuelas, parques y centros comunitarios, o la mejora de los servicios públicos locales, como el transporte y el suministro de agua.

Además, las empresas constructoras pueden involucrarse en programas de responsabilidad social, ofreciendo oportunidades de empleo a los residentes locales, promoviendo el desarrollo económico en las comunidades cercanas y fomentando el diálogo con los líderes comunitarios para garantizar que los proyectos cumplan con las expectativas y necesidades de los habitantes.

6. Gestión de Recursos y Residuos

En el sector de la construcción, la gestión eficiente de los recursos es fundamental. Esto incluye la reducción del consumo de materiales, el uso de energías renovables, y la implementación de estrategias para reutilizar y reciclar los desechos generados en las obras. El manejo de residuos de construcción y demolición es un desafío clave que las empresas constructoras responsables deben abordar mediante la segregación de desechos y el uso de tecnologías que minimicen el impacto ambiental.

7. Transparencia y Cumplimiento Normativo

Las empresas constructoras deben operar con total transparencia y asegurar el cumplimiento de las normativas locales e internacionales en todas sus actividades. Esto incluye no solo las regulaciones sobre construcción, sino también las normativas ambientales, laborales y de seguridad. La transparencia en la comunicación con los clientes, proveedores y autoridades locales es crucial para generar confianza y evitar conflictos durante la ejecución de los proyectos.

CAPITULO 3: EMPRESA CONSTRUCTORA

Introducción del capítulo

El presente capítulo se realiza con la finalidad de cumplir con el tercer objetivo particular: “Realizar un diagnóstico integral de una empresa constructora en la provincia de San Juan con el fin de proponer un plan de RSE que promueva el desarrollo sostenible y el compromiso social”.

El diagnóstico integral abordará tanto los aspectos internos como externos de la empresa. Internamente, se evaluarán factores como la estructura organizativa, la cultura empresarial, la gestión de recursos humanos y las prácticas actuales en términos de sostenibilidad. Externamente, se analizará el entorno socioeconómico y ambiental de la provincia de San Juan, así como las expectativas y demandas de los grupos de interés (stakeholders), incluidos empleados, clientes, proveedores, comunidades locales y autoridades gubernamentales.

Este análisis permitirá identificar áreas de mejora y oportunidades para la implementación de un plan de RSE adaptado al contexto específico de la provincia de San Juan, con el fin de que la empresa pueda desempeñar un papel activo en la promoción de un desarrollo económico responsable, la reducción del impacto ambiental y el fortalecimiento de su compromiso social.

Valdivieso Group S.R.L.

VALDIVIESO & DEBANDI S.R.L., nace en la provincia de San Juan, en el año 1987 de la mano del Ing. Jorge Alberto Valdivieso. Inspirado por su amor en la industria de la construcción, el Ing. Jorge Valdivieso se asocia con el Ing. Carlos Debandi con la

visión de crear una sólida empresa constructora que se convierta en un referente en obras civiles.

En el año 2003 Jorge Valdivieso toma las riendas de la empresa junto a su esposa, Silvia Amarfil, siguiendo el camino del compromiso, manteniendo los estándares y calidad en cada obra realizada. Con el paso de los años la empresa se consolidó materializando así la visión de su fundador.

Jorge Valdivieso transmitió esa pasión y visión a sus hijas que junto a su madre desde el año 2016 han tomado el legado forjado por Valdivieso y han seguido avanzando con un crecimiento ininterrumpido hasta la actualidad.

Hoy en día la empresa VALDIVIESO & DEBANDI S.R.L. cursa un cambio estructural en cuanto a Cultura Organizacional y modernización de procesos. Esto llevó a la empresa a una transformación tan profunda reflejada en la modificación del nombre de la sociedad, cambio de imagen y cultura. VALDIVIESO GROUP S.R.L. enfatiza en la innovación, y promueve acciones en dirección al desarrollo sostenible del ecosistema constructivo con enfoque en el triple impacto, desarrollando la actividad de la Construcción e Ingeniería Civil con Calidad, profesionalismo, un fuerte sentido del compromiso y responsabilidad, comprometido con la sociedad y ha contribuido intensamente a favor de la generación de valor en la provincia de San Juan.

En septiembre de 2024 la empresa tiene en ejecución 3 obras públicas de gran importancia para la provincia de San Juan, también tiene un proyecto de urbanización, y distintos trabajos particulares. Como objetivo para 2025 tiene incluir en sus obras en ejecución construcciones mineras, ya que en la provincia hay varios proyectos en exploración y explotación.

Misión, Visión y Valores de la organización

La organización cuenta con una misión y visión definida, clara y publicada a través de su sitio web para el conocimiento de todos los interesados.

Analizar la misión de la empresa es un ejercicio fundamental para comprender su propósito, valores y dirección estratégica:

“Somos una empresa constructora líder en la Región. Comprometidos con nuestra sociedad. Brindamos servicios y Productos de calidad generando valor continuamente.”

(www.valdiviesogroup.com)

La misión De Valdivieso Group S.R.L. es clara y concisa, orientada al cliente en cuanto enfatiza la calidad de servicios y productos y refleja su responsabilidad social, buscando generar impacto positivo en la sociedad. Al momento de profundizar en el análisis de la misión surgen preguntas como ¿Cómo se define el "valor" que genera la empresa?, ¿Cómo se traduce el compromiso con la sociedad en acciones concretas? ¿Cuál es la estrategia para mantener y mejorar la calidad de los servicios y productos? Del cuestionamiento constante de la misión se comprende que es un documento vivo, que se adapta a los cambios del entorno y los nuevos desafíos de la empresa.

Analizar la visión de la empresa es igual de importante que analizar su misión, ya que permite entender hacia dónde se dirige la organización a largo plazo.

“Posicionarnos como referentes regionales de obras públicas y privadas, caracterizándonos por ofrecer altos estándares de calidad y por la confianza y garantía otorgada a nuestros clientes, haciendo hincapié en la innovación, y promoviendo acciones en dirección al desarrollo sostenible del ecosistema constructivo.”

(www.valdiviesogroup.com)

La visión de la empresa tiene concordancia con la misión, refuerza la idea de brindar servicios y productos de calidad, y el compromiso con la sociedad. Es integral y considera múltiples dimensiones: calidad, confianza, innovación y sostenibilidad de forma clara. De igual forma que la misión, la visión debe ser revisada con regularidad con la finalidad de no perder el foco de nuestro plan a largo plazo. En este sentido surgen diferentes preguntas para hacer ¿Qué tipo de innovaciones se buscan? ¿Están relacionadas con nuevos materiales, tecnologías constructivas o modelos de negocio? ¿Cómo se promoverá el desarrollo sostenible del ecosistema constructivo? ¿Existen metas concretas en términos de reducción de emisiones, uso de materiales reciclados, etc.? ¿Cuál es el plan para posicionarse como referente regional? ¿Qué acciones se llevarán a cabo para aumentar la visibilidad y la reputación de la empresa?

Para concluir también definen los siguientes valores: Compromiso, Trabajo en equipo, Confianza, Creatividad y Generación de Valor. Estos valores concuerdan plenamente con la misión y visión de la empresa constructora, son fundamentales para alcanzar los objetivos planteados y para construir una cultura organizacional sólida y alineada con los principios de la empresa.

Guía para la Acción Empresarial en los ODS aplicada a una empresa

Para realizar maximizar el aporte que realiza Valdivieso Group S.R.L. a los ODS, se tomó como herramienta la Guía para la Acción Empresarial en los ODS brindada por <https://sdgcompass.org/>, el objetivo de esta guía es orientar a las empresas para que puedan alinear sus estrategias, medir y gestionar su contribución a los ODS. (*La Guía Para La Acción Empresarial En Los ODS*, n.d.) Esta guía brinda un plan de acción que consta de 5 pasos, expuestos en el capítulo 1 de la segunda parte.

Diagnóstico de la empresa analizando los *stakeholders*, entender los ODS y detectar las necesidades de cada grupo

Este primer paso es necesario para el conocimiento y comprensión de la situación actual y de esta forma tener un punto de partida.

Para la realización de este diagnóstico se realizó una encuesta y una entrevista, a la Sra. Emilce Valdivieso, Gerente de Valdivieso Group S.R.L. orientada al conocimiento de la organización y la relación con los *stakeholders*, tomando como eje transversal los ODS.

Los grupos de interés a analizar fueron: Gobernanza, Trabajadores, Clientes, Proveedores, Comunidad y Medio Ambiente.

Gobernanza

La Gobernanza tiene como función principal establecer los procesos y mecanismos para la toma de decisiones, asegurando la transparencia en la ejecución. Así como también la asignación de recursos financieros, humanos o materiales. Es función de la gobernanza establecer mecanismos de control y supervisión. La resolución de conflictos y la rendición de cuentas están a cargo de este grupo de interés, garantizando la legitimidad en cada acción que ejerza la organización, sus empleados o de quien actúe en representación de la sociedad.

El trabajo que realiza la gobernanza tiende a mejorar la eficacia de procesos y disminuir los riesgos integrando prácticas sostenibles.

Este grupo de interés en Valdivieso Group S.R.L. está compuesto por los mandos altos y medios, estos cargos están ocupados por los dueños del capital social, por lo que está íntimamente ligado el grupo de interés de los propietarios y la gobernanza, por lo

que a efectos prácticos se toma como un solo *stakeholders*. En pos de la aplicación de los objetivos de desarrollo sostenible dentro de la organización es alentador, debido a que es en este grupo de interés donde se establecen las prioridades, la asignación de recursos y la toma de decisiones, de este modo cuando las prácticas de sostenibilidad se originan en la gobernanza, se garantiza que sean más profundas, duraderas y efectivas. La sostenibilidad se convierte en un valor compartido por toda la organización, y no solo en una iniciativa aislada.

El alto mando se compone por la gerencia general a cargo de Emilce Valdivieso. Es la precursora, dentro de esta organización, en temas de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa, desde que se recibió de contadora ella junto con sus padres empezaron a realizar acciones de responsabilidad social. A partir de 2013 establecieron acciones, sin establecer un plan de responsabilidad social, acciones como voluntariados corporativos, celebraciones de días festivos con la comunidad como por ejemplo día del niño, a los empleados les proporcionaba recursos para compra de vehículos personales sin tasa de interés, así como asistencia para concluir los con la educación primaria y secundaria, separación de residuos dentro de la organización.

La Gerencia Técnica está a cargo de la Arq. Gabriela Valdivieso, esta gerencia es la encargada de la planificación de los proyectos de ingeniería civil y de arquitectura. Así como el desarrollo de las obras.

En 2024, el cambio cultural que vive esta organización, busca no solo tener acciones aisladas de sostenibilidad, sino una planificación estratégica en materia de sustentabilidad. Se observa desde la nueva misión y visión, donde se toma como eje transversal la sostenibilidad.

En cuanto a la transparencia y ética la empresa no cuenta con un código de ética, funciona con un manual de convivencia, Emilce expresa que es conocido por todos. En cuanto al contenido de este manual se observó la necesidad de establecer políticas claras sobre prácticas anticorrupción, así como establecer de forma clara y precisa quien dirige, dentro de la organización, problemas internos.

Es función de la gobernanza definir a qué objetivos del desarrollo sostenible va a aportar la organización, definiendo las prioridades según el giro actual del negocio y el rubro en el que se desarrolla, Pretendiendo ventajas competitivas, así como también mejorar la sostenibilidad corporativa, realizar alianzas que conduzcan al desarrollo social.

Al momento de la entrevista, Emilce cuenta con encuestas a los *stakeholders* sobre sustentabilidad, y brinda esa información para analizar y confeccionar el diagnóstico y la detección de las necesidades, que se realizó de manera conjunta con la organización.

Con la iniciativa de definir las prioridades de aplicación de ODS es que se realiza el diagnóstico de los grupos de interés restante.

Trabajadores

En la construcción este grupo de interés, en cuanto al tratamiento legal, tiene un régimen diferenciado por la naturaleza misma de los requerimientos de la actividad de la construcción. En una obra las tareas a realizar son variadas, momentáneas y específicas por lo que la rotación de personal es grande.

En cuanto a la envergadura de la organización, cuenta con un promedio mensual de 450 trabajadores, divididos en 25 empleados de oficina, y 425 empleados de obra. Valdivieso Group S.R.L. ha logrado tener cuadrillas semi fijas, que quiere decir esto,

siempre que los empleados no estén trabajando en otras obras, contratan a las mismas personas. Se parte desde la premisa que las normas legales en cuanto a lo laboral, higiene y seguridad son cumplidas. Los objetivos de desarrollo sostenible a los que la empresa puede aportar directamente atendiendo a este grupo de interés son: eliminación de la pobreza, salud, bienestar, educación de calidad, trabajo decente.

Para realizar el análisis de la situación actual de la Empresa se hace una diferenciación entre dos tipos de trabajadores de obra y trabajadores de oficina. Esta discriminación se suscita en las tareas a realizar: los trabajadores de obra son por ejemplo: albañiles, encofradores, pintores, electricistas, plomeros, serenos, etc. Los trabajadores de oficina son administrativos, técnicos, arquitectos, contadores entre otros. Este último grupo son de trabajo permanente, en cambio los primeros son aquellos que se contratan según las necesidades de las obras.

La organización tiene un plan de capacitaciones diferenciado entre este tipo de trabajadores.

Los trabajadores de obra tienen capacitaciones de seguridad y salud laboral con periodicidad enfocadas en prevención de accidentes laborales, uso de equipo profesional y manejo de materiales. Estas capacitaciones por lo general se realizan mediante charlas informativas y talleres prácticos. También se les proporciona el acceso a apoyo docente para aquellos que quieran terminar con los estudios primarios o secundarios.

El grupo de trabajadores de oficina se los capacita en seguridad y salud laboral mediante charlas informativas, se les brinda becas para estudios como diplomaturas o maestrías. Cursos de capacitación para utilización de sistemas administrativos y técnicos.

En la entrevista con la Sra. Emilce se planteó la necesidad de ampliar las capacitaciones al grupo de trabajadores de obra a temas como reutilización de materiales, gestión de recursos como el agua y la energía dentro de una obra y finanzas personales para brindarles herramientas de crecimiento económico. Y enfatizar capacitaciones, al grupo de trabajadores de oficina, en sustentabilidad en el lugar de trabajo como la gestión de papel, ahorro de energía, Capacitación sobre productos sostenibles, para incorporar al proceso de compras y Capacitación en construcción sostenible.

Valdivieso Group S.R.L. entiende que los trabajadores son un activo fundamental para lograr la sostenibilidad en la empresa. Al involucrarlos en el proceso, se garantiza una implementación más efectiva de las prácticas sostenibles y se fomenta una cultura organizacional más comprometida con el medio ambiente.

Cientes

La empresa cuenta con dos tipos de clientes diferenciados por un lado el sector público y por otro el sector privado o particulares. La particularidad de la obra pública en la provincia de San Juan es que el desarrollo del proyecto, especificaciones y requisitos están establecidos por un ente contratante, no permitiendo modificaciones, se acepta el trabajo en las condiciones solicitadas. En la obra privada los proyectos son desarrollados por el equipo técnico de la empresa.

En función de esto Los objetivos de desarrollo sostenible a los que la empresa puede aportar directamente atendiendo a este grupo de interés se encuentra industria innovación e infraestructura, vida de ecosistemas terrestres.

Un punto importante a tener en cuenta es que la construcción sostenible, en términos económicos, es más costosa a corto plazo, incorporar en esa construcción sistemas de ahorro energético como paneles solares, reutilización de agua dentro de una unidad, suele ser un costo extra para los clientes. Por lo que suelen inclinar la construcción sustentable en planos que posibiliten el ingreso de luz solar indirecta por más horas al interior de la unidad, o ahorro energético en artefactos como luminarias.

La organización tiene como objetivo incluir en su cartera de clientes a empresas mineras, por lo general estas empresas solicitan a sus proveedores contar con certificaciones o prácticas de sustentabilidad como requisito de contratación.

Para trabajar los ODS con este grupo de interés la empresa identifica la necesidad de comunicar los beneficios a largo plazo de la construcción sustentable, e involucrar a los clientes de forma activa en el desarrollo de los proyectos y la necesidad de publicación de prácticas e informes de sustentabilidad por parte de la empresa, por medio de informes de sustentabilidad o certificaciones relacionadas.

Proveedores

Los proveedores cumplen una función específica a las empresas, la de abastecer con recursos. En las empresas constructoras cumplen un papel fundamental, debiendo tener la capacidad para entregar a tiempo y con la calidad requerida de los materiales es esencial para cumplir con los plazos y los estándares del proyecto. Es usual que se generen relaciones de largo plazo debidos a la especificidad de productos y que el mercado suele estar segmentado. Por lo que es de vital importancia la confianza mutua.

En miras a la sostenibilidad se destaca la necesidad que los proveedores con los que Valdivieso Group S.R.L. trabaja tengan la misma conciencia social, por ejemplo, que

los áridos sean extraídos de forma legal de los ríos. Por lo que el proceso de compra de la empresa deberá ser cada vez más detallado y comprar a proveedores que tengan políticas de sostenibilidad como primera opción.

Comunidad

Este grupo de interés es de vital importancia en el rubro de la construcción, ya que esta actividad tiene una repercusión directa en el entorno donde se ejecutan las obras, como la generación de ruido, polvo, tráfico y cambios en el paisaje urbano, así como la promoción del desarrollo local.

En términos de ODS se pueden aportar a los objetivos de ciudades y comunidades sostenibles, al momento de pensar urbanizaciones hacerlo en términos sustentables resulta lo más propicio.

Entre las acciones que ha realizado la empresa en relación a la comunidad se encuentra el mantenimiento de plazas cercanas a las obras.

Mejoras en cuanto a este *stakeholders* se encuentra comunicación transparente sobre cómo se va a realizar determinada obra, cuidado en los horarios de trabajo y diálogo permanente para poder identificar las necesidades locales y desarrollar proyectos que contribuyan al desarrollo sostenible de la región.

En el encuentro con Emilce expresó su deseo de poder generar un aporte extra a la comunidad, buscando alianzas con organizaciones, generar acciones de manera conjunta que permitan educar a la sociedad en la importancia del cuidado del medio ambiente.

Medio Ambiente

En la actualidad se toma al medio ambiente como un grupo de interés, debido a que las actividades humanas tienen una repercusión directa sobre este. Hoy en día hay diversas reglamentaciones que regulan el impacto de la actividad de la construcción sobre el medio ambiente. Cabe destacar que cada obra a ejecutar debe contar con la aprobación de factibilidad ambiental por parte del Gobierno Provincial. Así como el desecho de los residuos, tomando como significativo el de escombros, tienen vertederos habilitados para su descarte.

Es de tal relevancia este grupo de interés que algunos clientes, para contratar, solicitan informes de impacto ambiental, como el caso de las empresas mineras que trabajan en la provincia.

Los objetivos de desarrollo sostenibles a los que Valdivieso Group S.R.L. puede aportar vida y ecosistema terrestre.

Definir prioridades y establecer objetivos. Matriz de Materialización

Al momento de confeccionar la matriz se evaluó que era lo central dentro de las necesidades de la organización, si el punto focal estaba en los objetivos de desarrollo sostenible o en los grupos de interés. Habiendo realizado el análisis se decidió armar la matriz de materialidad teniendo en cuenta a los objetivos de desarrollo sostenible a los que se apuntan las directivas establecidas, ya que el ánimo de la organización es el de aplicar y ser parte de las empresas adheridas a Pacto Global Argentina. Por lo que las políticas propuestas no están dirigidas a un grupo de interés específico, sino que involucran a varios grupos de interés una misma política, así como una directiva pretende aportar a más de un ODS.

La matriz resultante es la siguiente:

ODS	Política
1 Fin de la pobreza	Fomentar la educación financiera Fomentar el auto cultivo de alimentos
2 Hambre cero	Fomentar la educación financiera Fomentar el auto cultivo de alimentos
3 Salud y bienestar	Capacitación continua en sostenibilidad Prevención de accidentes y enfermedades laborales Fomentar el auto cultivo de alimentos
4 Educación de calidad	Fomentar el auto cultivo de alimentos comunitario
6 Agua limpia y saneamiento	Capacitación continua en sostenibilidad
7 Energía asequible y no contaminante	Capacitación continua en sostenibilidad
8 Trabajo decente y crecimiento económico	Fomentar la educación financiera Fomentar el auto cultivo de alimentos Reconocimiento por los trabajos realizados Capacitación continua en sostenibilidad

9	Industria, innovación e infraestructura	Capacitación continua en sostenibilidad Difusión de informes de sostenibilidad
12	Producción y consumo responsable	Capacitación continua en sostenibilidad Difusión de informes de sostenibilidad Promover procesos de compras sostenibles Fomentar el auto cultivo de alimentos
13	Acción por el clima	Capacitación continua en sostenibilidad Fomentar el auto cultivo de alimentos
15	Vida y ecosistemas terrestres	Fomentar el auto cultivo de alimentos
17	Alianzas para lograr los objetivos	Fomentar el auto cultivo de alimentos comunitario

CAPITULO 4: PROPUESTA PLAN RSE VALDIVIESO GROUP

Este Capítulo busca satisfacer el objetivo general de este trabajo: Elaborar un plan de RSE basado en la aplicación de los ODS, dirigido a una empresa constructora local, con el propósito de promover el desarrollo sostenible y fortalecer su compromiso con la comunidad.

A través de este enfoque, se busca que la empresa no solo contribuya a la sostenibilidad ambiental y social en la región, sino que también se posicione como un actor responsable y comprometido con el bienestar comunitario.

El sector de la construcción, debido a su impacto significativo en el entorno natural y urbano, presenta una oportunidad única para liderar iniciativas sostenibles y sociales. En este contexto, la integración de los ODS en las estrategias de RSE de una empresa constructora no solo responde a las crecientes expectativas de los grupos de interés, sino que también contribuye al cumplimiento de objetivos globales que abarcan desde la acción climática y la gestión responsable de los recursos, hasta la mejora de la calidad de vida de las comunidades locales.

Integrando - PLAN DE RESPONSABILIDAD Y SUSTENTABILIDAD

Junto con la aplicación de un plan de RSE y Sustentabilidad se le recomienda a la organización la confección y aplicación de un código de ética como punto de partida para que exista una coherencia con el cambio tan profundo que se está llevando a cabo en la organización. El código de ética debe ser conocido, aceptado y respetado por todos los integrantes de la organización. Se recomienda que al momento de la redacción del

código de ética se tengan en cuenta ejes anticorrupción, y punto focal de resolución de problemas, puliendo de esta forma el manual de convivencia existente.

Se recomienda la publicación del código de ética en el sitio web para que sea conocido por los *stakeholders* externos a la organización. De esta forma todos los interesados conocen la forma de trabajar y contratar.

De igual modo previo a la implementación del plan debe quedar establecido que departamento dentro de la organización estará a cargo de la Sostenibilidad, departamento que estará a cargo de la aplicación del plan de Responsabilidad Social y Sustentabilidad. Este departamento establecerá los plazos de ejecución, prioridades de ejecución, como también el seguimiento y monitoreo.

Programa Empleo con Propósito. Subprograma: Finanzas Personales

ODS: 1, 2 y 8

Stakeholders involucrados: Trabajadores

Objetivo del programa: Fomentar la educación financiera.

Actividades: Se dictará una capacitación mediante 6 videos tutoriales, divididos en 3 módulos: Básico, intermedio y avanzado según el conocimiento previo de los empleados.

Herramientas a utilizar: Videos tutoriales.

Presupuesto: Se requiere para la compra de los videos tutoriales, confeccionados por especialistas.

Indicadores: Cantidad de trabajadores inscriptos, encuestas de opinión.

Beneficios esperados: Para la empresa: Mayor engagement, sentido de pertenencia.
Para los empleados: crecimiento personal, mejora de finanzas, sentido de valoración.

Programa Empleo con Propósito. Subprograma: Aprendiendo Sostenibilidad

ODS: 3, 6, 7, 8,9, 12 y 13

Stakeholders involucrados: Trabajadores

Objetivo del programa: Capacitación continua en Sostenibilidad.

Actividades: Capacitación continua en sostenibilidad en la realización de las tareas laborales, diferenciada Trabajadores de oficina: Reducción de residuos, reciclaje de papel. Pausas activas. Trabajadores de campo: uso eficiente de recursos, ahorro de agua en obra, determinación de descansos.

Herramientas a utilizar: Capacitaciones presenciales

Presupuesto: Honorarios de profesionales especializados.

Indicadores: kilos de papel reciclado, Indicadores de enfermedades laborales, facturas de energía y agua.

Beneficios esperados: Para la empresa: Ahorro de recursos, Mayor productividad Para los empleados: Educación en sostenibilidad y disminución de fatiga laboral.

Programa Empleo con Propósito. Subprograma: Reconociendo nos

Reconocemos

ODS: 8

Stakeholders involucrados: Trabajadores y Gobernanza

Objetivo del programa: Busca generar sentido de pertenencia, dando valor a acciones individuales a destacar por parte de la dirección o por iniciativa de los empleados para con sus compañeros.

Actividades: Destacar mediante publicación abierta las acciones valoradas.

Herramientas a utilizar: Sitio web y mecanismos de comunicación interno

Presupuesto: Bono económico

Indicadores: Encuesta de opinión

Beneficios esperados: Para la empresa: Mayor engagement, sentido de pertenencia. Para los empleados: sentido de valoración y reconocimiento.

Programa Compra con valor

ODS: 12

Stakeholders involucrados: Proveedores, trabajadores

Objetivo del programa: Promover procesos de compras sostenibles

Actividades: Proceso de compra Selección de proveedores preferencial a aquellos que tengan prácticas de sostenibilidad

Herramientas a utilizar: Capacitaciones al sector de compras de la organización.

Presupuesto: Honorarios para capacitadores

Indicadores: Cantidad de proveedores sostenibles.

Beneficios esperados: Para la empresa: Reputación. Para Proveedores: preferencia de compra.

Programa Una obra, Una Huerta

ODS: 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 12, 13, 15 y 17

Stakeholders involucrados: Medio Ambiente, Comunidad, Trabajadores, Gobernanza

Objetivo del programa: Fomentar el autocultivo y la educación alimentaria en la comunidad.

Actividades: Mediante alianza con organizaciones de la comunidad donde se realice una obra (uniones vecinales, cooperativas de trabajadores, ect) construir una huerta comunitaria y educativa. Como requisito la organización debe contar con terreno para la construcción del huerto.

Herramientas a utilizar: Maquinaria, Materiales, mano de obra, semillas y señalética.

Presupuesto: Pago de horas extras a trabajadores. Costo de materiales necesarios.

Indicadores: Cantidad de huertas realizadas en comparativa a las obras ejecutadas.

Beneficios esperados: Para la empresa: Reputación. Para la comunidad: un espacio donde enseñar y proveerse de alimento. Para el medio ambiente: reducción de contaminación y conservación del suelo y el agua. Para los trabajadores: Autosatisfacción por aporte a la sociedad.

Programa Comunicación y Transparencia

ODS: 9 y 12

Stakeholders involucrados: Gobernanza, Clientes, Proveedores, Comunidad

Objetivo del programa: Publicación de informe de sostenibilidad.

Actividades: Comunicación efectiva de las actividades realizadas por la organización, haciendo énfasis en la sostenibilidad. Confección de informe de sostenibilidad

Herramientas a utilizar: Publicación en sitio web

Presupuesto: Honorarios de especialistas

Indicadores: Cantidad de visitas en sitio web y vistas al informe publicado en dicho sitio.

Beneficios esperados: Para la empresa: Reputación Competitividad. Para clientes, proveedores y comunidad: Confiabilidad.

Reportando y comunicando

Tan importante como la aplicación del plan es la comunicación del mismo, los resultados obtenidos y los nuevos desafíos que decida abordar la organización. En el caso de Valdivieso Group S.R.L. Se reconoce esta necesidad que la comunicación forma parte del plan de acción, para de esta forma no dejar de lado este recurso valioso en el giro del negocio y utilizar la comunicación como una herramienta estratégica para construir una reputación sólida, fortalecer las relaciones con los *stakeholders* y contribuir a un futuro más sostenible.

Estrategias de implementación del Plan de RSE

El lanzamiento del plan de RSE es una fase crucial en la que se da inicio a la implementación de las primeras acciones estratégicas diseñadas para cumplir con los objetivos del plan. Esta etapa debe ser cuidadosamente planificada para asegurar un inicio exitoso y generar un impacto positivo desde el comienzo.

La implementación del plan de RSE requiere un enfoque innovador y eficaz en la comunicación, utilizando herramientas tecnológicas que faciliten la transparencia y el acceso a la información para todos los grupos de interés. Entre las herramientas específicas que se utilizarán se encuentra el desarrollo de una plataforma de informes en línea, que permitirá la publicación y consulta de los informes de sostenibilidad de manera accesible y visualmente atractiva. Esta plataforma estará integrada en la página web de la empresa y contará con secciones interactivas donde los usuarios podrán explorar los resultados por área de impacto, como ambiental, social y económico, así como comparar los avances en los diferentes proyectos implementados. Además, la plataforma ofrecerá la opción de descargar el informe completo en formatos PDF y Excel, facilitando el acceso y análisis detallado de la información.

Para mejorar la experiencia del usuario y fomentar un mayor compromiso, se implementarán dashboards interactivos que permitirán visualizar en tiempo real los principales KPIs del plan de RSE. Estos dashboards presentarán gráficos dinámicos y tablas que reflejarán el progreso de las acciones del plan, como la reducción de emisiones de CO₂, el porcentaje de reciclaje de residuos y el nivel de satisfacción de la comunidad. Los *stakeholders* podrán personalizar la visualización de los datos según sus intereses específicos, lo que les permitirá acceder a información relevante de manera rápida y eficiente. Esta herramienta será actualizada periódicamente para reflejar los últimos avances, promoviendo una cultura de transparencia y mejora continua.

Además, se desarrollará una aplicación móvil dedicada a la difusión de los resultados del plan de RSE, diseñada para facilitar el acceso a la información en cualquier momento y desde cualquier lugar. A través de esta aplicación, los usuarios podrán recibir

notificaciones sobre nuevos informes publicados, avances significativos en los proyectos y eventos de presentación. La aplicación también incluirá una sección de noticias donde se destacarán las principales acciones de sostenibilidad de la empresa y las novedades relacionadas con el plan de RSE. Los usuarios podrán participar en encuestas de percepción directamente desde la aplicación, proporcionando retroalimentación en tiempo real y permitiendo a la empresa adaptar sus estrategias en función de las expectativas y sugerencias de sus *stakeholders*.

Otra herramienta clave será el uso de redes sociales como canales de comunicación directa y efectiva con la comunidad. Se implementará una estrategia de contenido en plataformas como Instagram, LinkedIn y Twitter, donde se compartirán infografías, videos y publicaciones que resuman los principales logros y actividades del plan de RSE. Estas publicaciones estarán diseñadas para fomentar la interacción y el diálogo con la audiencia, invitando a los seguidores a participar en debates, hacer preguntas y compartir sus opiniones sobre las iniciativas de sostenibilidad de la empresa. Además, se organizarán sesiones en vivo y webinars para presentar los informes de sostenibilidad y responder a las inquietudes de los *stakeholders*, creando un espacio de conversación abierta y constructiva.

El uso de estas herramientas tecnológicas no solo facilitará la comunicación de los resultados del plan de RSE, sino que también contribuirá a fortalecer la imagen de la empresa como un líder en sostenibilidad y responsabilidad social, demostrando su compromiso con la transparencia y la innovación. La integración de estas herramientas en la estrategia de comunicación permitirá a la empresa adaptarse a las demandas de

un entorno digital en constante evolución y mantener un diálogo constante y significativo con todos sus grupos de interés.

Estrategias Seguimiento y Monitoreo Continuo

El monitoreo continuo es fundamental para evaluar el desempeño del plan de RSE y garantizar que las acciones implementadas estén generando los resultados esperados. Esto implica la recolección sistemática de datos y el análisis de los mismos para detectar áreas de mejora y hacer ajustes en tiempo real. La evaluación regular del plan de RSE es esencial para asegurar que las acciones implementadas están generando el impacto esperado y para identificar oportunidades de mejora. Esta fase implica un análisis crítico de los resultados y la adaptación de estrategias.

Medición del Éxito del Plan de RSE

Para evaluar el éxito del plan de RSE en la empresa constructora, se establecerán una serie de KPIs que permitirán monitorear el cumplimiento de los objetivos planteados. Los indicadores seleccionados estarán alineados con los ODS y con los objetivos específicos definidos en este proyecto. A continuación, se detallan los principales indicadores y métodos de evaluación:

Indicadores Clave de Desempeño (KPIs):

Reducción de la Huella de Carbono: Medición de las emisiones de CO₂ generadas por las actividades constructivas. Indicador: Toneladas de CO₂ emitidas por cada proyecto.

Eficiencia Energética: Evaluación del consumo energético en las obras. Indicador: Consumo de energía (kWh) por metro cuadrado construido.

Gestión de Residuos: Cantidad de residuos generados y porcentaje reciclado. Indicador: Kilogramos de residuos generados por obra y porcentaje de reciclaje.

Satisfacción de los *Stakeholders*: Encuestas de satisfacción para evaluar la percepción de empleados, proveedores y comunidad. Indicador: Puntaje promedio de satisfacción en una escala del 1 al 5.

Capacitación y Desarrollo: Número de empleados capacitados en sostenibilidad y prácticas de construcción responsable. Indicador: Número de horas de capacitación impartidas y porcentaje de empleados capacitados.

Métodos de Evaluación:

Revisión Trimestral de Indicadores: Se realizará un seguimiento trimestral de los KPIs para analizar el progreso del plan y hacer ajustes necesarios.

Informes de Sostenibilidad: Elaboración de informes anuales que documenten los avances, desafíos y resultados obtenidos en cada uno de los indicadores establecidos.

Auditorías Internas: Auditorías periódicas para verificar el cumplimiento de las prácticas de RSE y la implementación de estrategias sostenibles en los proyectos.

Feedback de los *Stakeholders*: Recopilación de opiniones y sugerencias de los grupos de interés para identificar áreas de mejora y fortalecer el compromiso de la empresa con la RSE.

Aplicación de Estrategias en las Operaciones Diarias:

Uso de Materiales Sostenibles: Se priorizará el uso de materiales de construcción certificados como sostenibles, tales como hormigón reciclado, madera certificada y

pinturas ecológicas. Esto no solo reducirá el impacto ambiental, sino que también mejorará la percepción de la empresa como líder en prácticas sostenibles.

Eficiencia en el Consumo de Agua: Implementación de sistemas de recolección y reutilización de agua de lluvia en las obras, así como el uso de tecnologías para reducir el consumo de agua en procesos constructivos.

Gestión de Residuos en el Sitio de Construcción: Establecimiento de áreas específicas para la separación y reciclaje de residuos en todas las obras. Se desarrollarán programas de sensibilización para los trabajadores sobre la correcta gestión de los residuos.

Programas de Capacitación: Desarrollo de capacitaciones periódicas para empleados y subcontratistas sobre prácticas sostenibles, seguridad laboral y gestión eficiente de recursos. Esto fomentará una cultura organizacional alineada con los principios de la RSE.

Comunicación Transparente: Establecimiento de un sistema de comunicación interna y externa que informe de manera clara y accesible los objetivos y logros del plan de RSE. Se utilizarán canales como boletines informativos, redes sociales y reuniones comunitarias para involucrar a todos los grupos de interés.

Estas estrategias, combinadas con una evaluación constante y un enfoque proactivo en la sostenibilidad, permitirán que la empresa no solo cumpla con los objetivos de RSE propuestos, sino que también se convierta en un referente en la construcción sostenible dentro de la región.

Reporte y comunicación de los resultados

La transparencia en la comunicación de los resultados es un pilar fundamental para el éxito del plan de RSE. El desarrollo de informes de sostenibilidad permite a la empresa mostrar el impacto positivo de sus acciones, tanto a nivel ambiental como social y económico, y al mismo tiempo establecer un diálogo constructivo con sus *stakeholders*. Elaborar informes de sostenibilidad anuales, que incluyan el progreso alcanzado en cada uno de los indicadores establecidos, es una práctica esencial para evaluar el cumplimiento de los objetivos propuestos y fortalecer la credibilidad y la confianza de la empresa ante sus grupos de interés.

El informe de sostenibilidad debe ser estructurado de manera clara y accesible, con secciones dedicadas a los principales resultados obtenidos en cada área de acción del plan. Es recomendable incluir gráficos, tablas y ejemplos concretos que ilustren cómo se han implementado las estrategias y qué resultados tangibles se han alcanzado. Además, para garantizar la objetividad y la precisión del informe, se sugiere la participación de auditores externos que validen los datos presentados. De esta manera, se asegura que la información divulgada refleje de forma veraz el desempeño de la empresa en materia de sostenibilidad.

Una vez elaborado el informe, su difusión debe ser amplia y estratégica. La empresa puede utilizar diversos canales de comunicación, como su página web, redes sociales y newsletters, para compartir el informe con empleados, clientes, proveedores y la comunidad en general. Además, la organización de eventos de presentación, como conferencias o reuniones con *stakeholders*, ofrece una oportunidad invaluable para discutir los resultados, responder preguntas y recibir retroalimentación. Este tipo de encuentros no solo demuestran el compromiso de la empresa con la transparencia, sino

que también fortalecen las relaciones con los *stakeholders*, promoviendo un diálogo abierto y constructivo.

Otro aspecto importante es fomentar la participación activa de los *stakeholders* en la mejora continua del plan de RSE. Esto se puede lograr mediante la implementación de encuestas de percepción y satisfacción, donde los grupos de interés puedan expresar sus opiniones y sugerencias respecto a las acciones de sostenibilidad de la empresa. Asimismo, la creación de foros de discusión y mesas redondas con representantes de la comunidad, empleados y otros actores clave, permite identificar oportunidades de mejora y adaptar las estrategias del plan de acuerdo con las expectativas y necesidades de cada grupo.

La transparencia y la comunicación efectiva de los resultados no solo consolidan la reputación de la empresa como un actor responsable y comprometido con el desarrollo sostenible, sino que también generan un efecto multiplicador al inspirar a otras organizaciones a adoptar prácticas similares. Mantener un flujo constante de información, tanto sobre los logros como sobre los desafíos enfrentados, es esencial para construir una cultura organizacional basada en la confianza y el compromiso compartido hacia un futuro más sostenible.

Elaboración de Informes de Sostenibilidad

Cada informe de sostenibilidad se estructurará en secciones que aborden las principales áreas de impacto del plan: ambiental, social y económico. Para cada área, se presentarán los indicadores clave de desempeño (KPIs) utilizados, los resultados obtenidos y una comparación con los objetivos planteados al inicio del periodo. Se

emplearán gráficos y tablas para facilitar la comprensión de la información y se incluirán casos de estudio que ejemplifiquen las acciones más destacadas.

Con el fin de garantizar la objetividad y la precisión de los datos, se invitará a auditores externos a validar el contenido del informe. Esta validación independiente reforzará la credibilidad del documento y asegurará a los *stakeholders* que la información presentada refleja fielmente el desempeño de la empresa en materia de sostenibilidad. Adicionalmente, se integrarán opiniones y testimonios de empleados, clientes y miembros de la comunidad que participen en las iniciativas de RSE, aportando una visión más humana y cercana del impacto generado.

Difusión y Comunicación Estratégica

Una vez elaborado el informe de sostenibilidad, su difusión será una prioridad para la empresa. Se utilizarán diversos canales de comunicación para alcanzar a todos los grupos de interés. El informe completo estará disponible para descarga en la página web de la empresa, acompañado de un resumen ejecutivo y videos explicativos que presenten los principales logros de manera accesible. En redes sociales, se compartirán infografías y publicaciones destacando las acciones más relevantes, fomentando la interacción y el diálogo con la audiencia.

Para fortalecer la comunicación directa, se organizarán eventos de presentación del informe, como conferencias y mesas redondas, donde se discutirá el contenido del documento y se responderán preguntas de los asistentes. Estos eventos no solo permitirán compartir información, sino que también crearán un espacio para recibir retroalimentación y propuestas de mejora por parte de los *stakeholders*. Además, se

enviarán newsletters personalizadas a clientes, proveedores y empleados, con un resumen de los resultados y un enlace al informe completo.

Estrategias de Involucramiento de los *Stakeholders*

La participación activa de los *stakeholders* es crucial para el éxito del plan de RSE. Se implementarán encuestas de percepción y satisfacción anuales dirigidas a empleados, comunidad y clientes, para conocer su opinión sobre las acciones desarrolladas y su impacto. Estas encuestas proporcionarán información valiosa para identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias del plan según las expectativas de cada grupo.

Además, se establecerán foros de discusión y mesas redondas con representantes de la comunidad, donde se presentarán los resultados del plan y se recogerán sugerencias para futuras iniciativas. La empresa también mantendrá abiertos canales de comunicación permanente, como un buzón de sugerencias en su página web, donde los *stakeholders* podrán expresar sus opiniones y comentarios en cualquier momento. Esta retroalimentación será fundamental para la mejora continua del plan de RSE.

Incorporación de la Retroalimentación en la Mejora Continua

Los comentarios y sugerencias recibidos a través de los diferentes canales de comunicación serán analizados de manera sistemática y se integrarán en el proceso de planificación anual del plan de RSE. Cada año, se realizará una revisión exhaustiva del plan para evaluar los resultados obtenidos y ajustar las estrategias de acuerdo con las recomendaciones de los *stakeholders*. Este enfoque de mejora continua permitirá a la empresa adaptarse a las nuevas demandas y expectativas, manteniendo su liderazgo en sostenibilidad y responsabilidad social.

Compromiso con la Transparencia

La transparencia en la comunicación de los resultados y el compromiso con la participación activa de los *stakeholders* son elementos clave para el éxito del plan de RSE. A través de la elaboración de informes de sostenibilidad rigurosos y la implementación de estrategias de comunicación efectiva, la empresa busca no solo informar sobre su desempeño, sino también construir una cultura organizacional basada en la confianza, la colaboración y el compromiso compartido con el desarrollo sostenible.

CONCLUSIÓN

El análisis realizado sobre Valdivieso Group S.R.L. ha revelado que la implementación de prácticas de RSE y sostenibilidad en el sector de la construcción es un proceso complejo pero fundamental para lograr un desarrollo más sostenible. A través de programas como finanzas personales, compra con valor o una obra una huerta, la empresa ha demostrado su compromiso con sus trabajadores, el medio ambiente y las comunidades locales. Sin embargo, se identificaron desafíos relacionados con la comunicación y publicidad de las acciones realizadas por parte de la organización.

Así mismo las recomendaciones prácticas de esta investigación presentadas pueden servir como guía para otras empresas del sector que buscan mejorar su desempeño ambiental y social.

En conclusión, la RSE y la sostenibilidad son elementos clave para el futuro de la construcción. Al adoptar prácticas sostenibles, las empresas no solo contribuyen a mitigar el cambio climático y proteger los recursos naturales, sino que también fortalecen su reputación y generan valor a largo plazo. Se espera que en el futuro, cada vez más empresas del sector se sumen a este movimiento y trabajen en conjunto para construir un mundo más sostenible.

REFERENCIAS

- Aguado, A. (2018). 30 años de evolución desde el informe Brundtland. In *Ciencia y Sociedad*. Universidad de Sevilla.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=208397&info=resumen&idioma=SPA>
- Alea, A. (2007). Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible. *Publicado En Revista Futuros*, 17, 9.
[https://biblioteca.umem.mx/books/Alina Alea Garcia/Responsabilidad social empresarial. Su contribucion al desarrollo sostenible \(1722\)/Responsabilidad social empresarial. Su con - Alina Alea Garcia.pdf](https://biblioteca.umem.mx/books/Alina%20Alea%20Garcia/Responsabilidad%20social%20empresarial.%20Su%20contribucion%20al%20desarrollo%20sostenible%20(1722)/Responsabilidad%20social%20empresarial.%20Su%20con%20-%20Alina%20Alea%20Garcia.pdf)
- Alegre, I., & Berbegal-Mirabent, J. (2017). The Real Mission of the Mission Statement: A Systematic Review of the Literature. *Academy of Management Proceedings*, 2017(1), 10729. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2017.10729ABSTRACT>
- Argandoña, A. (1998). The Stakeholder Theory and the Common Good. *Journal of Business Ethics*, 17(9), 1093–1102. <https://doi.org/10.1023/A:1006075517423>
- Argandoña, A. (2007). La Responsabilidad Social de la Empresa a la luz de la Ética. *IESE Business School - Universidad de Navarra*, 3(Documento de Investigación DI nº 708), 9. <https://econpapers.repec.org/paper/ebgiesewp/d-0708.htm>
- Argandoña, A. (2008). La responsabilidad social de las empresas pequeñas y medianas. *Pamplona: IESE - Universidad de Navarra (Cuadernos de La Cátedra “La Caixa” de Responsabilidad Social de La Empresa y Gobierno Corporativo, 1)*.
- Argandoña, & Antonio. (2013). Las empresas como transformadoras de la sociedad. *IESE Research Papers*. <https://ideas.repec.org/p/ebg/iesewp/d-1072.html>
- Ayuso, S., & Mutis, J. (2010). El Pacto Mundial de las Naciones Unidas-¿una herramienta para asegurar la responsabilidad global de las empresas? *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 4(2), 28–38.
<https://doi.org/10.3232/GCG.2010>
- Bali Swain, R. (2018). A Critical Analysis of the Sustainable Development Goals. In W. Leal Filho (Ed.), *Handbook of Sustainability Science and Research* (pp. 341–356). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-63007-6_20

- Beljansky, M., Puga, M. F., Castello, R., Buttazzoni, M., & Frisari, G. L. (2022). *Guía para el financiamiento climático en Argentina: oportunidades e indicadores para las instituciones financieras*.
<https://greenfinancelac.org/es/recursos/publicaciones/guia-para-el-financiamiento-climatico-en-argentina-oportunidades-e-indicadores-para-las-instituciones-financieras/>
- Biggeri, M., Bortolotti, L., Saccone, D., & Tassinari, M. (2023). Policy and political challenges for a better world: The United States and China pathways towards the 2030 Agenda. *Ecological Economics*, 209, 107821.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2023.107821>
- Biggeri, M., & Mauro, V. (2018). Towards a more 'Sustainable' Human Development Index: Integrating the environment and freedom. *Ecological Indicators*, 91, 220–231. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2018.03.045>
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Nueva York: Harper & Row.
- Brito Bravo, B. B., Pérez Espinoza, M. J., & Serrano Orellana, B. J. (2018). El rol trascendental de la competitividad en la búsqueda del desarrollo sostenible. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 106–113. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202018000200106&script=sci_arttext
- Brundtland, G. H. (1987). Our Common Future—Call for Action. *Environmental Conservation*, 14(4), 291–294. <https://doi.org/DOI: 10.1017/S0376892900016805>
- Buralli, R. J., Canelas, T., de Carvalho, L. M., Duim, E., Itagyba, R. F., Fonseca, M., Oliver, S. L., & Clemente, N. S. (2018). Moving towards the Sustainable Development Goals: The UNLEASH Innovation Lab experience. *Ambiente e Sociedade*, 21. <https://doi.org/10.1590/1809-4422asoc17ex0001vu18l1td>
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505.
<https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296mance>. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- Castillo Muñoz, C. A., Ripoll Feliu, V., & Urquidi Martín, A. C. (2020). Corporate social responsibility: Study on adherence to global reporting initiative (gri) in the

- disclosure of sustainability | Responsabilidad social empresarial: Estudio sobre la adherencia a global reporting initiative (gri) en la divulgación de sosteni. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(Special Is), 148–166.
- Castro Alfaro, A. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad en las organizaciones empresariales. *Revista INNOV A ITFIP*, 1(1), 78–89.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7964665>
- Chinchilla, N. (2007). *Ser una empresa familiarmente responsable: ¿lujo o necesidad?* (277-280. Pearson Prentice Hall, Madrid. *Revista Empresa y Humanismo* (ed.)).
http://www.toptenms.com/archivos/128/descargas/Libro_Nuria_ACE.pdf
- Chinchilla, N., Poelmans, S., & León, C. (2003). Políticas de conciliación trabajo-familia en 150 empresas españolas. *IESE Business School, IESE Research Papers*.
- Colina, J., & Senior, A. (2008). Balance social. Instrumento de análisis para la gestión empresarial responsable. *Multiciencias*, 8, 71–77.
- ¿Cómo ser Empresa B?. <https://www.sistemab.org/ser-b/>
- Cristina Ferreira Caldana, A., Marchiori Pacheco, L., Fernandes Rodrigues Alves, M., Henrique Paulino Pires Eustachio, J., & Bastos Fernandes dos Santos, N. M. (2022). Strategy implementation for the 2030 agenda: Insights from Brazilian companies. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 31(2), 296–306.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/beer.12409>
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Eisner, A. B. (2005). Strategic management : creating competitive advantages. In *Strategic Management By Sadler. En Irwin. McGraw Hill*. McGraw-Hill/Irwin.
https://books.google.com/books/about/Strategic_Management_Creating_Compitiv.html?hl=es&id=51PuAAAAMAAJ
- Drucker, P. (1984). *The New Meaning of Corporate Social Responsibility*. HarperCollins Publishers Inc., Nueva York.
<https://www.scirp.org/%28S%28vtj3fa45qm1ean45vffcz55%29%29/reference/referencpapers.aspx?referenceid=3101672>
- Drucker, P. F. (1954). The Practice of Management. In H. & Brothers (Ed.), *Harper & Brothers*. Harper & Brothers.
- Elkington, J. (1998). Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. Gabriola Island, BC. *Environmental Quality Management*, 8, 37–51.

<https://doi.org/10.1002/tqem.3310080106>

Elkington, J. (2001). The triple bottom line for 21st century business. *The Earthscan Reader in Business and Sustainable Development*, 20–43.

Fernandez-Maldonado Mujica, E. (2010). Los Trabajadores, sus Organizaciones y la Responsabilidad Social Empresarial en el Peru: Retos y Posibilidades. *Derecho PUCP*, 64.

<https://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/derecho64&id=281&div=&collection=>

Filho, W. L., Viera Trevisan, L., Simon Rampasso, I., Anholon, R., Pimenta Dinis, M. A., Londero Brandli, L., Sierra, J., Lange Salvia, A., Pretorius, R., Nicolau, M., Paulino Pires Eustachio, J. H., & Mazutti, J. (2023). When the alarm bells ring: Why the UN sustainable development goals may not be achieved by 2030. *Journal of Cleaner Production*, 407, 137108.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.137108>

Fontrodona, J. ., & Marín, S. (2019). Sostenibilidad y RSC. *Cuaderno 41 de La Cátedra CaixaBank. IESE*.

Foro de Expertos sobre RSE de España. (2007). Definición de la responsabilidad social corporativa. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Francisco, P. (2016). *Laudato si*. Carta Encíclica.

https://www.vatican.va/content/francesco/es/encyclicals/documents/papa-francesco_20150524_enciclica-laudato-si.html

Freeman, R. E. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. In *Cambridge University Press*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139192675>

Freeman, R. E. (1994). The Politics of Stakeholders. In *Business Ethics Quarterly* (Vol. 4).

Freeman, R. E., Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2008). Managing for stakeholders: Survival, reputation, and success. Yale University Press.

Friedman, M. (1970). The Social Responsibility Of Business Is to Increase Its Profits. *The New York Times Magazine*. <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>

García-Chiang, A. (2011). El comercio justo : ¿una alternativa de desarrollo local ?

Polis, 7(1), 105–140. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=s1870-23332011000100005&script=sci_arttext

- García-Sánchez, I.-M., Amor-Esteban, V., & Galindo-Álvarez, D. (2020). Communication Strategies for the 2030 Agenda Commitments: A Multivariate Approach. In *Sustainability* (Vol. 12, Issue 24). <https://doi.org/10.3390/su122410554>
- García Lozano, J. I. (2018). El Pacto Mundial, Punto de Convergencia en la Línea del Tiempo del Desarrollo Sostenible y la Responsabilidad Social Empresarial y su Influencia en las Empresas. *Dictamen Libre*, 23, 51–59. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.23.5146>
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1–2), 51–71. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000039399.90587.34>
- Gil, C. G. (2018). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): una revisión crítica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 140, 107-118.
- Gómez Patiño, D. P. (2011). El pacto global de las Naciones Unidas sobre la responsabilidad social, la anticorrupción y la seguridad. *Prolegómenos*, 14(28), 217–231. <https://doi.org/10.18359/prole.2388>
- Gudynas, E. (2000). *Inversión responsable para la competitividad sistémica: Nuevas dimensiones ambientales en la promoción del desarrollo sostenible en América Latina*. <https://bvirtual.indecopi.gob.pe/colec/egudynas.pdf>
- Gusmão Caiado, R. G., Leal Filho, W., Quelhas, O. L. G., Luiz de Mattos Nascimento, D., & Ávila, L. V. (2018). A literature-based review on potentials and constraints in the implementation of the sustainable development goals. *Journal of Cleaner Production*, 198, 1276–1288. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.07.102>
- Gustavo Mutis. (2018). Confianza empresarial y competitividad. In *liderazgoygestion.com*. [https://liderazgoygestion.com/articulos_gm/Confianza Empresarial y Competitividad.pdf](https://liderazgoygestion.com/articulos_gm/Confianza_Empresarial_y_Competitividad.pdf)
- Hamad, S., Lai, F. W., Shad, M. K., Khatib, S. F. A., & Ali, S. E. A. (2023). Assessing the implementation of sustainable development goals: does integrated reporting

- matter? *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 14(1), 49–74.
<https://doi.org/10.1108/SAMPJ-01-2022-0029>
- Huerta-Estévez, A., Andrade-Estrada, M. G., Huerta-Estévez, A., & Andrade-Estrada, M. G. (2021). Responsabilidad social empresarial en la misión, visión y valores de las principales empresas en México. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 31(57).
<https://doi.org/10.24836/ES.V31I57.1109>
- Kliksberg, B. (2004). Más ética, más desarrollo. *Ética y Gobernabilidad*, Nº. 3, 2003.
- Kliksberg, B. (2010). RSE: Una mirada desde América Latina. *Red Iberoamericana de Universidades Por La Responsabilidad Social Empresarial*.
- Kuhlman, T., & Farrington, J. (2010). What is Sustainability? In *Sustainability* (Vol. 2, Issue 11, pp. 3436–3448). <https://doi.org/10.3390/su2113436>
- Le, T. T., Tran, P. Q., Lam, N. P., Tra, M. N. Le, & Uyen, P. H. P. (2024). Corporate social responsibility, green innovation, environment strategy and corporate sustainable development. *Operations Management Research*, 17(1), 114–134.
<https://doi.org/10.1007/s12063-023-00411-x>
- Lee, B. X., Kjaerulf, F., Turner, S., Cohen, L., Donnelly, P. D., Muggah, R., Davis, R., Realini, A., Kieselbach, B., MacGregor, L. S., Waller, I., Gordon, R., Moloney-Kitts, M., Lee, G., & Gilligan, J. (2016). Transforming Our World: Implementing the 2030 Agenda Through Sustainable Development Goal Indicators. *Journal of Public Health Policy*, 37(1), 13–31. <https://doi.org/10.1057/s41271-016-0002-7>
- León, I. D. P., Campoverde, C. M. B., & Ortega, Y. C. (2021). Los emprendimientos verdes una alternativa de sostenibilidad para las pymes en la ciudad de Cuenca. *Visionario Digital*, 5(2), 6–29. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v5i2.1633>
- Lepenies, R., Büttner, L., Bärlund, I., Jax, K., Lyytimäki, J., Pedersen, A. B., Nielsen, H. Ø., Mosoni, C., Mille, R., Payen, G., & Richard, D. (2023). The politics of national SDG indicator systems: A comparison of four European countries. *Ambio*, 52(4), 743–756. <https://doi.org/10.1007/s13280-022-01809-w>
- Lindgreen, A., & Swaen, V. (2010). Corporate Social Responsibility. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 1–7.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00277.x>

- Lozano, R., & Barreiro-Gen, M. (2023). Organisations' contributions to sustainability. An analysis of impacts on the Sustainable Development Goals. *Business Strategy and the Environment*, 32(6), 3371–3382. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/bse.3305>
- Mastrapa Gutiérrez, B., & Sánchez Batista, A. (2017). Sistema integrado de costos de calidad y medio ambiente para la gestión y la sostenibilidad empresarial. *Revista Retos de La Dirección*, 11(1), 21–37.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552017000100003&lng=es&nrm=iso&tlng=en
- Mateus-Moreno, Y. M., Solis-Hernández, S. R., Solis-Hernández, Y. F., & Poveda-Galindo, C. J. (2019). Responsabilidad Social Empresarial. In *Informacion Tecnologica* (Vol. 30, Issue 5). <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000500001>
- Méndez-Beltrán, J. A., & Peralta-Borray, D. A. (2014). Reflexiones respecto a la responsabilidad social empresarial y la creación de valor económico desde la perspectiva de los proveedores. *Cuadernos de Contabilidad*, 15(38).
<https://doi.org/10.11144/javeriana.cc15-38.rrrs>
- Mora, D. (2023). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE TIENEN LAS MARCAS EN MEXICO Y COLOMBIA Y EL IMPACTO EN SU POSICIONAMIENTO. In *repository.usta.edu.co*.
<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/52171>
- Mosquera González, M. (2023). *El upcycling como estrategia de diseño y consumo sostenibles: análisis del comportamiento del consumidor y casos de éxito*.
<https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/34526>
- Müller, J. M., Kiel, D., & Voigt, K.-I. (2018). What Drives the Implementation of Industry 4.0? The Role of Opportunities and Challenges in the Context of Sustainability. In *Sustainability* (Vol. 10, Issue 1). <https://doi.org/10.3390/su10010247>
- Navarro, C., Chinchilla, N., & Heras, M. Las. (2012). Impacto de las políticas y prácticas de conciliación familia- trabajo en organizaciones venezolanas. *Revista Sobre Relaciones Industriales Y Laborales*, 9–26.
<https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/rrii2/article/view/2326>
- Naciones Unidas. (1992). Declaración de Río sobre el medio ambiente y el desarrollo. Naciones Unidas.

- Naciones Unidas. (2000). El Pacto Mundial de la ONU: La Búsqueda de Soluciones para Retos Globales | Naciones Unidas. Naciones Unidas. Retrieved September 23, 2024, from <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAsqueda-de-soluciones-para-retos-globales>
- Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Naciones Unidas. (2018). Objetivos de Desarrollo del Milenio. Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). [https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/millennium-development-goals-\(mdgs\)](https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/millennium-development-goals-(mdgs))
- Naciones Unidas. (2023, September 13). La Agenda para el Desarrollo Sostenible. La Agenda para el Desarrollo Sostenible - Desarrollo Sostenible. Retrieved September 23, 2024, from <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- ONU. (2010). Modelo de Gestión del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. *Naciones Unidas, Principio 1*, 1–19. <http://pactoglobal.org.ar/recursos/modelo-de-gestion-del-pacto-mundial-de-las-naciones-unidas/>.
- Orcasita, L., Teresa, ;, Yoshioka, A., Milena, ;, Alonso, A. ;, Heller, L. ;, Grandjean, S. ;, Paludi, M. ;, & Gómez-Sejnau, V. (n.d.). Avances en las prácticas de igualdad de género en organizaciones de América Latina. Revisión de literatura. *Redalyc.Org*, 35, 1–17. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao35.apigo>
- Perissé, M. C., Bursesi, N. H., & Salvato, E. J. (2022). El balance social como instrumento contable para el desarrollo socioeconómico sostenible. *RInCE*, 13(25), 1–2. <http://repositoriocyt.unlam.edu.ar/handle/123456789/1359>
- Portela, J., Viguera, J., Pastor, A., Huerta, M., & Otero, M. (2010). La Certificación LEED, como cumplir con un conjunto de normas para la sostenibilidad en el proyecto de ingeniería. *XVIII Congreso Nacional de Ingeniería Mecánica*, 18, 1–8. https://iacolingeneros.com/wp-content/uploads/2016/09/Certificacion_LEED.pdf
- Porter, M. E., Kramer, M. R., & Porter, M. E., y Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1-2 (January-February)), 62–77.

<https://doi.org/10.1108/09600039410055963>

Ramirez, J. (2018). La Responsabilidad Social Empresarial desde una perspectiva de desarrollo sostenible y su influencia en la competitividad empresarial de San Martín. *Revista Científica*, 7(1), 141–156.

<http://revistas.unprg.edu.pe/openjournal/index.php/revistacientifica/article/view/45>

Reyno, M. (2006). Responsabilidad Social Empresarial Como Ventaja Competitiva. In 2006. <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/>

Rodríguez Cruz, L. A., Cuevas Pérez, V., & Aguirre Sotelo, V. N. (2019).

Responsabilidad social empresarial a las responsabilidades en Derechos Humanos. *Política, Globalidad y Ciudadanía*, 5(10), 63.

<https://doi.org/10.29105/pgc5.10-3>

Rodríguez Guerra, L. C., & Ríos Osorio, L. A. (2016). Evaluación de sostenibilidad con metodología GRI. *Dimensión Empresarial*, ISSN-e 1692-8563, Vol. 14, Nº. 2, 2016, Págs. 73-90, 14(2), 73–90.

Rodríguez Rodríguez, J. (2017). Los objetivos del milenio y el desarrollo sostenible.

ÁNFORA, 15(25), 247–261. <https://doi.org/10.30854/anf.v15.n25.2008.188>

Ruiz Marfil, F. J. (2015). Las concepciones asociadas al desarrollo y la sustentabilidad a partir de la Declaración de Río en 1992. *Revista Electrónica Conocimiento Libre y Licenciamiento (CLIC)*, Clic, 1–27.

<https://convite.cenditel.gob.ve/revistaclic/index.php/revistaclic/article/download/778/734>

Saavedra García, M. L. (2012). La Responsabilidad Social Empresarial y las finanzas. *Cuadernos de Administración*, 27(46), 39–54.

<https://doi.org/10.25100/cdea.v27i46.81>

Sachs, J. D. (2012). From Millennium Development Goals to Sustainable Development Goals. *The Lancet*, 379(9832), 2206–2211. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(12\)60685-0](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(12)60685-0)

Sanahuja, J. A. (2014). De los Objetivos del Milenio al desarrollo sostenible: Naciones Unidas y las metas globales post-2015. *Anuario Ceipaz*, 7, 49–84.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4942588.pdf>

Saraite-Sariene, L., Alonso-Cañadas, J., Galán-Valdivieso, F., & Caba-Pérez, C.

- (2019). Non-Financial Information versus Financial as a Key to the Stakeholder Engagement: A Higher Education Perspective. *Sustainability 2020*, Vol. 12, Page 331, 12(1), 331. <https://doi.org/10.3390/SU12010331>
- SDG Compass. https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2016/06/SDG_Compass_Spanish-one-pager-view.pdf
- Sheehy, B., & Farneti, F. (2021). Corporate Social Responsibility, Sustainability, Sustainable Development and Corporate Sustainability: What Is the Difference, and Does It Matter? In *Sustainability* (Vol. 13, Issue 11). <https://doi.org/10.3390/su13115965>
- Sindicatura General de la Nación (s.f.). Balance social: un instrumento estratégico para avalar, difundir y multiplicar el ejercicio de la responsabilidad social. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/pts_12.pdf
- Ssossé, Q., Wagner, J., & Hopper, C. (2021). Assessing the Impact of ESD: Methods, Challenges, Results. In *Sustainability* (Vol. 13, Issue 5). <https://doi.org/10.3390/su13052854>
- Stafford-Smith, M., Griggs, D., Gaffney, O., Ullah, F., Reyers, B., Kanie, N., Stigson, B., Shrivastava, P., Leach, M., & O'Connell, D. (2017). Integration: the key to implementing the Sustainable Development Goals. *Sustainability Science*, 12(6), 911–919. <https://doi.org/10.1007/s11625-016-0383-3>
- Tanoira, B. (2007). Responsabilidad social empresarial : concepto y sugerencias para su aplicación en empresas constructoras Entrepreneurial Social Responsibility : concept and suggestions for its implementation in. *Ingeniería Revsita Academica*, 11, 65–72. <https://www.redalyc.org/pdf/467/46711307.pdf>
- Tawiah, V., Zakari, A., & Alvarado, R. (2024). Effect of corruption on green growth. *Environment, Development and Sustainability*, 26(4), 10429–10459. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03152-w>
- UN. (2015). *The 2030 Agenda and the Sustainable Development Goals*. 1141(1141), 1–94. <https://hdl.handle.net/11362/68017>
- Vidal-Salazar, M. D., Cordon-Pozo, E., & De la Torre Ruiz, J. M. (2015). Impacto de los Modelos de Compensación Flexible en la atracción y retención del talento. *UCJC Business and Society Review* (Formerly Known as Universia Business Review),

0(46 SE-Organización y Recursos Humanos).

<https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/1312>

Vives, A., & Peinado-Vara Editores, E. (2011). Desarrollo sostenible, ética, filantropía y responsabilidad social. *La Responsabilidad Social de La Empresa En América Latina*. [https://cmapspublic.ihmc.us/rid=1WCCGMV2N-PM4X2K-6WV0/La responsabilidad social en América Latina.pdf#page=31](https://cmapspublic.ihmc.us/rid=1WCCGMV2N-PM4X2K-6WV0/La%20responsabilidad%20social%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina.pdf#page=31)

www.valdiviesogroup.com

<https://welcome.atlasgov.com/es/blog/esg/matriz-de-materialidad-esg/>