

SERIE DE INVESTIGACIONES
No. 2

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE:

ALINEAMIENTO Y AVANCE DE EMPRESAS CON
PRESENCIA EN COSTA RICA

Roxana Víquez S.
Irene Víquez S.



LEAD
UNIVERSITY

38.972.8
V812o

Viquez S., Roxana

Objetivos de desarrollo sostenible (ODS): Alineamientos y avance de empresas con presencia en Costa Rica / Roxana Viquez S. e Irene Viquez S. -1ª. ed. - San José, Costa Rica : Editorial ULEAD, 2020.

98 páginas. - (Serie de Investigaciones ; n. 2).

ISBN

1. DESARROLLO SOSTENIBLE 2. DESARROLLO ECONÓMICO 3. COOPERACIÓN E INTEGRACIÓN 4. COSTA RICA I. Viquez S., Roxana II. Viquez S., Irene III.
Título

Código JEL: E23, F13, F15, F18, L21, L23, M14, O13, P16, Q01, Q56

Con el apoyo financiero de:



Diseño de Portada

Alejandra Matamoros Acosta

Formato y Estilo / Repositorio Digital

Lorne Cruz Saborío

Los conceptos incluidos en los artículos de esta revista son responsabilidad de sus autores, y no representan, necesariamente, el pensamiento u orientación de LEAD University.



Licencia Internacional Creative Commons
Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual 4.0



Haga click en la
página que desea
consultar.

CONTENIDO

LISTA DE CUADROS	5
LISTA DE GRÁFICOS	6
LISTA DE ANEXOS	6
ACERCA DE LOS AUTORES	7
PRESENTACIÓN	8
RESUMEN EJECUTIVO	9
CAPITULO I: METODOLOGIA	11
1. METODOLOGIA DEL ESTUDIO	11
1.1 Diseño del estudio	11
1.2. Fuentes de información	11
1.3. Tipo de muestreo	11
1.4. Tamaño de la muestra	11
1.5. Instrumentos de recolección de información	11
1.6. Alcance del trabajo de campo	12
CAPÍTULO II: ANTECEDENTES EL MUNDO SE PONE DE ACUERDO.....	12
2. ACUERDOS MUNDIALES QUE ANTECEDEN A LOS ODS	12
2.1. Cumbre de la Tierra y Consejo Mundial Empresarial	12
2.2. Pacto Global de NNUU: Invitación específica al sector privado empresarial	12
2.3. Objetivos de Desarrollo del Milenio: Abriendo brecha al desarrollo mundial	13
2.4. Los ODS: Un acuerdo de consenso para el 2030	14
2.5. El aporte de las empresas a los ODS	15
CAPÍTULO III: PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
3. EL ALINEAMIENTO DE LAS ENTREVISTADAS A LOS ODS	17
3.1. Perfil de sostenibilidad de las empresas entrevistadas.	17
3.2. Nivel de prioridad que otorgan las empresas a cada ODS	29
3.3. Grado de alineamiento de la estrategia de RSC al negocio	32
3.4. Conocimiento y vinculación de los empleados a la estrategia de sostenibilidad	33
3.5. Mecanismos de divulgación de la RSC y estrategia de sostenibilidad	36
3.6. Obstáculos encontrados para vinculación de la empresa con los ODS	40

CAPÍTULO IV: PROGRAMAS MÁS RELEVANTES PARA CADA ODS	41
4. INICIATIVAS MÁS RELEVANTES PARA EL LOGRO DE LOS ODS	41
4.1. OBJETIVO 1: FIN DE LA POBREZA. Poner fin a la pobreza en todas sus formas, en todo el mundo.....	41
4.1.1 Metas del ODS no. 1	41
4.1.2 Mecanismos de implementación	41
4.1.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	41
4.2. OBJETIVO 2: HAMBRE CERO. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible	42
4.2.1 Metas del ODS no. 2	42
4.2.2 Mecanismos de implementación	43
4.2.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	43
4.3. OBJETIVO 3: SALUD Y BIENESTAR. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades	43
4.3.1 Metas del ODS no. 3	43
4.3.2 Mecanismos de implementación	44
4.3.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	44
4.4. OBJETIVO 4: EDUCACIÓN DE CALIDAD. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje	45
4.4.1 Metas del ODS no. 4	45
4.4.2 Mecanismos de implementación	45
4.4.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	45
4.5. OBJETIVO 5: IGUALDAD DE GÉNERO. Lograr la igualdad entre géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas	47
4.5.1 Metas del ODS no. 5	47
4.5.2 Mecanismos de implementación	47
4.5.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	47
4.6. OBJETIVO 6: AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO. Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos	48
4.6.1 Metas del ODS no. 6	48
4.6.2 Mecanismos de implementación	48
4.6.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	49
4.7. OBJETIVO 7: ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos	49

4.7.1 Metas del ODS no. 7	49
4.7.2 Mecanismos de implementación	49
4.7.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	49
4.8. OBJETIVO 8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.....	50
4.8.1 Metas del ODS no. 8	50
4.8.2 Mecanismos de implementación	51
4.8.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	51
4.9. OBJETIVO 9: INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA. Invertir en infraestructura para lograr el desarrollo sostenible y empoderar a las comunidades en numerosos países	51
4.9.1 Metas del ODS no. 9	51
4.9.2 Mecanismos de implementación	52
4.9.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	52
4.10. OBJETIVO 10: REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES. Reducir la desigualdad en y entre los países.....	52
4.10.1 Metas del ODS no. 10	52
4.10.2 Mecanismos de implementación	53
4.10.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	53
4.11. OBJETIVO 11: CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	53
4.11.1 Metas del ODS no. 11	53
4.11.2 Mecanismos de implementación	54
4.11.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	54
4.12. OBJETIVO 12: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	54
4.12.1 Metas del ODS no. 12	54
4.12.2 Mecanismos de implementación	55
4.12.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	55
4.13. OBJETIVO 13: ACCIÓN POR EL CLIMA. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	55
4.13.1 Metas del ODS no. 13	55
4.13.2 Mecanismos de implementación	56
4.13.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	56

4.14. OBJETIVO 14: VIDA SUBMARINA. Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible	56
4.14.1 Metas del ODS no. 14	57
4.14.2 Mecanismos de implementación	57
4.14.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	57
4.15. OBJETIVO 15: VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES. Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad	58
4.15.1 Metas del ODS no. 15	58
4.15.2 Mecanismos de implementación	58
4.15.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	58
4.16. OBJETIVO 16: PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS. Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas	59
4.16.1 Metas del ODS no. 16	59
4.16.2 Mecanismos de implementación	59
4.16.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	59
4.17. Objetivo 17: ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS. Revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible	60
4.17.1 Metas del ODS no. 17 en Finanzas	60
4.17.2 Metas del ODS no. 17 en Tecnología	60
4.17.3 Metas del ODS no. 17 en Creación de capacidad	61
4.17.4 Metas del ODS no. 17 en Comercios	61
4.17.5 Metas del ODS no. 17 en Cuestiones sistemáticas	61
4.17.6 Metas del ODS no. 17 en Alianzas entre múltiples interesados	61
4.17.7 Metas del ODS no. 17 en Datos, supervisión y rendición de cuentas	61
4.17.8 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo	61
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES	62
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES	64

LISTA DE CUADROS

CUADRO 1	13
10 principios del pacto global.	
CUADRO 2	16
Objetivos de desarrollo del milenio (ODM) y objetivos de desarrollo sostenible (ODS). principales similitudes y diferencias.	
CUADRO 3	30
Objetivos de desarrollo sostenible a los que se alinean las estrategias de las empresas participantes.	
CUADRO 4	33
Grado de conocimiento que los diferentes niveles de la empresa tienen sobre las estrategias de RSC y sostenibilidad.	
CUADRO 5	35
Grado de vinculación que los diferentes niveles de la empresa tienen en las estrategias de RSC y sostenibilidad.	
CUADRO 6	36
Beneficios de la vinculación de los empleados a los programas de RSC y sostenibilidad, a través del voluntariado.	
CUADRO 7	36
Opinión de RSC sostenible sobre la relación de las empresas en Costa Rica con los ODS	
CUADRO 8	37
Medios de divulgación que utilizan las empresas para comunicar sus avances en materia de RS, sostenibilidad y ODS.	
CUADRO 9	38
Opinión de AED sobre la relación de las empresas en costa rica con los ODS	
CUADRO 10	40
Obstáculos identificados para el apoyo decidido de las empresas a los ODS	

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	32
Grado de alineamiento de la estrategia de RSC a la estrategia comercial, según el criterio de las empresas entrevistadas.	
GRÁFICO 2	34
Grado de conocimiento que los diferentes niveles de la empresa tienen sobre las estrategias de RSC y sostenibilidad.	
GRÁFICO 3	34
Grado de conocimiento que los diferentes niveles de la empresa tienen sobre las estrategias de RSC y sostenibilidad, según calificación.	
GRÁFICO 4	35
Grado de vinculación que los diferentes niveles de la empresa tienen en las estrategias de RSC y sostenibilidad, según calificación.	

ANEXOS

ANEXO 1	65
Personas entrevistadas por empresa y organización	
ANEXO 2	66
Perfil de organizaciones entrevistadas	
ANEXO 3	68
Objetivos de desarrollo del milenio (ODM)	
ANEXO 4	71
Principales logros de los objetivos de desarrollo del milenio	
ANEXO 5	72
Esfuerzos específicos para el logro del objetivo 8. Trabajo decente y crecimiento económico	
ANEXO 6	74
Empresas con programas que destacan por cada ODS	

ACERCA DE LOS AUTORES

Roxana Víquez Salazar tiene una Maestría en Administración de Empresas MBA con énfasis en Gerencia, de la Universidad Interamericana (CR) y una especialización en Ingeniería Financiera del Instituto Tecnológico de Monterrey, México. Por doce años (2006 – 2018) estuvo a cargo de la Dirección Regional de Responsabilidad Social y Sostenibilidad BAC Credomatic. Es experta internacional en desarrollo social y superación de la pobreza y ha ocupado en dos ocasiones el cargo de Presidente Ejecutiva del Instituto Mixto de Ayuda Social. Ha trabajado como consultora para Naciones Unidas y bancos multilaterales en 17 países de América Latina y el Caribe. Tiene amplia experiencia en la temática de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial, campo donde se ha desempeñado por más de dos décadas.

Irene Víquez Salazar, es Comunicadora con énfasis en Publicidad de la Universidad de Costa Rica. Además, cuenta con una certificación internacional en Life Coaching y está en proceso de certificarse como Coach de Innovación de The International School of Coaching, Barcelona, España. Durante su vida laboral se ha desempeñado y ha desarrollado amplia experiencia en área de la investigación de mercados, en el diseño de estrategias de comunicación y en el área del mercadeo digital. Además, ha ejercido como docente en diferentes universidades privadas y colaboró durante varios años con el Programa de Adiestramiento Ejecutivo en Mercadeo de la Universidad de Costa Rica. Actualmente, se desempeña también como consultora independiente y coach.

PRESENTACIÓN

El presente estudio ha sido una gestión impulsada y liderada por LEAD UNIVERSITY, con la colaboración de Roxana Víquez e Irene Víquez, como investigadoras asociadas. Su principal finalidad fue la determinación del nivel de alineamiento y grado de avance de un grupo de grandes empresas con presencia en Costa Rica, con respecto a su aporte para el alcance de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluidos en la agenda 2030 y aprobados por la ONU en el año 2015.

Desde esta perspectiva, el estudio pretende ser un primer corte del avance obtenido en esta materia luego de 5 años de aprobados los ODS, para una muestra pequeña de empresas, y que puede formar parte de una línea base de referencia para futuras acciones del sector privado empresarial, con relación al cumplimiento de dichos acuerdos para el 2030.

El estudio contó con la colaboración y la participación de empresas líderes en su industria y organizaciones promotoras del enfoque de sostenibilidad, así como del proyecto GAN Costa Rica (Global Apprenticeships Network Costa Rica). Las organizaciones colaboradoras fueron los siguientes (en orden alfabético):

Empresas y proyectos colaboradores del estudio

1. BAC Credomatic
2. Grupo Cuestamoras
3. DAVIVIENDA
4. Florida Ice and Farm (FIFCO)
5. GAN Costa Rica (Global Apprenticeships Network)
6. Phillip Morris International

Además de las empresas y proyectos que colaboraron con el estudio, se contó con la participación de 10 entidades adicionales, para un total de 16 organizaciones entrevistadas, a saber:

Otras entidades participantes del estudio

Empresas

1. Banco Nacional de Costa Rica
2. CARGILL
3. FLOREX
4. GBM
5. GRUMA
6. IBM
7. Sociedad de Seguros del Magisterio Nacional
8. Sykes

Organizaciones expertas

9. Alianza Empresarial para el Desarrollo

10. RS Sostenible

En el caso de las empresas comerciales, los profesionales entrevistados aportaron tanto su visión personal como su enfoque de sostenibilidad, desde la perspectiva de sus representadas.

En lo que corresponde a la AED y la empresa RS Sostenible, siendo organizaciones que fomentan y asesoran a diversas empresas para la adopción de buenas prácticas en la materia, estas aportaron una perspectiva más global, resultado de su amplio conocimiento y de la experiencia que resulta de su interacción permanente con compañías de todo tipo, y desde diversos ángulos.

De forma similar, el programa GAN Costa Rica (Global Apprenticeships Network Costa Rica), enfocado en el logro del ODS no. 8 'Trabajo decente y Crecimiento Económico', ofreció sus comentarios acerca de los esfuerzos que realizan para que las empresas incluyan este objetivo entre sus prioridades, y la forma como se han venido articulando iniciativas en la materia, que incluyen a varias de las empresas entrevistadas para el presente estudio.

Un detalle de las personas entrevistadas por cada una de las empresas y entidades participantes se incluye en el Anexo no. 1, y una descripción de las entidades expertas: AED, RS Sostenible y del proyecto GAN Costa Rica (Global Apprenticeships Network Costa Rica), en el Anexo 2 del presente Reporte.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio ha sido gestionado e impulsado por LEAD UNIVERSITY, con la colaboración de un grupo de grandes empresas con presencia en Costa Rica. Su principal finalidad fue la determinación del nivel de alineamiento y avance que estas han alcanzado con respecto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluidos en la agenda 2030 y aprobados por la ONU en 2015.

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS, constituyen un acuerdo mundial sin precedentes, posiblemente, el más importante, retador e inclusivo que la humanidad se haya propuesto en toda su historia. Estos marcan la ruta de la Agenda 2015-2030 que la mayoría de los países, a escala mundial, han refrendado y asumido para canalizar, alinear y ordenar sus esfuerzos en materia de desarrollo sostenible, con miras al alcance de las 169 metas cuyo logro cambiaría por completo la realidad mundial vigente.

En esta ruta, las empresas privadas encuentran formas específicas, claras y medibles de aportar, lo cual representa, además, una oportunidad novedosa para el crecimiento de sus negocios, abriendo nuevos horizontes de mercados, de productos y de servicios innovadores, que a su vez contribuyan al bienestar de la sociedad, desde un enfoque de desarrollo sostenible: económico, ambiental y social.

Entrando en los principales hallazgos de la investigación, es notorio que la totalidad de las empresas entrevistadas muestran un alto nivel de conciencia sobre los ODS, y han encontrado formas creativas de relacionar sus actividades con estos. Sin embargo, muy pocas presentan indicadores y objetivos numéricos para su contribución.

De igual forma, aún cuando estas dicen estar impactando varios, la mayoría, o todos los ODS, los aportes más relevantes apuntan a dos o tres de estos objetivos, para cada empresa. Si bien las empresas de la muestra, por su naturaleza, tamaño, cantidad de grupos de interés, y quehacer comercial normal, logran efectos que inciden directa o indirectamente, en casi todos los ODS, esto no significa que en todos los casos, y para todos los objetivos, hayan realizado un esfuerzo explícito.

Si bien las empresas han identificado de su acción ordinaria diversas actividades que inciden en uno o varios de estos Objetivos, este aporte no siempre es resultado de un esfuerzo adicional, incremental, explícito para impactar de forma relevante su logro. Es decir, muchas de las acciones señaladas son normales

a su quehacer, y aún cuando tienen un efecto positivo, directo o indirecto, sobre el logro de los ODS, no necesariamente y en todos los casos, fueron diseñadas específicamente para ello.

Lo anterior parece denotar falta de claridad sobre la forma como el sector empresarial debe vincularse con la Agenda 2015-2030, pues algunas de las iniciativas de sostenibilidad mencionadas, si bien están alineadas a la razón de ser de la compañía, no necesariamente tienen el enfoque de triple utilidad, que buscan y proponen los ODS. Se notan además brechas importantes en profundidad y cobertura entre las empresas participantes, así como diversos grados de alineamiento, enfoque y profundización en su aporte a los ODS.

En lo que respecta a la comunicación interna, el estudio muestra una tendencia clara: a mayor nivel jerárquico, mayor es el conocimiento de los ejecutivos, de las estrategias de sostenibilidad y de la propuesta que ofrecen los ODS. La información no parece llegar de igual manera a todos los niveles.

Esto tiene un efecto negativo para las empresas que dejan de lado esa valiosa oportunidad, pues un mayor conocimiento de los ODS facilitaría mayores aportes por parte de sus empleados, lo cual permitiría a la vez aprovechar mejor las rutas de innovación que abre este compromiso mundial y motivaría el desarrollo de nuevos productos y servicios que ayuden a avanzar hacia su logro.

En lo que respecta a la comunicación hacia otros públicos, existen también oportunidades de mejora relevantes para las empresas participantes en el estudio. La mayoría dice carecer de una estrategia clara y efectiva de comunicación en materia de sostenibilidad, lo cual limita su capacidad de capitalizar estos esfuerzos hacia el fortalecimiento de su reputación, imagen y valor de marca.

En lo que se refiere a los obstáculos que enfrentan las empresas para lograr mayor apoyo hacia el logro de los ODS, destacan dos muy relevantes: a) la falta de conocimiento de sus stakeholders, atribuible en parte por las debilidades en la comunicación ya señaladas; y b) la falta de comprensión del tema, por parte de los líderes, sobre el impacto que estos podrían tener para la sostenibilidad futura de su negocio. Lo anterior se traduce en nuevos obstáculos que se citan con menos peso relativo, pero que están relacionados: la injerencia excesiva de las áreas de control, la falta de personal dedicado al tema, la dificultad para encontrar aliados y para desa-

rrollar iniciativas que permitan mayor participación de los colaboradores en general.

Finalmente, un obstáculo importante parece ser la carencia de un enfoque sectorial para el abordaje de los ODS. Las cámaras continúan prácticamente ausentes y carecen del enfoque necesario para motivar a sus asociados a unirse y lograr las ambiciosas metas de desarrollo que proponen e impulsan los ODS.

Con respecto a los aspectos descritos, el estudio recomienda a las empresas encontrar y diseñar formas específicas, claras y medibles, de aportar al logro de las metas y objetivos que presentan los ODS y aprovechar mejor las oportunidades que este enfoque presenta para el crecimiento de sus negocios. Esto debe partir de un análisis interno, que permita el desarrollo de esfuerzos explícitos, novedosos, adicionales, incrementales y diferentes a sus actividades comerciales ordinarias.

En lo que respecta a la comunicación, se recomienda desarrollar una estrategia sólida y eficaz para todos sus grupos de interés, internos y externos, con el fin de lograr la vinculación efectiva de todos los niveles de la organización y, a la vez, aportar al fortalecimiento de la reputación, imagen y valor de marca de las empresas participantes.

Finalmente, parece muy necesario promover los enfoques sectoriales para el abordaje de los ODS, a través de la vinculación activa de las cámaras empresariales, hoy prácticamente ausentes en este tema.

CAPITULO I: METODOLOGIA

1. METODOLOGIA DEL ESTUDIO

1.1 Diseño del estudio

Este estudio es de naturaleza exploratoria pues su objetivo es la obtención de una perspectiva general con relación al tema y a las variables que comprende.

A través de esta metodología se podrá obtener una comprensión cualitativa de la gestión y avance de las empresas entrevistadas en relación con el tema de estudio.

1.2. Fuentes de información

- **Fuentes secundarias:** El análisis de fuentes secundarias permitió un primer acercamiento al tema y determinar aspectos fundamentales en cuanto a la selección de las empresas, así como la obtención de material valioso para complementar las entrevistas. Este incluyó lo siguiente:
 - Visita a los sitios web de las empresas candidatas a ser incluidas en el estudio.
 - Recopilación de informes de sostenibilidad y otros reportes relacionados de todas las empresas seleccionadas en la muestra.
 - Revisión del sitio web de MIDEPLAN en la sección relacionada con los Objetivos de Desarrollo.
 - Revisión de información sobre los Objetivos de Desarrollo (PNUD y otras fuentes).
 - Revisión de información sobre los Objetivos del Milenio (PNUD y otras fuentes).
 - Revisión del Pacto Mundial (PNUD y otras fuentes).
 - Otros documentos de referencia.
- **Fuentes primarias:** las fuentes primarias se recolectaron mediante entrevistas, como sigue:
 - **Entrevistas personales:** a profundidad a los voceros de las empresas de las áreas de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa.³
 - **Entrevistas a profundidad con expertos:** de empresas u organizaciones que apoyan a otras empresas en el tema de responsabilidad social y la sostenibilidad.⁴

1.3. Tipo de muestreo

Siendo esta una investigación de tipo cualitativa no-probabilística, la selección de los sujetos de estudio

se realizó a criterio experto de los investigadores, tomando en cuenta las siguientes variables:

- Que fueran empresas grandes, nacionales o internacionales, con operaciones en Costa Rica.
- Que tuvieran una estrategia de responsabilidad social corporativa y sostenibilidad clara, contando con publicaciones y documentos de respaldo de la misma.
- Que existiera evidencia de que la empresa realiza acciones en contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

1.4. Tamaño de la muestra

- 14 empresas, 13 grandes multinacionales, y 1 pequeña empresa, como caso ilustrativo, que cuentan con estrategias de responsabilidad social empresarial vigentes y que aportan a los ODS.
- 4 organizaciones expertas en el tema de RSC y sostenibilidad.

1.5. Instrumentos de recolección de información

Para realizar las entrevistas se utilizaron varios formatos de guías de preguntas, que en su mayoría fueron de carácter abierto, pero también se incluyeron algunas preguntas cerradas tipo encuesta, con el fin de obtener una valoración puntual en algunas de las variables.

Las preguntas que se formularon para las entrevistas están enfocadas directamente al logro de los objetivos de la investigación, y, por ende, tienen que ver con el alineamiento, compromiso, y magnitud de esfuerzos tangibles y recursos que las empresas están dedicando al aporte a los ODS.

En específico se contemplaron las siguientes variables:

- Determinación de los pilares que fundamentan la estrategia de responsabilidad social de cada empresa.
- Publicación de informes o reportes de sostenibilidad.
- Alineamiento de la estrategia de RSE, con la estrategia de negocio de la empresa.
- Nivel de alineamiento de la estrategia de RSE, con la estrategia de negocio de la empresa.
- Objetivos de desarrollo a los que apunta la estrategia de responsabilidad social empresarial.
- Temas o programas de RSE implementados en las empresas, objetivos de desarrollo sostenible a los que aportan, metas y medición de avances.
- Determinación de cuántas empresas cubren con sus programas el objetivo 8: Trabajo decente y

³ Las entrevistas a empresas no se incluyen en el presente informe abierto con el fin de respetar la privacidad de la información ofrecida por los participantes del estudio. Esta información estará accesible solo para las empresas que colaboraron con el mismo.

⁴ Las entrevistas a organizaciones no se incluyen en el presente informe abierto con el fin de respetar la privacidad información ofrecida por los expertos participantes en el estudio. Esta información estará accesible solo para las empresas que colaboraron con el mismo.

crecimiento económico, en la meta de facilitar la formación y mejora del nivel de empleabilidad de jóvenes en situación de marginalidad, pobreza y exclusión.

- Nivel de conocimiento de los diferentes niveles jerárquicos de la empresa con la estrategia de responsabilidad empresarial.
- Nivel de involucramiento de los diferentes niveles jerárquicos de la empresa con la estrategia de responsabilidad empresarial.
- Obstáculos para lograr el involucramiento de los diferentes niveles jerárquicos de la empresa con la estrategia de responsabilidad empresarial.
- Esfuerzos de divulgación realizados para dar a conocer los programas de responsabilidad social y los objetivos de desarrollo sostenible.
- Acciones o programas de mayor impacto para la empresa.
- Contribución de la empresa en el cumplimiento de los ODS para Costa Rica, en los ámbitos económico, social y ambiental.

Una copia de los instrumentos utilizados, se incluye en el Anexo 5 del presente estudio.

1.6. Alcance del trabajo de campo

El trabajo de campo se llevó a cabo por un período de alrededor de 8 semanas, que van de la segunda semana de agosto y hasta el 11 de octubre 2019.

Las entrevistas se realizaron tanto de forma presencial, como de forma virtual, a través de aplicaciones adecuadas como Zoom.

CAPÍTULO II: ANTECEDENTES EL MUNDO SE PONE DE ACUERDO

2. ACUERDOS MUNDIALES QUE ANTECEDEN A LOS ODS

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), objeto de análisis en el presente estudio, no surgen como una ocurrencia o propuesta aislada de los organismos internacionales competentes; por el contrario, son producto de una historia de acuerdos mundiales anteriores y de un diálogo global que viene fortaleciéndose en las últimas décadas, y que ha ido incluyendo, cada vez más, a los actores del sector privado empresarial.

Seguidamente se describen los eventos más importantes que marcan la ruta mundial hacia el desarrollo sostenible, dando especial relevancia a los hitos que definen la creciente participación del sector privado

empresarial, en temas relacionados con el desarrollo sostenible.

2.1. Cumbre de la Tierra y Consejo Mundial Empresarial

La ‘Cumbre de la Tierra’ es el nombre que se utiliza para denominar las Conferencias de Naciones Unidas sobre el Medio ambiente y su Desarrollo. Se trata de un encuentro internacional entre jefes de estado de todos los países del mundo, cuyo fin de alcanzar acuerdos sobre el medio ambiente, desarrollo, cambio climático, biodiversidad, entre otros temas relacionados. La primera de estas conferencias se realizó en Estocolmo, Suecia, en 1972. Veinte años después, se efectuó la segunda en Río de Janeiro (2002); la tercera se llevó a cabo en Johannesburgo (Sudáfrica) y la cuarta, denominada Río +20, fue celebrada nuevamente en Río de Janeiro, Brasil, en 2012.

El origen de la participación ‘oficial’ del sector empresarial en este importante foro se remonta a 1990, cuando Stephan Schmidheiny⁵, líder empresarial de origen Suizo, fue nombrado consejero principal del Secretario General para el Comercio e Industria, en el marco de la Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas (UNCED, Segunda Cumbre de la Tierra, Río de Janeiro en 1992).

Como resultado de su participación en este evento, Schmidheiny propuso a un importante grupo de Corporaciones líderes a escala mundial, la creación de un foro paralelo para el sector empresarial, que denominaron “Business Council for Sustainable Development” (Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible). De este primer encuentro surge el conocido libro ‘Changing Course’, donde Schmidheiny populariza el concepto de ‘desarrollo sostenible’ y acuña por primera vez el de ‘ecoeficiencia’⁶, como una práctica que hoy se ha convertido en exigencia ética para aquellas empresas que buscan ser responsables y sostenibles en el tiempo.

Cinco años más tarde (1995), el ‘Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible’ se fusionó con el ‘Consejo Mundial de la Industria para el Medio Ambiente’, dando origen a lo que hoy conocemos como el “World Business Council for Sustainable Development” –WBCSD– (Consejo Mundial Empresarial para Desarrollo Sostenible), que agrupa a más de 200 empresas líderes del mercado, que contribuyen activamente con este enfoque de desarrollo. El WBCSD tiene su sede principal en Ginebra, Suiza, y oficinas en Washington, Estados Unidos.

2.2. Pacto Global de NNUU: Invitación específica al sector privado empresarial

⁵ Wikipedia. Diciembre 20, 2019. https://es.wikipedia.org/wiki/Stephan_Schmidheiny

⁶ Ecoeficiencia: crear más productos y servicios, con una reducción en el uso de recursos y controlando la producción de residuos y la contaminación.

Unos años más tarde (1999), en la reunión anual del Foro Económico Mundial WEF (Foro de Davos⁷), y a partir de una iniciativa de las Naciones Unidas (ONU), surge el llamado ‘Pacto Global’ o ‘Pacto Mundial de Naciones Unidas’ (UN Global Compact), constituyéndose en una nueva invitación al sector privado empresarial para que se vincule de forma clara y activa al desarrollo de la sociedad.

Actualmente, con más 13.000 entidades firmantes, en más de 170 países, el Pacto Global es la mayor iniciativa voluntaria de responsabilidad social empresarial vigente en el mundo. Su fin es transformar el mercado, potenciando un sector privado más responsable y sostenible, sobre la base de los 10 principios de actuación, como se puede observar en el Cuadro 1.

El Pacto Global persigue dos objetivos principales:

- Incorporar los 10 Principios en las actividades empresariales de todo el mundo.
- Canalizar acciones en apoyo de los objetivos más amplios de las Naciones Unidas, incluidos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Las empresas, sindicatos y organizaciones de la sociedad civil que se adhieren a esta iniciativa, aceptan estos 10 Principios, comprometiéndose a implementarlos a nivel interno. Para sustentar su compromiso, deben presentar anualmente un Reporte o Memoria de Sostenibilidad, donde muestren sus avances con relación a la forma como incluyen los 10 Principios en las actividades de su organización.

Tras la aprobación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (2015), se otorgó al Pacto Mundial el mandato de sensibilizar y ayudar a las empresas a contribuir con esta nueva agenda.

Dado que los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS proporcionan un marco universal y coherente

para guiar las contribuciones empresariales, a escala local e internacional, aquellas empresas que se han adherido al Pacto Global, deben ahora trabajar de forma conjunta ambos marcos: los 10 Principios y los 17 ODS, como ejes transversales para las temáticas y fines que cada una persigue.

Con este enfoque, el inicial Pacto Global de Naciones Unidas evolucionó hacia un nuevo acuerdo del sector empresarial que denominaron: “Pacto Mundial por el Desarrollo Sostenible”. Este cambio ha permitido a los empresarios trabajar juntos y alineados a una visión compartida y global, sobre lo que debe ser su rol y su participación para lograr las metas que proponen los ODS, bajo un nuevo lema común: “Actuando Responsablemente y Encontrando Oportunidades”⁸.

2.3. Objetivos de Desarrollo del Milenio: Abriendo brecha al desarrollo mundial

En paralelo a los avances del sector empresarial citados en el aporte anterior, los gobiernos y organizaciones sociales, venían siguiendo su propia ruta de acuerdos. Así, en el año 2000, en la ciudad de Nueva York, con motivo de los múltiples acontecimientos que marcaron el cambio de ‘milenio’, tuvo lugar la llamada ‘Cumbre del Milenio’, donde los 189 países miembro de Naciones Unidas acordaron trabajar conjuntamente para alcanzar, para el año 2015, una serie de objetivos y metas que denominaron ‘Objetivos de Desarrollo del Milenio’ –ODM– todos ellos enfocados en la erradicación de las más graves problemáticas sociales que afectaban en ese momento a la población mundial.

Como ente coordinador y brazo ejecutor de este programa fue designado el PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo), con la colaboración de múltiples entes asociados, entre ellos: instituciones

CUADRO 1: 10 PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL

DERECHOS HUMANOS	ÁMBITO LABORAL	MEDIO AMBIENTE	ANTI - CORRUPCIÓN
Principio N° 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos. Principio N° 2. No ser cómplice de abusos de los derechos.	Principio N° 3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva. Principio N° 4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio. Principio N° 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil. Principio N° 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.	Principio N° 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. Principio N° 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. Principio N° 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	Principio N° 10. Las empresas e instituciones deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidos extorsión y soborno.

Fuente: Tomado del sitio United Nations Global Compact.

⁷ El **Foro Económico Mundial** (World Economic Forum, WEF), es una fundación sin fines de lucro con sede en Ginebra, que desde 1991 que celebra su reunión anualmente en el Monte de Davos (Suiza), por lo cual es también llamado **Foro de Davos**. Allí se reúnen los principales líderes empresariales con políticos internacionales, periodistas e intelectuales selectos, para analizar los problemas más apremiantes de la humanidad como la pobreza, la salud y el medio ambiente.

⁸ Las United Nations Global Compact. Nov. 30, 2019. <https://www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/development/GCforSDBrochure.pdf>

internacionales como el FMI, Banco Mundial, BID, agencias de NNUU (UNICEF, UNESCO, otras); gobiernos de los propios países beneficiarios; gobiernos de países no beneficiarios, que aportaron recursos económicos y tecnológicos; ONG locales e internacionales; instituciones privadas; academia y organismos de la sociedad civil.

El programa se centró en el logro de ocho objetivos (ver Anexo 3), enfocados en temas como la erradicación de la pobreza, educación primaria universal, igualdad de género, mortalidad infantil y materna, VIH/sida y protección al medio ambiente. El objetivo 8 por su parte, estableció la necesidad de ‘Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo’, con la finalidad de promover la integración del mercado y los mecanismos comerciales necesarios, para obtener los fondos y los créditos que garantizaran el logro de los 7 objetivos restantes.

Este acuerdo fue de enorme relevancia, por cuanto fue la primera vez en la historia de la humanidad, que la agenda internacional del desarrollo determinó una fecha para la consecución de acuerdos concretos y medibles, aprobados por consenso y apoyados por todos los países participantes. Los ODM contaron además con un respaldo político sin precedentes, manifestado en el compromiso de los niveles más altos de autoridad, tanto de los países desarrollados como aquellos en vías de desarrollo; de la sociedad civil y de múltiples instituciones, de diversa índole y naturaleza.

A pesar de su naturaleza, innegables virtudes y relevancia, los ODM todavía no llegaron a incluir de forma explícita al sector privado empresarial, dejando de lado también a otros grupos importantes, como la sociedad civil organizada, la academia y las ONG. Este fue un acuerdo netamente gubernamental, dirigido por organismos internacionales, y ejecutado a partir de iniciativas, principalmente, del sector público. Si bien hubo alguna participación de otros actores, este acuerdo mundial no contenía un llamado explícito ni definía formas específicas de participación y articulación para otros actores, más allá de las instituciones gubernamentales y organismos internacionales participantes, especialmente, las agencias de las Naciones Unidas.

En 2015 se llevó a cabo una evaluación de los avances logrados por los ODM, que mostró logros muy importantes, entre los que destacan: la disminución del hambre en un 50% de la población participante, al igual que la pobreza extrema. Por otra parte, bajaron notablemente los índices de mortalidad infantil y aumenta-

ron los niveles de escolarización.

De los países participantes, algunos indicaron haber cumplido con la totalidad de sus metas: Venezuela, Ucrania, España, Turquía, Canadá, Vietnam, Qatar y Rusia.

Los logros obtenidos por los ODM a 2015 (Ver Anexo 4) impulsaron a la ONU a querer profundizar el reto, pretendiendo alcanzar objetivos aún más ambiciosos, en una nueva agenda más integral y exigente, proyectada para año 2030, que se definió como los ‘Objetivos de Desarrollo Sostenible’ – ODS –.

2.4. Los ODS: Un acuerdo de consenso para el 2030

La decisión de preparar el conjunto de Objetivos de Desarrollo Sostenible, como continuidad a los ODM, fue adoptada por los Estados Miembro de NNUU en la ‘Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible’ (Río+20⁹), celebrada en Río de Janeiro en junio de 2012.

El cambio más importante que introdujo esta nueva agenda, fue el compromiso mundial alcanzado alrededor de un innovador enfoque denominado ‘desarrollo sostenible’: *“un modelo de desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades”*¹⁰. Bajo este nuevo enfoque, era necesario la promoción de esfuerzos concertados, que permitieran construir un futuro inclusivo, sostenible y resiliente, para todas las personas y el planeta.

Después de más de un año de negociaciones, el Grupo de Trabajo Abierto creado en el evento de Río, presentó sus recomendaciones, que se concretaron en lo que hoy conocemos como Objetivos de Desarrollo Sostenible. Así, el 25 de setiembre de 2015 se llevó a cabo la convocatoria a este nuevo acuerdo mundial, que ampliaba significativamente el alcance propuesto en Objetivos de Desarrollo del Milenio. Como parte de esta nueva agenda, promovida nuevamente por la ONU y gestionada por el PNUD, participaron los principales líderes de los países miembro, incluyendo a los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil.

De esta forma, 193 Estados Miembro de las Naciones Unidas (NNUU) llegaron a un consenso respecto de esta nueva ruta global de desarrollo, titulada “Transformar nuestro mundo: la Agenda de 2030 para el Desarrollo Sostenible”¹¹, que se concretó en 17 objetivos y 169 metas¹².

Los ODS coincidieron con otro evento histórico: el Acuerdo de París, aprobado en la Conferencia sobre el

⁹ Wikipedia. Noviembre 30, 2019. <https://es.wikipedia.org/wiki/Conferencia_de_Developmento_Sostenible_de_Naciones_Unidas>

¹⁰ Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas. Nuestro Futuro Común. Set. 1987.

¹¹ Sustainable Goals Knowledge Platform. Noviembre 30, 2019. <<https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>>

¹² United Nations. Nov. 30, 2019. <<http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals>>

Cambio Climático – COP21¹³– celebrado también en 2015. Junto con el Marco de Sendai¹⁴ para la Reducción del Riesgo de Desastres, firmado en Japón en marzo de 2015, estos acuerdos proveen un conjunto de normas comunes y metas viables para reducir las emisiones de carbono, gestionar los riesgos del cambio climático y reducir el efecto de los desastres naturales.

En enero del 2016, en la sede de NNUU en New York, los Objetivos de Desarrollo Sostenible fueron aprobados y suscritos por los países miembro. Desde allí, se establecieron las políticas, así como las formas de financiamiento necesarias para su consecución, marcando la ruta del desarrollo mundial para los siguientes 15 años.

Esta nueva agenda incluye nuevas esferas de acción que no estuvieron presentes en los ODM, como son: el cambio climático, la desigualdad económica, la innovación y el consumo sostenible. También plantea el reto de erradicar la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas del mundo, sin distinción, gocen de paz y prosperidad.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y las metas relacionadas con cada uno de ellos, tienen carácter global y son universalmente aplicables, tomando en cuenta la realidad, capacidad y nivel de desarrollo de cada país y respetando las políticas y prioridades nacionales. No son independientes entre sí, por el contrario, es necesario que se apliquen de manera integrada para lograr el impacto que pretenden, que es, ni más ni menos, el desarrollo de todos los países de forma equitativa.

Los ODS constituyen el acuerdo mundial más importante en la historia. Superan en mucho a los ODM; tienen un alcance más amplio y más comprehensivo ante los retos del desarrollo, por cuanto hacen frente integralmente a elementos que desde siempre estuvieron interconectados y que son indispensables para la sostenibilidad global: el crecimiento económico, la inclusión social y la protección ambiental, en un ambiente de justicia y paz, con el trabajo conjunto de todos los actores.

Las principales similitudes y diferencias entre los ODM y los ODS, se resumen en el Cuadro 2: El análisis que presenta el cuadro permite concluir que los Objetivos de Desarrollo Sostenible constituyen el acuerdo más comprehensivo y ambicioso en la historia de la humanidad. Es la primera vez que gobiernos, empresas, ONG, y ciudadanos de todos los rincones del planeta, se ponen de acuerdo para definir una ruta del desarrollo, común para todos, con objetivos y metas aprobadas por consenso. El mundo entero se une para definir esta agenda común, establece por consenso lo que se quiere,

y define formas para evaluar y medir los avances en esa ruta.

2.5. El aporte de las empresas a los ODS

La principal contribución que se espera de las empresas para el logro de los ODS, es que actúen de forma responsable en la gestión de sus negocios, buscando su propia sostenibilidad a través de un mejor aprovechamiento de oportunidades comerciales y estratégicas, pero que aporten a la vez a las metas que el mundo espera alcanzar. En resumen, lo que se espera es que las empresas alineen sus propios objetivos e intereses comerciales a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, produciendo un movimiento ganar-ganar para todos.

La implementación de la agenda hace un llamado al trabajo colaborativo a nivel mundial, destacando el *“rol vital de las empresas en alcanzar los ODS. El sector privado puede contribuir a través del core de su negocio, por lo que se hace un llamado al sector privado de valorar su impacto en esta agenda, plantearse objetivos ambiciosos y comunicar transparentemente sus resultados”*¹⁵, como lo dijo Ban Ki-moon, Secretario General de la ONU, en su discurso de anuncio de este reto mundial.

Los mercados y negocios no pueden ser fuertes sin sociedades sostenibles. Incluso las empresas más sólidas, son vulnerables: cuando se presentan situaciones de inestabilidad, de rompimiento de la paz; cuando trabajan en medio de poblaciones que carecen de las competencias necesarias para acceder al empleo que estas ofrecen; cuando los jóvenes no tienen acceso a la educación; cuando hay inseguridad social o cuando se presentan catástrofes, producto de los efectos del cambio climático. En ese sentido, la implementación exitosa de los ODS permitirá construir entornos más fuertes y más favorables al crecimiento de las operaciones de las empresas alrededor del mundo.

La Agenda de Desarrollo 2015-2030 tiene además el potencial de guiar las inversiones a largo plazo, la priorización estratégica de sus negocios y la planeación de objetivos del sector privado. Si bien no todos los ODS son relevantes para todas las empresas, su contribución parcial o total a esta agenda, conlleva sin duda el acceso y a la apertura de nuevos mercados, mejoras de su productividad, la mitigación de riesgos y mejoras en su reputación.

Por otra parte, las inversiones billonarias que gobiernos e inversionistas responsables del mundo entero están realizando para la consecución de problemas comprendidos por los ODS, ofrecen oportunidades muy atractivas de negocio, para aquellas empresas capaces de proporcionar nuevas tecnologías y soluciones alineadas a esta agenda.

¹³ Wikipedia. Nov. 30, 2019. <https://es.wikipedia.org/wiki/Conferencia_de_las_Naciones_Unidas_sobre_el_Cambio_Clim%C3%A1tico_de_2015>

¹⁴ UNISDR, Marco SENDAI para reducción de desastres. Nov. 30, 2019. <https://www.unisdr.org/files/43291_spanishsendaiframeworkfordisasterri.pdf>

¹⁵ Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Red España. El éxito de los ODS depende de que el sector empresarial se implique. Noviembre 30, 2019. <<https://www.pactomundial.org/2015/11/el-exito-de-los-ods-depende-de-que-el-sector-privado-se-implique/>>

CUADRO 2: OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO Y OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Principales similitudes y diferencias

ODM	ODS
Nacen de 'un escritorio' de NNUU; se presentan en varios foros y se discuten con líderes, especialmente gubernamentales; luego son validados por países miembro.	Se construyen a partir de un diálogo mundial, liderado por NNUU, donde participan millones de personas, a través de entidades de toda índole, públicas y privadas, así como más de 7 millones de individuos que asisten a la convocatoria mundial y brindan su opinión, sobre todo a través de espacios virtuales.
El compromiso se adquiere por parte de las NNUU y de los gobiernos de los países que suscriben el acuerdo.	El compromiso se adquiere por parte de todos los actores sociales: gobiernos de países miembro de NNUU, empresa privada, ONG, academia, y ciudadanos del mundo entero.
No hay participación explícita del sector privado empresarial.	Es la primera vez en la historia, que el sector privado se compromete y se integra en un acuerdo global de esta naturaleza.
Incluyen 7 objetivos y se plantea la estrategia de alianzas para el desarrollo, como objetivo número 8.	Incluyen 16 objetivos y una estrategia de alianzas más fortalecida, mejor descrita, con instrumentos específicos para la medición de los resultados y rendición de cuentas. (objetivo no. 17)
Incluyen 21 metas relacionadas con los 8 objetivos planteados.	Establecen 169 metas que concretan lo que se quiere lograr en cada uno de los 17 objetivos planteados.
Incluyen especialmente temas sociales como pobreza y educación, más un tema ambiental y la estrategia de alianzas.	Incluyen todos los temas necesarios para el desarrollo integral, desde 5 perspectivas o dimensiones: las personas (social), el planeta (ambiental), la prosperidad (económica), la paz y la alianza para el desarrollo. Lo más relevante es que destacan la correlación existente entre el desarrollo económico y social, en un medio de paz, así como la importancia de los recursos naturales para el logro de las metas globales. Presentan enfoque holístico e integral, del desarrollo.
Los países desarrollados no establecen metas a escala nacional; se toman en cuenta únicamente para apoyar con financiamiento y tecnología a los gestores, en beneficio de los países más pobres.	Los países desarrollados se suman al reto mundial, proponiendo su propia agenda nacional y metas específicas con respecto a estos objetivos. Se comprometen y participan en igualdad de condiciones con los países pobres. Mantienen su compromiso con relación al apoyo financiero y tecnológico para el logro de los objetivos.

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos.

CAPÍTULO III: PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN


3. EL ALINEAMIENTO DE LAS ENTREVISTADAS A LOS ODS

Como ya se señaló, el presente estudio contó con la participación de 14 empresas, en su mayoría grandes y

multinacionales. A continuación, se presenta un resumen del perfil de cada una de estas, así como los principales programas que están desarrollando con el fin de alinear sus esfuerzos a los ODS.

3.1. Perfil de sostenibilidad de las empresas entrevistadas.

Se colocan por orden alfabético, en formato de ficha técnica.

	
Industria:	Servicios Financieros
Reportes de sostenibilidad publicados:	10
ODS a los que pretende impactar:	7
Enfoque de gestión:	
Dimensión Social	<ul style="list-style-type: none"> • Educación financiera a stakeholders. • Pobreza cero: soluciones para empleados en pobreza multi-dimensional. • Voluntariado en capacitación y otros. • Equidad de género. • Fortalecimiento de ONG.
Dimensión Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de buenas prácticas ambientales internas y externas. • Certificación ISO 14001. • Carbono Neutralidad. • Análisis del riesgo ambiental y social (SARAS).
Dimensión Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento empresarial para PyMEs. • Gestión y fortalecimiento de la cadena de valor. • Bancarización de mujeres. • Inclusión de personas con discapacidad.
<p>Iniciativa de mayor impacto: Programa de Educación Financiera.</p> <p>Tiene como objetivo llevar educación y salud financiera al mayor número de personas en diferentes áreas: estudiantes, clientes, colaboradores e instituciones de gobierno. Para el 2021 la meta es capacitar 75.000 personas. A la fecha se ha superado la meta, con 79.156 personas capacitadas. Adicionalmente, el BAC es firmante de la Estrategia Nacional Financiera que se declaró de interés público por parte del actual Presidente de la República. Actualmente trabajan con personal del Ministerio de Seguridad Pública, y ya se tienen 177 policías capacitados. También se está comenzando a trabajar con el Poder Judicial, en esta misma línea, y se tienen otros programas con el INAMU y DINADECO. Por otra parte, se está desarrollando una herramienta de medición y evaluación de los estudiantes que llevan educación financiera en el MEP, para conocer el impacto que este programa tiene en el manejo de sus finanzas a largo plazo.</p>	



Industria:	Servicios Financieros
Reportes de sostenibilidad publicados:	2
ODS a los que pretende impactar:	17
Enfoque de gestión:	
Dimensión Social	<ul style="list-style-type: none"> • Banco para todos. • Cubre a sus colaboradores y a iniciativas de inversión social y comunitaria. • Promueve la educación e inclusión financiera, y la inversión social.
Dimensión Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Banco Verde. • Dos líneas de trabajo: Eco-eficiencia (interna) y Productos eco-eficientes (externa).
Dimensión Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Banco productivo. • Productos y servicios que garantizan el crecimiento sostenible de la institución.

Iniciativa de mayor impacto: Educación e Inclusión Financiera.

Ante el aumento significativo en la tasa de endeudamiento de la población, el Banco Nacional ha implementado la estrategia de educación e inclusión financiera conocida como Programa de Libertad Financiera.

El programa busca desarrollar habilidades en la población, que les permitan hacer un mejor uso de las herramientas financieras disponibles en el mercado y comprender los beneficios, costos y riesgos asociados a servicios como tarjetas de crédito, inversiones, créditos, instrumentos de ahorro, entre otros.

Se han establecido muchas alianzas, tanto con el sector público como el privado, así como con comunidades y organismos internacionales. El objetivo de estas alianzas ha sido llevar adelante el programa de educación financiera en el marco de la estrategia nacional y ampliar su cobertura. Algunos de sus aliados son: Estadio Ricardo Saprissa, Claro, Metropark, Zona Franca América, Sistema Nacional de Bibliotecas, el Ministerio de Educación Pública, INS, Dinadeco, Radio Columbia, Parque la Libertad, Estado de la Nación, entre muchos otros.

Para el 2019 se planteó la meta de impactar a 200.000 personas en condición vulnerable, incluyendo niños y jóvenes, mujeres en condición de pobreza, personas con discapacidad, y la población indígena, a quienes el banco brinda capacitación para enseñarles a manejar sus dispositivos digitales. Además, ha comenzado a programar cajeros automáticos en diferentes lenguajes indígenas, como el cabécar y el bribri; ha abierto sucursales en las zonas donde se ubican estas poblaciones, con personal capacitado para atenderlos en sus lenguas natales. Por otra parte, desarrolla el Programa Abuelitos Tecnológicos, enfocado en el adulto mayor, donde se les enseña a utilizar los dispositivos móviles del banco. Este programa les da la independencia de poder administrar su dinero.

También se trabaja este tema con asociaciones de desarrollo comunal, mediante el programa Transformando comunidades. Este programa se postuló en Latinoamérica Verde y obtuvo en el 4to. Lugar de reconocimiento, dentro de la categoría de finanzas sostenibles.



Industria:	Alimentaria
Reportes de sostenibilidad publicados:	12
ODS a los que pretende impactar:	8
Enfoque de gestión:	
Dimensión Social	<ul style="list-style-type: none"> • Nutriendo el futuro: Incluye capacitación en centros educativos enfocadas en el tema de seguridad alimentaria y nutrición, la creación de huertas y la mejora de infraestructura. • Voluntariado: Responsable de todos los programas que tiene Cargill. Se tienen iniciativas diversas. • Programa de seguridad vial para niños.
Dimensión Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Hogares sostenibles: Cadena entre huertos y hogares. • Programa bandera azul.
Dimensión Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Programa prosperando con nuestros clientes: Trabajo con MiPyMEs. Esto se está trasladando a un nuevo programa de franquicias sociales. • Política de inclusión y diversidad.
<p>Iniciativa de mayor impacto: Huertas escolares.</p> <p>Está enfocado en centros educativos y busca crear buenas prácticas en niños y docentes, enfocadas en el tema de seguridad alimentaria y nutrición, a través de los huertos infantiles.</p> <p>Cargill, junto a la ONG Glaswing, está adaptando los huertos escolares para que cumplan una función didáctica, de manera que los niños más pequeños puedan aprender, no sólo qué tipo de verduras y frutas se podrían sembrar ahí y en sus casas, sino que tengan otro tipo de aprendizaje; por ejemplo, que se aprendan los nombres de los productos, los colores, etc., y sobre el ecosistema.</p> <p>Adicionalmente, este programa apoya en la implementación de nuevas huertas, así como en la mejora de infraestructura y mobiliario de los comedores escolares. También se dona proteína, en la forma de huevos y pollo.</p> <p>Como una extensión del programa, se está creando una red de Hogares Sostenibles, donde se busca enlazar el tema de responsabilidad, la nutrición por medio de los huertos y el tema ambiental, con los hogares.</p> <p>El Programa de Seguridad Vial, ha capacitado a más de 3000 niños en centros educativos, en este tema.</p>	

Industria:	Agrícola, Construcción, Salud, Energía
Reportes de sostenibilidad publicados:	Ninguno
ODS a los que pretende impactar:	5
Enfoque de gestión:	
Dimensión Social	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestamoras Salud: • Venta de medicamentos a bajo costo.
Dimensión Ambiental	<p>Cuestamoras Bosques:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es una empresa B¹⁶. Combina la conservación con otras actividades productivas sostenibles. • Es una industria carbono negativa. <p>Cuestamoras Urbanismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de energías limpias y renovables. • Carbono neutralidad. • Programa bandera azul. • Compensación de la huella de gas invernadero durante el proceso constructivo. <p>Cuestamoras Salud:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa de disposición correcta de medicamentos.
Dimensión Económica	<p>Cuestamoras Urbanismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilizan una estrategia de transformación humana que implica: <ul style="list-style-type: none"> o Construcciones a gran escala. o Uso mixto del suelo, integrado a la comunidad. o Crear ciudades para poblaciones desatendidas. <p>Cuestamoras Salud:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a medicamentos para los costarricenses. <p>Cuestamoras Energía:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actualmente solo se hace comercialización. No funciona en Costa Rica. El objetivo a largo plazo es poder unirle a ese servicio de comercialización, otros servicios de eficiencia energética para los clientes.

Iniciativas de mayor impacto: Cuestamoras Bosques y Cuestamoras Urbanismo

Cuestamoras Bosques: Es una empresa B, que combina la conservación con otras actividades productivas sostenibles. Tiene más de 3500 hectáreas de bosques, donde, actualmente, se aplica un modelo de producción sostenible que internamente se le llama “construcción de bosque”. Este modelo utiliza una reforestación no tradicional, que busca emular el bosque no solo con una especie, sino con varias, y, además, combinarlas con otras actividades productivas en los niveles más bajos del bosque, que se pueden extraer sosteniblemente. A diferencia de la reforestación tradicional, este modelo nunca realiza una tala rasa de todas las áreas cultivadas. Además, estos nuevos cultivos que emulan el bosque sirven como barrera de contención para la biodiversidad y proveen otros servicios ambientales, que la reforestación tradicional no provee, como la protección del agua.

Es la única unidad 100% carbono neutral, y certificada por el programa país a propósito de temas climáticos. Es una industria limpia, carbono negativo, pero además que mide sus impactos. Con ayuda del Centro Científico Tropical, hace aproximadamente 3 años, se realizó una primera cuantificación con base científica del valor económico de los servicios ecosistémicos que proveen sus propiedades (belleza escénica, cuidado del agua, protección a la biodiversidad y captura de carbono o temas climáticos), entre otras cosas. La unidad está en el top 10, entre el 10% de las mejores empresas B a nivel del mundo en el tema ambiental.

Cuestamoras Urbanismo: Desde el inicio Cuestamoras quiso hacer una estrategia de transformación urbana, que incluyó la identificación de lugares donde se pudiera hacer ciudad. El uso mixto de suelos y de la creación servicios para poblaciones desatendidas. A esto se le suma, el incluir prácticas ambientales sostenibles en sus proyectos.

El proyecto Oxígeno es un buen ejemplo de esta estrategia, pues es el que tiene mayor cantidad de paneles solares en unidades en Costa Rica, y el 50% del abastecimiento de áreas comunes de energía eléctrica es de autoconsumo. Además, este y todos los proyectos, tienen un objetivo de carbono neutralidad dentro de un programa que llaman “La Ruta de la Carbono Neutralidad”.

Por otra parte, **Cuestamoras Urbanismo** tiene programas de bandera azul para atender los procesos de huella de gas invernadero, y su verificación. Dentro del modelo económico de rentabilidad se incluyó la compensación total de su huella de gas efecto invernadero en etapa constructiva. Esto es un hito, pues no es una práctica común y es la primera vez que se hace.

El diseño de la operación está hecho para integrarse a la comunidad y generar interacción social.

¹⁵ Empresa B: La **Empresa B** (ó B Corporation) es un tipo de empresa que utiliza el poder del mercado para dar soluciones concretas a **problemas sociales y ambientales**. Opera bajo altos estándares sociales, ambientales y de transparencia y por sus estatutos toma decisiones corporativas legalmente vinculantes considerando no sólo los intereses financieros de sus accionistas, sino también otros intereses y de largo plazo tales como la de los empleados, los proveedores y clientes, la comunidad a la que pertenecen y el medio ambiente. Surge como iniciativa de **B Lab**, una compañía cofundada en 2006 por Jay Coen Gilbert desde la que se trata de crear las condiciones necesarias para que prosperen las empresas que tienen vocación sostenible.



Industria:	Servicios Financieros
Reportes de sostenibilidad publicados:	9
ODS a los que pretende impactar:	15
Enfoque de gestión:	
Dimensión Social	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión y promoción del talento humano en colaboradores. Oportunidades de crecimiento, capacitación y desarrollo. • Programa de Educación Financiera a stakeholders. • Innovación y transformación digital. • Programas filantrópicos: <ul style="list-style-type: none"> o Apoyo a programas de Junior Achievement. o Premio a la innovación Social Skin. o Gestor del programa de bienestar Cultivarte. • Voluntariado Corporativo.
Dimensión Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de ecoeficiencia en la operación interna. • Análisis de Riesgo Ambiental y Social (SARAS) a una amplia gama de clientes empresariales. • Apoyo crediticio a proyectos de energías renovables. • Productos y servicios alineados a beneficios ambientales.
Dimensión Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de riesgos corporativos. • Gestión de cadena de valor. • Calidad de la cartera de clientes.

Iniciativas de mayor impacto: SARAS, MIS FINANZAS EN CASA, CULTIVARTE, SOCIAL SKIN Y EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO

SARAS: Es un sistema de análisis de riesgo ambiental de todos los clientes empresariales con actividades con mediano y alto potencial de impacto ambiental. Se realiza una profunda evaluación de las actividades del cliente y de las herramientas que posee para manejar sus impactos, en un proceso de búsqueda de la mejora continua. Se realizan análisis de entrada de los clientes y evaluaciones anuales con el establecimiento de planes de acción en caso de requerir mejoras en su gestión. Este sistema está implementado desde el año 2008.

MIS FINANZAS EN CASA: Programa de educación financiera que promueve la reflexión en cuanto al manejo de las finanzas y del consumo y orienta a los usuarios en el establecimiento de metas y administración de sus ingresos a través de la planificación y el presupuesto. Son 6 cursos totalmente interactivos y en línea, accesibles para cualquier persona de forma gratuita. Cuenta además con la sección infantil Monetarium, que contiene 4 cursos de educación financiera para niños en edad escolar.

CULTIVARTE: Consiste en la creación de espacios de bienestar para jóvenes y niños que viven en comunidades de alto riesgo y vulnerabilidad. Surge como resultado de una alianza público-privada entre gobiernos locales, DAVIVIENDA, y eventualmente, un tercer miembro (por ejemplo, el IMAS). Se utilizan los espacios para enseñar valores y habilidades para la vida a través del juego, el arte y la cultura, desarrollando actividades lúdicas que propicien en los niños y jóvenes la creatividad, la sana convivencia, el trabajo en equipo y la identificación de nuevas oportunidades. Son espacios acondicionados con computadoras, libros, juegos, cine, donde ellos están seguros, pensando y haciendo cosas positivas, aprendiendo a compartir y a cuidar los recursos. En Costa Rica hay 2, uno en Guácimo de Limón y otro en Barrio San José de Alajuela

SOCIAL SKIN: Concurso que premia a jóvenes con emprendimientos sociales o ambientales. Clasifica a los emprendimientos en categorías que están enmarcadas dentro de los ODS y además de premios económicos, brinda acompañamiento a los ganadores a través de la Fundación Bolívar DAVIVIENDA, en diversidad de temas para apoyarlos a mejorar su gestión.

PROGRAMA DE VOLUNTARIADO: Se llevan a cabo gran cantidad de iniciativas ambientales y sociales para apoyar Parques Nacionales, gestiones municipales, educación financiera y el programa Cultivarte, donde el colaborador se involucra, aprende y se identifica con el tema. Esto genera un sentido de propósito y solidaridad entre colaboradores y con el tema de sostenibilidad.



Industria:	Alimentos y Bebidas
Reportes de sostenibilidad publicados:	10
ODS a los que pretende impactar:	10
Enfoque de gestión:	
Dimensión Social	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación Great Place to Work. • FIFCO Oportunidades: Eliminar pobreza multidimensional entre colaboradores. • Estar Bien: Programa de seguridad y bienestar laboral, incluyendo nutrición • Capacitación a colaboradores. • Creación de UFIFCO (universidad virtual de la empresa). • Promoción consumo inteligente bebidas alcohólicas. • Programa de voluntariado. • Empresa social Nutrivida: <ul style="list-style-type: none"> o Erradicar la desnutrición infantil o Desarrollar red de mamás Pro Nutrición (promoción de emprendedurismo) • Formación dual. • Involucramiento con comunidades donde operan. • Gestión ética, reporte integrado.
Dimensión Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Agenda Agua Positiva, compensación adicional a la condición de neutralidad. • Proyecto de reducción de emisiones. <ul style="list-style-type: none"> o Apuntan a ser 100% carbono positivo. • Cero desechos (meta alcanzada). • Océanos y programas de reciclaje post-consumo: <ul style="list-style-type: none"> o Se tiene meta de llegar al 100% de recuperación y reciclaje de envases. o Se está desarrollando el primer envase elaborado 100% de resina natural.
Dimensión Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Se tiene la meta de duplicar ventas y rentabilidad de la compañía. • Evolución en el sistema de atención al cliente.
<p>Iniciativas de mayor impacto: Océanos, Consumo Inteligente Integral, Voluntariado</p> <p>Océanos, es una prioridad, pues se trata de la reformulación del plástico, lo cual responde a una necesidad mundial en el tema de contaminación. Por otra parte, todos los esfuerzos de la agenda ambiental: agua, residuos y carbono positivo, son sumamente importantes.</p> <p>Consumo Inteligente Integral: está educando a la población a hacer un consumo responsable del alcohol.</p> <p>La agenda de voluntariado, porque es a través del involucramiento directo de los colaboradores, que la persona experimenta que el tema de sostenibilidad tiene un impacto real interno y externo para la empresa.</p>	



Industria:	Productos de Limpieza
Reportes de sostenibilidad publicados:	7
ODS a los que pretende impactar:	6
Enfoque de gestión:	
Dimensión Social	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de educación en sostenibilidad. • Capacitación externa para colaboradores. • 100% contrataciones a personas de la comunidad.
Dimensión Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas de operación que buscan prevenir la contaminación y dar un mejor uso a los recursos: <ul style="list-style-type: none"> o Reutilización de envases. o Reducción de uso agua potable. Tratamiento a aguas residuales. o Gestión responsable de residuos. o Carbono positivos. o Procesos de innovación en productos químicos de limpieza sostenibles y de bajo impacto ambiental. o ISO 14001 INTE 12.01.06, Bandera Azul ecológica, Esencial Costa Rica o Programas de Educación ambiental. o Participación activa en comités técnicos, sesiones de consulta y mesas de trabajo relacionados con el tema de producción y consumo responsables.
Dimensión Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de empleo inclusivo a grupos vulnerables: jóvenes, mujeres, personas con discapacidad: <ul style="list-style-type: none"> o Disminuir las acciones de diferenciación entre géneros para Grupo Florex. o Liderazgo empresarial para mujeres, participación en fuerza laboral. o Capacitaciones de lenguaje inclusivo para colaboradores.
<p>Iniciativa de mayor impacto: Inserción laboral de grupos vulnerables</p> <p>Mejorar la inserción laboral de grupos vulnerables, mediante dos mercados meta: jóvenes estudiantes y personas en condición de discapacidad.</p> <p>Tener las políticas y sistemas de calidad, ambiente y social integrados.</p>	



Industria:	Tecnología de la Información
Reportes de sostenibilidad publicados:	4
ODS a los que pretende impactar:	13
Enfoque de gestión:	
Dimensión Social	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de donación de alimentos a poblaciones vulnerables o ante catástrofes naturales. • Modelo Wellness (modelo de desarrollo social). Fortalecimiento del bienestar integral del colaborador. • Promoción de la educación de calidad mediante la donación de equipo tecnológico y preparación técnica a diferentes instituciones. • Promoción de la educación de mujeres en el ámbito de la tecnología. • Acciones y políticas para la reducción de las desigualdades. • Voluntariado.
Dimensión Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto de carbono neutralidad. • Política de no uso de plástico. • Manejo responsable de desechos y recolección de desechos electrónicos.
Dimensión Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de reducción del endeudamiento, enfocado a colaboradores. • Expansión de la economía, como objetivo de la empresa. • Reducción de la brecha digital mediante soluciones integrales de tecnología. • Comité de innovación para la reducción de gastos internos de la compañía. • Múltiples alianzas público-privadas.
<p>Iniciativas de mayor impacto:</p> <p>Todas las iniciativas que GBM fomenta, persiguen un objetivo estratégico. No son actividades que se realizan azarosamente o por una cuestión filantrópica. Cada una de estas ha sido diseñada con objetivos alineados a las causas corporativas.</p> <p>No obstante, una de las noticias más resaltantes en el último período es la verificación de Carbono Neutralidad. Esta iniciativa coloca a la empresa en un porcentaje bastante bajo de empresas que tienen esta acreditación a nivel nacional; un aproximado de 150 empresas en el país de las 22.000 inscritas aproximadamente (según el INEC).</p> <p>Además, GBM se ha alineado al Programa País v2, lo que se considera de suma importancia. Se han unido a una aguja país que busca la descarbonización de la economía en Costa Rica para el año 2021.</p>	



Industria:	Alimentaria
Reportes de sostenibilidad publicados:	No tienen reporte de sostenibilidad.
ODS a los que pretende impactar:	6
Enfoque de gestión:	
Dimensión Social	<ul style="list-style-type: none"> • Salud y la nutrición: Productos enriquecidos. • Programa Manos a la masa: <ul style="list-style-type: none"> o Apoyo a microempresarios de la tortilla, con producto y maquinaria. o Capacitación a proveedores y distribuidores. o Educación al consumidor.
Dimensión Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de los consumos de agua y energía, tanto en la producción como en el uso de los productos. • Tratamiento eficiente de las aguas residuales. • Uso de energías limpias: <ul style="list-style-type: none"> o Proceso totalmente limpio y de energía renovable para arroz Elefante y Luisiana. • Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. • Planta de palmito cuenta con certificación no GMO, y la certificación SQF de inocuidad. Tienen el sello de Esencial Costa Rica. • Uso de paneles solares para generar la energía.
Dimensión Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Se está trabajando en el objetivo de Cero Pobreza a través de la asociación solidaria. • Apoyo a Pymes lideradas por mujeres. • Desarrollo de la cadena de valor. • Generación de empleo directo e indirecto.
<p>Iniciativa de mayor impacto: Apoyo a PyMEs</p> <p>El Programa de mayor impacto es apoyo a las PyMEs, con las microempresarias de la tortilla. Costa Rica consume menos tortillas artesanales que el resto de los países centroamericanos, pero en los demás países donde operan (Honduras, Nicaragua, Guatemala y El Salvador) las tortillerías hacen sus tortillas con harina de DEMASA.</p> <p>La empresa apoya a estas micro-empresarias, entregándoles producto, maquinaria y se les brinda capacitación para que puedan hacer su negocio más eficiente, e inclusive, iniciar su negocio propio.</p>	



Industria:	Tecnología de la Información B2B
Reportes de sostenibilidad publicados:	18 global, ninguno local.
ODS a los que pretende impactar:	17
Enfoque de gestión:	
Dimensión Social	<ul style="list-style-type: none">• Programa de voluntariado. Donaciones y horas de voluntariado.• Programa Well-being. Beneficios para la salud y bienestar de los colaboradores.
Dimensión Ambiental	<ul style="list-style-type: none">• Green team: Se trabaja de acuerdo a certificaciones de Carbono neutralidad y Bandera azul.• Programa Call for Code: Incentivar proyectos específicos sobre el cambio climático en estudiantes, para el desarrollo de skills con uso de tecnología IBM.
Dimensión Económica	<ul style="list-style-type: none">• Talleres de ciudades inteligentes. Motivar a lograr mejoras en la comunidad a través de la tecnología.• IBM Experience: Charlas de capacitación y eventos de empoderamiento a jóvenes para el estudio de carreras tecnológicas.• Programas relacionados con igualdad de género.• Alianzas público privadas.
Iniciativas de mayor impacto:	
Costa Rica: Todo lo relacionado con la educación de los colaboradores, estudiantes y comunidad en tema del uso y aprovechamiento de la tecnología, es lo que impacta en mayor medida. No se tiene la medida del impacto, pero si sabe que se tiene un gran efecto en conocimiento. <ul style="list-style-type: none">• Asociado a nivel interno: Skills e- learning. Se tienen plataformas muy robustas para que los colaboradores y otras personas puedan tener el aprendizaje adecuado y puedan sobrepasar esa barrera de los skills, que ahora tienen una duración mucho más corta que antes. Ahora un skill dura 5 años, mientras antes podía durar hasta 15 años. Este aceleramiento es muy importante para IBM, y se hace tanto a lo interno como a lo externo, para el potenciamiento de los skills.• Formación STEM: Como impulsar a los chicos de pequeños para que quieran estudiar carreras de tecnología, principalmente en el segmento de las mujeres.	
Programa de salud y bienestar, Well being: Este programa tiene ciertas aristas para incentivar la salud, chequeos médicos, médico de empresa, balance de vida, asesoría financiera, revisiones psicológicas. Es un programa muy robusto enfocado al colaborador y extensible a su familia.	

Industria:	Tabacalera
Reportes de sostenibilidad publicados:	4 globales
ODS a los que pretende impactar:	17
Enfoque de gestión:	
Dimensión Social	<ul style="list-style-type: none"> • Transformación del negocio: la meta es el reemplazo completo del cigarrillo convencional por alternativas significativamente menos dañinas para la salud que funcionan sin combustión. • Proyecto con Voces Vitales. Mentoría para apoyar a mujeres emprendedoras en condición de pobreza. • Aliados del programa Hogar Siembra. • Condiciones laborales justas y beneficios para colaboradores.
Dimensión Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • En Costa Rica: Proyecto piloto que incluye campaña educativa sobre la contaminación por colillas de cigarrillo; recolección y reciclaje de las mismas. • En países donde fabrican buscan la certificación de la Alianza para el agua. • Programas de energía asequible y no contaminante (combustibles renovables y trazables).
Dimensión Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización responsable dirigida únicamente a adultos fumadores y prevención al acceso y uso por parte de menores de edad. • Código de ética y cultura de cumplimiento. • Determinación de fuentes de materias primas y suministros en forma responsable. • Lucha contra el comercio ilícito de los cigarrillos. • Certificación EQUAL SALARY.
<p>Iniciativas de mayor impacto: Certificación Equal Salary, Alianza Voces Vitales, Programa de Ética</p> <ul style="list-style-type: none"> • Área de equidad e inclusión: Certificación Equal Salary: <p>Esta certificación busca la equidad en el salario entre hombres y mujeres, pero también, trata de cerrar la brecha salarial entre las jerarquías de trabajo.</p> <p>En el caso de PMI a nivel global, la meta para el año 2022 es que el 40% de las posiciones de gerencia sean ocupadas por mujeres. En el caso de CR esa meta está más que superada.</p> <p>A nivel global PM tiene la certificación Equal Salary y Costa Rica también la obtuvo en el 2019. Costa Rica aprobó la Ley de Igualdad Salarial, y PMI fue invitado a participar en un Foro organizado por AmCham, siendo tomados en cuenta como una empresa de “best practice” en ese sentido.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyecto con Voces Vitales: <p>En el 2019 se trabajó Costa Rica, El Salvador y Guatemala con 600 mujeres (200 por país) que tienen emprendimientos de subsistencia. Se les ofreció capacitación en diferentes áreas, mercadeo, ventas, finanzas, comercial, etc. A la fecha, en Costa Rica, 52 beneficiarias han recibido mentoría en estos temas, y la idea es que, una vez que las personas terminan la mentoría, puedan llevar adelante sus negocios de manera más formal y superar la línea de pobreza. La capacitación que estas beneficiarias recibieron la brindaron voluntarios de PMI, en coordinación con las municipalidades. Se busca que el programa sea auto-sostenible de manera que las beneficiarias continúen con sus emprendimientos una vez terminada su participación en el mismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética y cumplimiento: <p>Se trabaja constantemente para que los principios éticos que promueve la empresa se incorporen al ADN de la organización. Todo forma parte del proceso de transformación que se va a reflejar en los productos, cuya meta es contribuir a un mundo libre de humo.</p>	

Industria:	Aseguradora
Reportes de sostenibilidad publicados:	2
ODS a los que pretende impactar:	5
Enfoque de gestión:	
Dimensión Social	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Yo respeto: Charlas para el personal en derechos humanos, código de ética, inclusión laboral, proyectos dirigidos al adulto mayor, ahorro en las escuelas, y otros. • Programa Yo trabajo en sociedad: <ul style="list-style-type: none"> o Salud y seguridad ocupacional. o Campañas de salud para colaboradores. o Capacitación para colaboradores.
Dimensión Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Yo pienso verde: <ul style="list-style-type: none"> o Capacitación a escuelas en el tema ambiental. o Capacitación interna en temas de energía. o Acciones de voluntariado. • Carbono neutralidad.
Dimensión Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Charlas y cápsulas informativas de educación financiera. • Programa de fomento de responsabilidad social a proveedores A.
<p>Iniciativa de mayor impacto: Relacionamiento con grupos de interés</p> <p>La presentación de la estrategia de responsabilidad social y de conocer lo que esperaban las partes interesadas, generó un efecto motivador con el sector Magisterial; incluso con los proveedores.</p> <p>A inicios del año pasado este grupo se fue empapando del tema por el esfuerzo de la Sociedad de Seguros. Este año, fue una grata sorpresa ver cómo estos proveedores clase A, compartían su experiencia con otros proveedores, diciendo lo importante que había sido para ellos conocer sobre el tema. Además, manifestaron que, al comenzar a alinear sus esfuerzos en esa dirección, les había abierto las puertas para poder participar en licitaciones con otras empresas, y les daba una ventaja a nivel competitivo.</p>	



Industria:	Soluciones de contacto con clientes (Centros de servicio al cliente para empresas)
Reportes de sostenibilidad publicados:	3
ODS a los que pretende impactar:	6
Enfoque de gestión:	
Dimensión Social	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de enseñanza de inglés y técnicas a bajo costo para capacitar personas al mercado laboral. • Enseñanza de inglés para escuelas y colegios.
Dimensión Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 14001. • ISO 50001. • Carbono neutro y Bandera azul.
Dimensión Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación por medio de la academia de inglés. • Políticas de equidad de género para motivar mujeres en carreras técnicas. • Alianzas público-privadas con MEP y MTSS, así como alianzas estratégicas con universidades, que favorecen la generación de empleo.
<p>Iniciativa de mayor impacto: Academias de inglés y gestión ambiental</p> <p>Academias de inglés.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se toman personas con un nivel bajo de inglés y se les capacita para que puedan optar por un puesto en empresas de servicios. • Se imparten programas de enseñanza del inglés en escuelas y colegios. El 25% de la contratación de Sykes se hace por medio de la academia de inglés. <p>La gestión ambiental, que cumple con las certificaciones ISO 14001, ISO 50001.</p> <p>Se cuenta además con la certificación de carbono neutralidad y el programa bandera azul.</p> <p>Las metas ambientales para el 2021 son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar el 20% del consumo de energía del edificio principal por medio de nuestra planta solar. • El 90% de los suministros serán amigables con el ambiente. • Reducir un 60% el consumo de agua con año base 2014. • Reducir un 75% el consumo de papel con año base 2008. • Reducir un 20% el consumo de gas licuado del petróleo (GLP) con año base 2014. • Reducir un 35% el consumo de energía con año base 2014. 	

3.2. Nivel de prioridad que otorgan las empresas a cada ODS

Como se muestra en los resúmenes anteriores, el 100% de las empresas entrevistadas¹⁷ ha hecho esfuerzos por alinear sus iniciativas de responsabilidad social a los ODS. Lo anterior demuestra un trabajo de análisis para la búsqueda de coincidencias entre sus estrategias y la ruta mundial de desarrollo 2015-2030, así como una propuesta de acomodo de forma tal que su trabajo actual y futuro, aporte a las metas que estos persiguen. También denota el interés de avanzar desde el enfoque de gestión responsable del negocio, a uno de sostenibilidad en el largo plazo, lo cual representa una evolución muy favorable, en la dirección correcta, por parte de

las empresas. Si bien todas ellas toman como base lo que ha venido siendo su quehacer en materia de RSC, se nota un esfuerzo de transformación hacia modelos más sostenibles, acorde a lo que señalan las tendencias mundiales en la materia.

No obstante, este resumen inicial también muestra diferentes niveles de especialización y profundidad en el abordaje de este compromiso, pues es claro que el grado de amplitud, influye en la profundidad de los efectos que se quieren lograr. Así, a medida que el enfoque crece en amplitud de objetivos, se diluyen también los esfuerzos y la cantidad de recursos que puedan destinarse a la obtención de cada uno y viceversa. En ese sentido, a mayor concentración de esfuerzos, en menor

¹⁷ Ver Anexo 1, con el listado de los interlocutores de las empresas que contestaron las entrevistas.

de objetivos, mayor será la posibilidad de otorgar recursos humanos, económicos y tecnológicos a estos, y, por ende, es de esperar mayor profundidad, cobertura e impacto. Y viceversa, a mayor amplitud en cuanto al número de objetivos que se desean lograr, menor será el enfoque y recursos que puedan dedicarse a cada uno, y de igual manera, menor la posibilidad de profundizar en efecto e impacto de largo plazo.

Como una forma de resumen de los ODS que fueron seleccionados por las empresas para enfocar sus acciones, se presenta el cuadro 3.

Entrando en el análisis del cuadro, vemos que el Objetivo no. 17 'Alianzas para el Desarrollo Sostenible' obtiene el segundo lugar en preferencia de las empresas y por su naturaleza, conviene analizarlo de forma independiente, antes de entrar en la revisión de los demás. Si bien este Objetivo 17, desde NNUU, se presenta con una 'alianza mundial para el desarrollo sostenible', a partir de una amplia visión, que contempla diferentes formas de aplicarlo e instrumentos para medirlo, en el caso de las empresas, se convierte en una estrategia casi imprescindible para la puesta en marcha de sus programas e iniciativas en materia de sostenibilidad.

Por su vocación natural y razón de ser, las compañías no necesariamente cuentan con los conocimientos, recursos humanos e instrumentos necesarios para los retos sociales y ambientales que requieren abordar. Es por ello que se les hace muy necesaria la implementación de alianzas con otras empresas, ONG, sector académico, organizaciones comunitarias, gobiernos nacionales y locales, entre otros, que vendrán a complementar con

sus recursos humanos especializados, tecnología, conocimiento experto, así como herramientas y experiencia, los esfuerzos que las empresas comerciales desean implementar, asegurando así mayor efectividad para sus Programas. Es entonces de esperar, que la mayoría de las empresas entrevistadas incluya este Objetivo 17 como parte de su estrategia y que utilice el concepto de alianzas como una forma de operación para el logro de los demás ODS.

En cuanto a los otros 16 ODS, las empresas participantes muestran intereses diversos, otorgando un grado de prioridad distinta a cada uno, como sigue:

- **Prioridad 1:** Se coloca el Objetivo no. 13 'Acción por el clima', siendo el que mayor apoyo recibe, con una representación del 100% de las empresas, equivalente a las 13 participantes en el estudio.
- **Prioridad 2:** Se definen los Objetivos no. 1 'Fin de la Pobreza' y el no. 8 'Trabajo decente y Crecimiento Económico', con un 77% cada uno, lo cual significa que 10 de las 13 empresas participantes, están apoyando este objetivo.
- **Prioridad 3:** En el tercer grupo se encuentran el Objetivo no. 3 'Salud y Bienestar' y no. 4 'Educación de Calidad', con un 69% cada uno, mostrando un apoyo de 9 de las 13 empresas participantes.
- **Prioridad 4:** En este grupo se encuentran el Objetivo no. 5 'Igualdad de género', no. 6, 'Agua limpia y Saneamiento' y el no. 12 'Producción y Consumo Responsable', con un 62% cada uno, queriendo decir que 8 de las 13 empresas participantes apuntan sus estrategias a este objetivo.

CUADRO 3: OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE A LOS QUE SE ALINEAN LAS ESTRATEGIAS DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES

EMPRESAS	OBJETIVOS DE DESARROLLO																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
BAC CREDOMATIC																	
BANCO NACIONAL																	
CARGILL																	
CUESTAMORAS																	
DAVIENDA																	
FIFCO																	
FLOREX																	
GBM																	
GRUMA																	
IBM																	
PHILIP MORRIS																	
SSVMN																	
SYKES																	
% DE EMPRESAS QUE APUNTAN AL OBJETIVO	77%	46%	69%	69%	62%	62%	46%	77%	30%	46%	54%	62%	100%	38%	46%	38%	85%

Fuente: Reportes de Sostenibilidad de las empresas participantes

- **Prioridad 5:** En un quinto nivel de prioridad se encuentra el ODS no. 11 ‘Ciudades y Comunidades Sostenibles’, con un 54%, lo cual significa que, de las 13 empresas participantes, 7 se enfocan en estos objetivos
- **Prioridad 6:** En este nivel de prioridad se identifican 4 objetivos, que son el Objetivo no. 2 ‘Hambre Cero’, el no. 7 ‘Energía Sostenible y No Contaminante’, el no. 10 ‘Reducción de las Desigualdades’, y el no.15, ‘Vida de Ecosistemas Terrestres’, con un 46% de representatividad, equivalente al apoyo de 6 empresas de las 13 entrevistadas.
- **Prioridad 7:** Este es la penúltima prioridad y se refiere a los Objetivos no. 14 ‘Vida Submarina’ y no.16 ‘Paz, Justicia e Instituciones Sólidas’, con un 38% que representa a 5 de las 13 empresas participantes.
- **Prioridad 8:** La última prioridad es el Objetivo no. 9 ‘Industria, Innovación e Infraestructura’ siendo en este caso el ODS que muestra menor interés por parte de las empresas, considerado solamente por 4 de las 13 entrevistadas.

En resumen, la totalidad de las empresas entrevistadas muestran un alto nivel de conciencia sobre los ODS, y han encontrado formas de relacionar sus actividades con estos. No obstante, como se verá más adelante, muchos de sus esfuerzos son todavía incipientes, y en la mayoría de los casos, consisten en acciones puntuales, que no parecen estar alcanzando el nivel de relevancia e impacto que se espera, y que proponen los mismos ODS.

Al respecto, cabe acá una reflexión, las empresas, como parte de su razón de ser y su quehacer de todos los días, generan riqueza y empleo, producen bienes y servicios que atienden necesidades de la población, construyen inmuebles, desarrollan tecnología, promueven innovación, contribuyen con el crecimiento económico, y en ese ejercicio diario del negocio, generan también externalidades de tipo social y ambiental. No obstante, si solo se limitan a esto, no necesariamente significa que han asumido un compromiso real con lo que proponen los ODS.

Como ya se dijo, los ODS, incluyen prácticamente todas las aristas y enfoques del desarrollo. Su grado de aspiración e integralidad es tan amplio que no existe organización alguna, sea pública o privada, que aun sin proponérselo, deje de impactar en alguna medida, al menos uno o varios de ellos. Por lo anterior resulta

bastante sencillo mencionar los ODS en reportes y estrategias, así como acomodar a esta lógica, los programas existentes; siendo tan generales y amplios, no es difícil encontrar actividades de la empresa que incidan en varios de ellos y aporten positivamente a algunas de sus 169 metas, sin que esto represente un esfuerzo adicional.

Si bien todos estos esfuerzos tienen mérito, las empresas deberían realizar compromisos concretos para el logro de los ODS, implementando nuevos enfoques en sus estrategias de negocio y actividades específicas para contribuir verdaderamente al logro de las metas mundiales establecidas.

En esa línea de pensamiento, el compromiso con los ODS debería llevar a las empresas al diseño de iniciativas específicamente dirigidas a su logro, que muestren un comportamiento incremental, claro y medible, incluyendo acciones nuevas, que no se hacían antes. Sin embargo, ante la necesidad de mostrar su compromiso, y frente a la presión del entorno, las compañías corren el riesgo de buscar y rebuscar entre las actividades que ya vienen ejecutando o que de todas maneras iban a ejecutar, aquellas que pueden presentarse ‘como si hubieran sido diseñadas’ para contribuir específicamente al logro de los ODS, lo cual, como ya se dijo, no resulta difícil por el amplio espectro que cubre estos objetivos.

En el marco del presente estudio, se notan brechas importantes entre las diferentes empresas, así como diversos grados de alineamiento, enfoque y profundización en su aporte a los ODS. Mientras algunas de sus actividades podrían llegar a generar impactos trascendentes, otras se limitan a efectos puntuales, como capacitaciones o acciones de voluntariado, cuyo aporte al desarrollo es muy limitado. Y muchas de estas iniciativas parecen ser una continuación de lo que la empresa ya venía haciendo, aun antes de que fueran aprobados los ODS.

En el artículo denominado *¿Legitimidad o greenwashing¹⁸ en la contribución de las empresas a los ODS?: Criterios para discernir¹⁹*, el experto Antonio Vives²⁰, detalla cinco criterios para discernir entre la legitimidad y la probabilidad de clasificar el grado de compromiso en las contribuciones a los ODS, indicando que los programas empresariales dirigidos a este fin, deben ser:

- **Materiales:** significativos, relevantes para la sostenibilidad de la empresa; no pueden ser trivialidades o nimiedades que simplemente tienen algo

¹⁸ **Greenwashing** es un término usado para describir la práctica de ciertas compañías, al darle un giro a la presentación de sus productos y/o servicios para hacerlos ver como respetuosos del medio ambiente o socialmente responsables. Cuando esto es un cambio meramente de forma y no de fondo, se convierte en un uso engañoso y poco transparente de la comunicación, que pone en riesgo la reputación de la empresa frente a sus públicos de interés.

¹⁹ Antonio Vives. Una Mirada crítica a la Responsabilidad Social de la empresa en Iberoamérica. Enero 2020. <https://cumpetere.blogspot.com/2017/12/legitimidad-o-greenwashing-en-la.html>

²⁰ Director de Cumpetere, empresa consultora en sostenibilidad. Profesor Adjunto, Stanford University en EE.UU. Consultor en sostenibilidad en empresas privadas y bancos multilaterales.

que ver con alguna de las 169 metas.

- **Incrementales:** deben ser totalmente nuevos o representar una verdadera adición, incremento, innovación o profundización de lo que se venía haciendo tradicionalmente. No es suficiente repetir o renombrar algo que ya se hace.
- **Contextuales:** deben ser relacionadas con la actividad de la empresa, con el contexto de sus operaciones; pertinentes para atender las necesidades de la sociedad y del entorno.
- **Sostenibles:** deben tener su propia fuente de fondos, que no dependa de las autoridades o de la capacidad financiera en un momento determinado. No deben ser contribuciones ocasionales.
- **Impactantes:** deben lograr y demostrar un impacto visible, sea este medible o no.

Las empresas participantes en el estudio vienen realizando una serie de esfuerzos en materia de sostenibilidad que aportan en diferente grado al logro de los ODS, lo cual no necesariamente significa que fueron diseñados para ello, pero tampoco es sinónimo de *greenwashing* puesto que no se trata de acciones superficiales, falsas o diseñadas solamente para el fortalecimiento de su imagen.

También es claro que la mayoría de las empresas entrevistadas están aportando mayormente a uno o dos ODS, aun cuando dicen estar impactando varios adicionales, lo cual lógicamente se está dando de forma colateral, por su quehacer comercial, su tamaño, su alcance multinacional, su razón de ser y la naturaleza de su negocio. Pero esto no necesariamente significa que en todos los casos y para todos los objetivos que señalan, hayan realizado un esfuerzo explícito, incremental o adicional.

La validez de este enfoque se refuerza con la opinión experta de Olga Sauma, Directora Ejecutiva de la Alianza Empresarial para el Desarrollo (AED), quien señala falta claridad sobre la forma como el sector empresarial ha venido vinculándose con esta agenda. Según su criterio, existe la percepción errónea de que el alineamiento de la empresa consiste en ‘escoger’ objetivos y luego ‘buscar’ programas que tienen en marcha y que les parece que están contribuyendo a uno o varios ODS. Pero esto no es suficiente.

En su criterio, esta decisión debería pasar por un análisis interno, para entender cuáles son los principales impactos negativos que genera la empresa, y buscar formas innovadoras para reducir esos impactos, es decir, no necesariamente enfocarse en aquello que están haciendo ‘bien’ por la simple gestión de su negocio o sus estrategias de responsabilidad social corporativa (RSC), para luego acomodarlas a uno o varios ODS, sino por el contrario, gestionar los impactos negativos que produce, o generar nuevos productos o líneas de negocio con impactos positivos sociales o ambientales, para avanzar realmente en su aporte a la agenda 15-30.

En el aparte 5 del presente informe, se hará un recuento de cada uno de los ODS, y de como las empresas participantes están aportando a cada uno de estos.

3.3. Grado de alineamiento de la estrategia de RSC al negocio

El segundo tema analizado, fue el grado de alineamiento que las empresas participantes han logrado entre sus estrategias comerciales y su estrategia de RSC, la cual a su vez indican que se ha alineado a los ODS. Cuando se les pregunta a los representantes sobre este tema, las respuestas son como se observa en el Gráfico 1.

GRÁFICO 1: GRADO DE ALINEAMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE RSC A LA ESTRATEGIA COMERCIAL, SEGÚN EL CRITERIO DE LAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

	TOTAL	C1	C2	C3	C4	C5
1	BAC CREDOMATIC	0	1	1	5	7
2	BANCO NACIONAL					1
3	CARGILL				1	
4	CUESTAMORAS					1
5	DAVIVIENDA				1	
6	FIFCO					1
7	FLOREX					1
8	GBM			1		
9	GRUMA				1	
10	IBM		1			
11	PHILIP MORRIS					1
12	RS CONSULTORES					1
13	SYKES				1	
14	SSVMN				1	



Fuente: Elaboración propia. Se utilizó una escala del 1 al 5, siendo el 5 la mejor calificación en este rango.

Los datos indican que la mayoría de las empresas, con excepción de dos, opinan que sus estrategias de RSC y sostenibilidad, están bastante alineadas a las estrategias comerciales. Siete de ellas califican ese alineamiento en un 100%, mientras las siguientes 5 otorgan un 80%, quedando únicamente dos que se autocalifican con porcentajes de 60% y 40% respectivamente.

Sin embargo, todo parece indicar que las iniciativas mencionadas por las empresas, aun cuando pueden estar alineadas a su razón de ser, no necesariamente tienen el enfoque que buscan y proponen los ODS. Según la Lic. Sauma de AED: *“el llamado al sector empresarial desde los ODS, no es para que haga actos de beneficencia; es para que desarrolle oportunidades de negocio con impacto económico, social y ambiental para sus grupos de interés”*. La invitación de esta agenda, según explica, es para que las compañías desarrollen proyectos y servicios innovadores que aporten a la solución de las problemáticas planteadas por los ODS y que esto lo asuman como parte de su propuesta de valor y el giro de su negocio. Esa es la única forma cómo se puede lograr la sostenibilidad de estas iniciativas, la cobertura que se requiere y el impacto que se busca.

“Pero esas oportunidades no están aún tan claras para las empresas”, repite Olga. AED ha impulsado la conversación desde los foros y procesos donde la entidad participa, y ha indicado la necesidad de hacer un llamado específico al sector financiero, pues es necesario encontrar soluciones financieras para hacer viables las iniciativas innovadoras que sus clientes desean impulsar.

“Esto no tiene nada que ver con esfuerzos asistencialistas, sino con soluciones reales de negocio”. Se trata entonces de crear productos de inversión sostenible, oportunidades para las cadenas de valor agrícola, las pequeñas empresas y otros sectores, de forma tal que las acciones se muevan del enfoque meramente filantrópico y de ‘accionar responsable’, hacia uno que realmente fomente la sostenibilidad de las mismas empresas y de la sociedad, teniendo como punto de encuentro los ODS.

3.4. Conocimiento y vinculación de los empleados a la estrategia de sostenibilidad

Lo dicho en el apartado anterior, se complementa con las opiniones con respecto al grado de conocimiento que tienen los colaboradores de los diferentes niveles de la empresa donde laboran, sobre las estrategias de RSC y sostenibilidad, con enfoque en los ODS, que cada una desarrolla. Los resultados de esta consulta se presentan en el cuadro 4 y gráficos subsiguientes.

CUADRO 4: GRADO DE CONOCIMIENTO QUE LOS DIFERENTES NIVELES DE LA EMPRESA TIENEN SOBRE LAS ESTRATEGIAS DE RSC Y SOSTENIBILIDAD

NIVELES JERÁRQUICOS	Calif. 1	Calif. 2	Calif. 3	Calif. 4	Calif. 5	PUNTAJE POR NIVEL	PRO-MEDIO
CEO, Junta Directiva y Directores			1	3	8	55	4,6
Gerentes de línea		1	1	5	5	48	4,0
Jefaturas y Supervisores		1	4	5	2	44	3,7
Colaboradores en general	1		7	3	1	39	3,3

Fuente: Elaboración propia. Se realizó una ponderación para cada nivel jerárquico de las empresas que respondieron, haciendo una sumatoria entre el número de respuestas dadas multiplicadas por cada calificación, y dividiendo este total entre el número de empresas que respondieron a la pregunta. En este caso, fueron 12 empresas, ya que Cuestamoras no respondió esta pregunta.

Los datos indican que la mayoría de las empresas, con excepción de dos, opinan que sus estrategias de RSC y sostenibilidad, están bastante alineadas a las estrategias comerciales. Siete de ellas califican ese alineamiento en un 100%, mientras las siguientes 5 otorgan un 80%, quedando únicamente dos que se autocalifican con porcentajes de 60% y 40% respectivamente.

Sin embargo, todo parece indicar que las iniciativas mencionadas por las empresas, aun cuando pueden estar alineadas a su razón de ser, no necesariamente tienen el enfoque que buscan y proponen los ODS. Según la Lic. Sauma de AED: *“el llamado al sector empresarial desde los ODS, no es para que haga actos de beneficencia; es para que desarrolle oportunidades de negocio con impacto económico, social y ambiental para sus grupos de interés”*. La invitación de esta agenda, según explica, es para que las compañías desarrollen proyectos y servicios innovadores que aporten a la solución de las problemáticas planteadas por los ODS y que esto lo asuman como parte de su propuesta de valor y el giro de su negocio. Esa es la única forma cómo se puede lograr la sostenibilidad de estas iniciativas, la cobertura que se requiere y el impacto que se busca.

“Pero esas oportunidades no están aún tan claras para las empresas”, repite Olga. AED ha impulsado la conversación desde los foros y procesos donde la entidad participa, y ha indicado la necesidad de hacer un llamado específico al sector financiero, pues es necesario encontrar soluciones financieras para hacer viables las iniciativas innovadoras que sus clientes desean impulsar.

“Esto no tiene nada que ver con esfuerzos asistencialistas, sino con soluciones reales de negocio”. Se trata entonces de crear productos de inversión sostenible,

oportunidades para las cadenas de valor agrícola, las pequeñas empresas y otros sectores, de forma tal que las acciones se muevan del enfoque meramente filantrópico y de ‘accionar responsable’, hacia uno que realmente fomente la sostenibilidad de las mismas empresas y de la sociedad, teniendo como punto de encuentro los ODS.

Existe una clara tendencia en el sentido de que, a mayor nivel jerárquico, mayor es el conocimiento de las estrategias de sostenibilidad por parte de los ejecutivos. Esto seguramente sucede por cuanto los programas de RSC generalmente son gerenciados desde el más alto nivel y requieren aprobación de posiciones, presupuestos y estrategias por parte de las Juntas Directivas. Los gráficos 2 y 3 indican que solamente una de las empresas participantes otorga el 100% al conocimiento que los empleados en general tienen de sus estrategias, mientras el resto le califican con un 80% y un 60% res-

pectivamente, con un caso extremo que le otorga un peso de 20% a este importante factor.

Los resultados anteriores tienen una perspectiva positiva, pues las estrategias de sostenibilidad requieren el involucramiento de las más altas autoridades de la empresa para ser exitosas, y todo parece indicar que las entrevistadas han logrado precisamente el compromiso de ese nivel. No obstante, desde el punto de vista de oportunidades de mejora, es claro que la mayoría tiene como tarea pendiente mejorar la comunicación interna con respecto a sus estrategias de RSC y sostenibilidad.

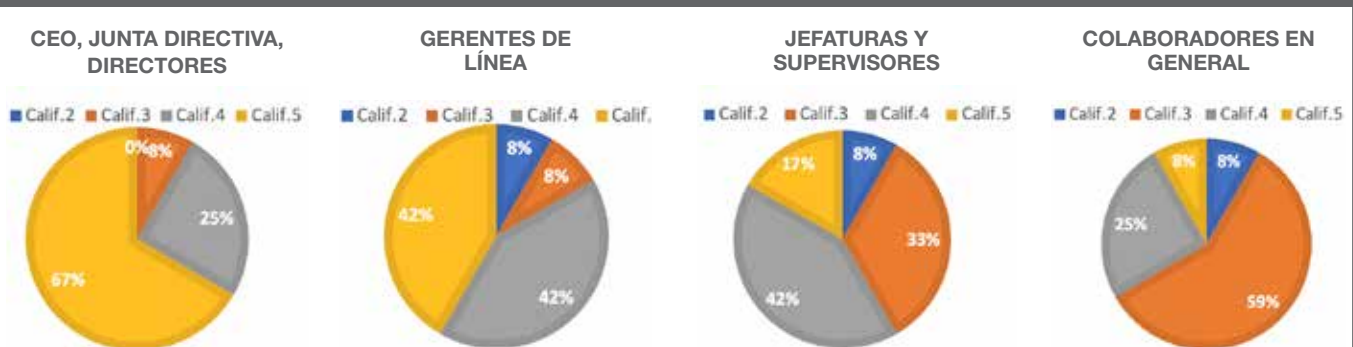
El resultado de debilidad en la comunicación interna, percibida así por los entrevistados, se traduce en un nivel de vinculación de los empleados, que también muestra brechas relevantes entre los diferentes niveles, y que sin duda presenta nuevas oportunidades de mejora.

GRÁFICO 2: GRADO DE CONOCIMIENTO QUE LOS DIFERENTES NIVELES DE LA EMPRESA TIENEN SOBRE LAS ESTRATEGIAS DE RSC Y SOSTENIBILIDAD



Fuente: Fuente: Información basada en Cuadro 4.

GRÁFICO 3: GRADO DE CONOCIMIENTO QUE LOS DIFERENTES NIVELES DE LA EMPRESA TIENEN SOBRE LAS ESTRATEGIAS DE RSC Y SOSTENIBILIDAD, SEGÚN CALIFICACIÓN



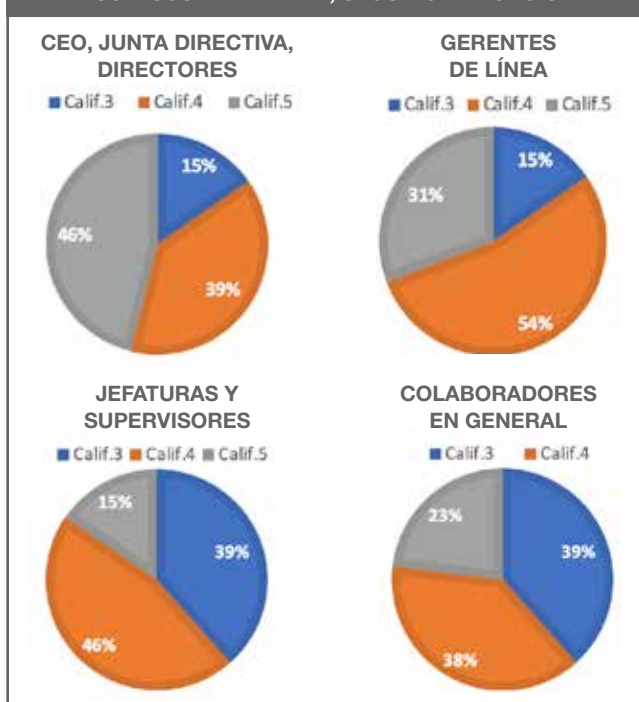
Fuente: Elaboración propia, porcentaje simple sobre el total de respuestas por nivel jerárquico. Información basada en Cuadro 4.

Como se observa en el cuadro 5 y el gráfico 4 se repite la tendencia anterior, denotando mayor vinculación por parte de los niveles ejecutivos más altos, y menor participación de los niveles inferiores, incluidas las jefaturas y supervisores.

CUADRO 5: GRADO DE VINCULACIÓN QUE LOS DIFERENTES NIVELES DE LA EMPRESA TIENEN EN LAS ESTRATEGIAS DE RSC Y SOSTENIBILIDAD					
NIVELES JERÁRQUICOS	Calif. 3	Calif. 4	Calif. 5	PUNTAJE POR NIVEL	PROMEDIO
CEO, Junta Directiva y Directores	2	5	6	56	4,3
Gerentes de línea	2	7	4	54	4,2
Jefaturas y Supervisores	5	6	2	49	3,8
Colaboradores en general	5	5	3	50	3,8

Fuente: Elaboración propia. Se realizó una ponderación para cada nivel jerárquico de las empresas que respondieron, haciendo una sumatoria entre el número de respuestas dadas multiplicadas por cada calificación, y dividiendo este total entre el número de empresas que respondieron a la pregunta. En este caso, fueron 13 empresas.

GRÁFICO 4: GRADO DE VINCULACIÓN QUE LOS DIFERENTES NIVELES DE LA EMPRESA TIENEN EN LAS ESTRATEGIAS DE RSC Y SOSTENIBILIDAD, SEGÚN CALIFICACIÓN



Fuente: Elaboración propia, porcentaje simple sobre el total de respuestas por nivel jerárquico. Información basada en Cuadro 6.

Estas tendencias en el área de comunicación merecen un breve análisis. La afirmación de que el talento humano es el principal activo de una empresa, es tan repetida como cierta. En una economía donde el conocimiento, el valor agregado y las actitudes de los co-

laboradores son cruciales para la competitividad de la empresa, la vinculación de estos a las estrategias de sostenibilidad resulta muy relevante.

Diversos instrumentos internacionales como la ISO 26.000, el Global Reporting Initiative en su guía 4 (GRI-G4), así lo indican.

La ISO 26.000 enfatiza 5 grandes líneas de asuntos fundamentales vinculados a las prácticas laborales:

- Trabajo y relaciones laborales.
- Condiciones de trabajo y protección social a los de menores ingresos.
- Diálogo social con todos los niveles.
- Salud y seguridad ocupacional.
- Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo.
- La GRI-G4 también hace hincapié en 3 elementos:
 - Diversidad e igualdad de oportunidades.
 - Igualdad de retribución entre mujeres y hombres.
 - Evaluación y fomento de prácticas laborales responsables en los proveedores.

Lo dicho por estos organismos internacionales refleja una faceta crucial de las prácticas laborales en un marco de RSE y, más aún, para el alcance de la ambiciosa agenda de sostenibilidad que proponen los ODS. “Las prácticas laborales responsables comprenden todas las políticas y actividades relacionadas con el trabajo que se realiza dentro, por o en nombre de la organización, incluido el trabajo subcontratado” dice la ISO 26.000²¹. El GRI-G4, por su parte, recomienda dialogar con los proveedores sobre “la relación entre los precios que se les pagan y los salarios que perciben sus trabajadores” y, en caso necesario, llegar incluso a “modificar las prácticas de adquisición”²².

De igual manera, las mejores prácticas de empresas líderes, indican que no sólo es necesario desarrollar programas específicos de RSC en favor de los empleados, sino lograr la vinculación activa de estos a las iniciativas, a través del voluntariado profesional y otras similares, lo cual tiene muchos beneficios, como se describe en el cuadro 6.

Las prácticas laborales responsables también deben incluir la temática de derechos humanos, eliminando aquellas que lleven a la preferencia o discriminación de ciertos grupos o colectivos. En esta línea, debe adoptar políticas proactivas de sostenibilidad en materia de talento humano, como es el caso de la inclusión laboral de personas con discapacidad, tal como lo indica el objetivo no. 8 de los ODS, y promover la participación de estas personas en las actividades de responsabilidad social.

²¹ Secretaría Central de ISO. Organización Internacional de Normalización. Descubriendo ISO 26000. Noviembre 30, 2019. <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/sp/PUB100258_sp.pdf>

²² Global Reporting Initiative. Enero, 2020. <https://www.globalreporting.org/resource/library/Spanish-G4-Part-One.pdf>

CUADRO 6: BENEFICIOS DE LA VINCULACIÓN DE LOS EMPLEADOS A LOS PROGRAMAS DE RSC Y SOSTENIBILIDAD, A TRAVÉS DEL VOLUNTARIADO

EFFECTOS INTERNOS	EFFECTOS EXTERNOS
Sensibilización	Mejora en reputación de la empresa
Mayor sentido de pertenencia en colaboradores	Facilita la difusión de sus programas
Desarrollo de capacidades no vinculadas a su labor diaria y descubrimiento de talentos ocultos	Permite el diálogo con distintos actores sociales como la comunidad y organizaciones sociales
Retención y atracción del talento humano interesado en temas sociales y ambientales	Aporta a la diferenciación de la empresa con sus competidores y fortalece la marca

Fuente: Elaboración propia.

Este tipo de programas genera grandes beneficios sociales, trabajo digno y bien remunerado para un colectivo con pocas oportunidades laborales, pero también resulta en ventajas empresariales, como promover la inclusión en el ambiente laboral y sensibilizar al resto del personal, mejorando su capacidad para relacionarse con las personas en esta condición.

Todas las empresas pueden aprovechar el “ganar-ganar” que abre la gestión del talento humano con un enfoque de sostenibilidad y vinculada a los ODS: ganan los colaboradores al disfrutar buenas condiciones de trabajo y oportunidades de superación; gana la empresa al tener un personal motivado y más productivo, que está pensando y promoviendo formas creativas para aportar a estos objetivos; y gana la sociedad al extenderse las prácticas de trabajo digno y estable que contribuyen al desarrollo humano, económico y ambiental, integral, tal y como lo propone la agenda 2015-2030.

Sin embargo, para lograr lo anterior, “es necesario entender, desde todos los ámbitos del negocio, esta agenda y esto es precisamente lo que no está sucediendo”, dice Olga Sauma. No se está desarrollando esa capacidad de llegar a las distintas personas, a lo interno de la empresa, para que estas aprendan sobre los ODS y aporten ideas innovadoras, desde su trabajo diario, para aprovechar las oportunidades que se abren con este compromiso mundial y propongan nuevos productos y servicios que ayuden a avanzar hacia su logro. “No se muestra un compromiso claro en este sentido por parte de las empresas”.

Una opinión similar expresa Cecilia Mora, de RS Sostenible, cuando indica que “para la mayoría de las PyMEs este es un tema nuevo, y en las empresas grandes, no se ha entendido bien”, señala. “Algunas empresas sienten temor de mostrar lo que hacen”. Ella piensa

que, en general, se hace necesaria una mayor integración entre el Estado y el sector empresarial para el logro de los ODS, y que esto se debe principalmente a que el Gobierno no ha promovido ese tipo de diálogo. “Existe una brecha muy grande de conocimiento y coordinación entre ambos sectores”.

Según parece, esta no es una problemática que solo se presenta entre las empresas entrevistadas u otras presentes en esta parte del mundo, sino que se trata de un reto relevante para todas las compañías, a escala global. Es por eso que el Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD) acaba de publicar una guía específica para los CEOs, que les permitirá guiar a sus compañías en esta dirección.

Este nuevo documento, claramente hace un llamado

CUADRO 7: OPINIÓN DE RS SOSTENIBLE SOBRE LA RELACIÓN DE LAS EMPRESAS EN COSTA RICA CON LOS ODS

Según lo que usted conoce del trabajo de las empresas...	1	2	3	4	5
¿Cómo calificaría el nivel de conocimiento de los ODS por parte de la junta directiva y alta gerencia de las empresas?			X		
¿Cómo calificaría el alineamiento de las estrategias de sostenibilidad a los ODS por parte de las empresas en general?		X			
¿Cómo calificaría los esfuerzos de las empresas por dar a conocer los ODS a sus empleados, clientes, proveedores?			X		
¿Cómo calificaría los esfuerzos en relación a las prioridades establecidas por Costa Rica en cuanto a los ODS?	X				

Fuente: Elaboración propia.

a las cabezas de las empresas para que entiendan esta agenda como parte de su giro de negocio, y se comprometan con ella, previniéndolas a la vez en el sentido de que no se trata de lucrar a partir de las necesidades de la sociedad, sino más bien abrir oportunidades para promover un desarrollo más inclusivo y más sostenible.

3.5. Mecanismos de divulgación de la RSC y estrategia de sostenibilidad

Siguiendo con el tema de comunicación con sus empleados, y otros públicos de interés, se les consultó a las empresas participantes sobre los mecanismos que utilizan para dar a conocer sus estrategias y programas, en materia de RSC y sostenibilidad. El cuadro 8 resume los mecanismos más comúnmente utilizados.

Como se observa, el medio más utilizado por las empresas entrevistadas para rendir cuentas a la sociedad, y dar a conocer sus avances en la temática que nos ocupa, es el reporte de sostenibilidad²³. Aun así, entre las participantes, encontramos todavía dos que se encuentran en proceso de producir su primer reporte.

Acá vale la pena indicar que, aun cuando los reportes de sostenibilidad constituyen una herramienta fundamental de rendición de cuentas a sus grupos de interés, para toda empresa comprometida con los enfoques de gestión socialmente responsables, la experiencia demuestra que este mecanismo de difusión, por sí solo, es totalmente insuficiente y no resuelve la comunicación con públicos externos.

La primera dificultad que enfrentan este tipo de reportes, es que muy pocas personas tienen acceso a él, y

menos aún, las que llegan a leer su contenido, pues este puede resultar bastante técnico y denso para la mayoría. La producción de un reporte es, por otra parte, una labor costosa y laboriosa, que requiere de un esfuerzo titánico, pocas veces valorado, para quienes deben asumir esta responsabilidad. Pero más difícil y costoso aun, es hacerlo llegar a quienes interesa y, aun cuando se logre distribuir bien, es casi seguro que los receptores le darán una ojeada general, pero serán pocos los que se detengan a estudiar y analizar su contenido. En ese sentido, sería recomendable buscar mecanismos complementarios para dar a conocer su compromiso y sus avances en materia de sostenibilidad, si es que estas quieren capitalizar sus esfuerzos para que se conviertan en mejoras reputacionales, de imagen y de marca.

CUADRO 8: MEDIOS DE DIVULGACIÓN QUE UTILIZAN LAS EMPRESAS PARA COMUNICAR SUS AVANCES EN MATERIA DE RSC, SOSTENIBILIDAD Y ODS

	BAC	BNCR	CARGILL	CUESTA MORAS	DAVIVIENDA	FIFCO	FLOREX	GBM	GRUMA	IBM	PHILIP MORRIS	SSVMN	SYKES	#
Reporte de sostenibilidad	X	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X	11
Página web	X	X	X		X	X	X	X		X	X	X		11
Medios internos de comunicación	X			X	X	X		X	X		X	X		7
Redes sociales	X				X	X		X		X				6
Talleres, congresos, conferencias, visitas	X				X	X	X				X	X		6
Otros reportes o informes	X			X	X		X		X			X		6
Programa de voluntariado	X				X	X			X		X			5
Medios masivos tradicionales			X		X	X		X						4
Reconocimientos, auditorías externas						X				X	X			3
Programa específico de comunicación			X		X									2

Fuente: Elaboración propia, respuestas simples.

²³ Reporte de sustentabilidad: es un documento informativo, de rendición de cuentas, a través del cual las empresas comunican su desempeño en tres aspectos fundamentales: económico, ambiental, social. Este reporte debe mostrar evidencias del trabajo realizado, de forma puntual y objetiva, abarcando un periodo específico de tiempo. Existen algunas guías mundiales que utilizan las empresas para preparar estos reportes, lo cual permite hacer comparaciones entre empresas y contar con elementos para asegurar que la información está fundamentada. La guía más conocida y más comúnmente utilizada por empresas líderes, es la que promueve el Global Reporting Initiative GRI. <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

CUADRO 9: OPINIÓN DE AED SOBRE LA RELACIÓN DE LAS EMPRESAS EN COSTA RICA CON LOS ODS

Según lo que usted conoce del trabajo de las empresas...	1	2	3	4	5
¿Cómo calificaría el nivel de conocimiento de los ODS por parte de los líderes de empresas miembro de AED?		X	X		
¿Y de los no miembros?	X	X			
¿Cómo calificaría el alineamiento de las estrategias de sostenibilidad a los ODS por parte de los líderes miembro de AED?			X		
¿Y de los no miembros?		X			
¿Cómo calificaría los esfuerzos de las empresas miembro de AED por dar a conocer los ODS a sus empleados, clientes, proveedores?			X		
¿Y de los no miembros?		X			
¿Cómo calificaría los esfuerzos con relación a las prioridades establecidas por Costa Rica en cuanto a los ODS?			X		
¿Cómo entidad vinculada a la alianza regional con entidades afines en América Central, ¿cómo califica el nivel de alineamiento y avance de las empresas costarricenses versus las de otros países centroamericanos?				X	X

Fuente: Elaboración propia, respuestas simples.

Además de publicar un reporte de RSE en la página web de la empresa, es recomendable imprimir un resumen ejecutivo que pueda distribuirse masivamente. De igual manera, es importante lograr que se le dé relevancia en el sitio de la empresa, pues en muchos casos, el reporte queda escondido después de muchos ‘clicks’, lo que hace difícil encontrarlo. Otras iniciativas que pueden dar resultados, es hacer versiones cortas, virtuales, que se puedan enviar por correo a los diferentes públicos, como empleados, clientes, proveedores, complementados con cápsulas de vídeo, podcasts, infográficos y otros, que celebren y promuevan la sostenibilidad de la empresa.

Otro medio que muestra una alta utilización para divulgar los avances de las empresas es, precisamente, el de los sitios web. Esto es esperable, dado que el internet y los medios virtuales han tomado un importante auge en las últimas décadas, llegando a sustituir en gran medida, los medios tradicionales. De hecho, estos últimos reciben solamente cuatro menciones por parte de las empresas entrevistadas.

Es interesante observar cómo los ‘medios tradicionales’ son poco utilizados por las empresas para divulgar sus logros. Lo anterior puede responder a que

la prensa tradicional no siempre entiende o tiene una adecuada comprensión de los conceptos ligados a responsabilidad social y la mayoría de los comunicadores en estos medios, aunque conocen del tema en forma general, carecen de conocimientos específicos en la materia. Por ello, les resulta difícil valorar el esfuerzo de las empresas en este campo.

En tercer lugar, figuran los medios de comunicación internos de las empresas, que se utilizan para mantener informados a los colaboradores de lo relacionado con la gestión y con otros asuntos de interés interno. Acá el principal problema o limitante de estos canales, es que son usados para distribuir cualquier tipo de información: recursos humanos, anuncios de interés, eventos de la empresa, capacitación de nuevas herramientas, responsabilidad social, etc., lo cual hace que muchos colaboradores se sientan abrumados por el exceso de información y ni siquiera abran los correos o notas que se les envían. En ese sentido, es importante complementar estos esfuerzos con tácticas no virtuales como redes de personas informantes, banners, impresos, descansadores de pantalla, y otras estrategias similares.

Por último, llama la atención que solamente dos de las empresas dicen contar con un programa o estrategia de comunicación específica para los temas que estamos analizando. Lo anterior muestra nuevamente una oportunidad de mejora muy relevante para las participantes, pues la comunicación efectiva es una de las mejores formas como se pueden capitalizar los aportes de la RSC, hacia uno de los elementos más relevantes para la sostenibilidad de las empresas, que es su reputación.

Según afirma el *Reputation Institute* en sus reportes de CSR Rep Track²⁴, las dimensiones relacionadas con RSC: ciudadanía, transparencia y entorno laboral, explican el 41% de la reputación de una empresa y esta, a su vez, representa en muchos casos, hasta un 70% de su valor de marca.

Siendo claro que uno de los aportes más importantes que genera la gestión responsable del negocio es la construcción de una buena imagen, sería de esperar que una buena estrategia de sostenibilidad, conduzca directamente a una mejor reputación. Sin embargo, esto no siempre es así, por cuanto la reputación se basa en percepciones subjetivas, mientras la RSC se basa en hechos concretos, es por eso que percepción y realidad, no siempre coinciden.

En muchos casos, esta percepción incorrecta se debe a las debilidades en las estrategias de comunicación. Así, algunas empresas, teniendo un excelente desempeño en materia de sostenibilidad, no son percibidas

²⁴ Reputation Institute. Global Corporate Responsibility RepTrack. Annual Ranking of Companies Outperforming in Corporate Responsibility. December 20, 2019. <https://www.reputationinstitute.com/csr-reptrak>

como tales, mientras otras con estrategias menos desarrolladas, obtienen un mejor calificativo por parte de sus grupos de interés. Para que la RSC aporte realmente a la reputación, así como al desempeño económico y sostenibilidad futura de una compañía, es necesario que esta implemente una estrategia de comunicación eficaz, que permita dar a conocer sus avances, obteniendo así el reconocimiento que merece por parte de sus grupos de interés.

También es importante señalar que la simple comunicación 'de adentro hacia fuera' por parte de la empresa resulta insuficiente, si ésta no se realiza de forma estratégica. La visión crítica de los consumidores actuales se extiende más allá de productos y servicios, valorando lo que las empresas 'hacen' por encima de lo que 'dicen', por lo cual procuran informarse sobre las actividades de éstas a través de medios independientes, que no necesariamente estén controlados por los empresarios.

Hoy se valora sobre todo la coherencia entre el discurso y la actuación de cada compañía, lo cual demuestra que la gestión de la comunicación no puede ser unilateral; debe convertirse en una especie de proyecto compartido, empresa-sociedad, donde se hace necesario escuchar a todos los grupos de interés.

Para ello, es recomendable aplicar algunas buenas prácticas que, empresas exitosas en la materia, han utilizado con buenos resultados:

- **Ser y hacer, antes que parecer**, cumpliendo lo que se promete y reconociendo los errores;
- **Buscar credibilidad entre los grupos de interés**, abriendo procesos de escucha, participación y diálogo permanente;
- **Trabajar en el cambio cultural interno**, para que la marca sea un proyecto compartido por los trabajadores, y nazca desde el corazón de cada empresa;
- **Desarrollar y transmitir valores**, porque la relevancia de este tema trasciende, en mucho, la calidad un buen producto o servicio.

En el contexto de sociedades cada vez más demandantes de transparencia y cada vez más preocupadas por la fragilidad de los valores, las crisis reputacionales en las empresas tienen consecuencias mayores y más perdurables que las causadas por problemas operativos o financieros.

La vinculación estrecha que hoy tiene la gestión responsable de la empresa con su reputación, demuestra así la necesidad de asumir estos dos temas como ejes estratégicos y centrales de gestión, lo cual necesariamente

lleva a contar con medios efectivos de comunicación que permitan dar a conocer los avances de la empresa, sus propósitos trascendentes en favor de la sociedad y la forma cómo traducen estos propósitos en acciones específicas para mejorar la calidad de vida de sus grupos de interés, a través de las iniciativas que a la vez aporten a los ODS.

Diversos estudios en la materia señalan además que aquellas empresas que aplican un estilo de comunicación abierta, sincera, transparente, clara, evitando caer en el llamado *'greenwashing'*²⁵, obtienen mejores resultados financieros. La gestión adecuada y minuciosa de una comunicación eficaz, que conduzca a mejorar la reputación, se convierte así en un elemento fundamental para asegurar su sostenibilidad financiera en el largo plazo.

Un factor que también puede estar incidiendo negativamente para que las empresas no sientan la urgencia, necesidad o mandato de mostrar su 'triple impacto' en materia económica, ambiental y social, es la ausencia en Costa Rica y los demás países de América Central, de Bolsas de Valores relevantes.

En sociedades más desarrolladas, la presencia de esta plataforma de intermediación financiera tiene incidencia directa en el hecho de que las empresas decidan asumir un compromiso claro con la sostenibilidad y tengan la necesidad de demostrar sus avances con datos e indicadores, pues este medio es utilizado por cientos o miles de organizaciones, de todo tamaño y sector, llamadas 'empresas públicas', que acceden a este, como una forma de financiar sus operaciones. En los casos donde así sucede, millones de individuos y miles de inversores privados, así como entidades que gestionan la llamada 'inversión de impacto', cada vez más exigen a las empresas presentar, no solamente sus logros en materia económica, sino también la rentabilidad ambiental y social de sus negocios. Por su parte, un porcentaje cada vez más relevante de inversionistas de toda naturaleza, toman en cuenta los criterios de sostenibilidad para decidir dónde comprar acciones y en cuál empresa colocar sus inversiones.

En resumen, las empresas participantes en el estudio deben seguir preocupándose por mejorar, no solamente en cuanto a la efectividad de sus estrategias de RSC y sostenibilidad, y su enfoque eficaz hacia los ODS, sino también en materia de comunicación hacia todos los públicos de interés, haciendo énfasis en la forma como sus actuaciones están contribuyendo al logro de la Agenda 15-30.

²⁵ Ver nota al pie No. 13.

3.6. Obstáculos encontrados para vinculación de la empresa con los ODS

Las respuestas obtenidas al abordar el siguiente tema con las empresas entrevistadas vienen a reforzar la mayoría de las apreciaciones que se han presentado en los apartados anteriores. Como se observa en el cuadro 10, se trata de los principales obstáculos que los gestores responsables de estos temas identifican en su empresa, para lograr un apoyo de la magnitud que exige el cumplimiento de la agenda 2015-2030, planteada por los ODS.

Se repite en el cuadro 10 lo que venimos viendo en datos anteriores. Ocho de las 13 empresas grandes (62%) que respondieron a la entrevista, señalan dos grandes obstáculos para brindar un verdadero y decidido apoyo a los ODS: a) la falta de conocimiento y debilidades en la comunicación; y b) la falta de comprensión del tema, por parte de los líderes, sobre el impacto que estos objetivos podrían tener para la sostenibilidad futura de su negocio.

Si sumamos los criterios relativos a los líderes, respuestas no. 2, 4, 6, y 7, vemos como existe sin duda una debilidad en el alto nivel de las empresas para el impulso de los ODS, pues estas respuestas representan el 45% del total de los obstáculos citados. Todo pareciera indicar que el problema no está en la falta de recursos, pues solo 3 (23%) de las entrevistadas citaron este obstáculo, si no más bien en la falta de conocimiento, interés, tiempo y comprensión del tema por parte de las altas autoridades y áreas de gestión de las compañías participantes.

Lo anterior se traduce en nuevos obstáculos que se citan con menos peso relativo, pero que están todos relacionados, como son: la injerencia excesiva de las

áreas de control, la falta de personal dedicado al tema, o la dificultad para encontrar aliados e iniciativas que permitan mayor participación de los colaboradores en general.

Según Olga Sauma, uno de los obstáculos más importantes, ha sido la carencia de un enfoque sectorial para el abordaje de los ODS. Primero, es necesario que las empresas entiendan cómo priorizar sus acciones y cuáles deben ser los objetivos a los que deben apuntar, no pretendiendo abarcarlos todos, sino centrarse en aquellos en los que realmente pueden causar un impacto. Y esta priorización no necesariamente debe darse empresa por empresa, sino que lo adecuado según su criterio, sería hacer acuerdos sectoriales que permitan potenciar el impacto de muchas empresas, trabajando en una misma dirección y hacia uno o dos objetivos en particular. La Agenda 2015-2030 debe ser movilizadora desde las Cámaras de los diferentes sectores económicos, pero para lograrlo, es necesario crear esa capacidad en los cuadros de mando y contar con el interés de sus líderes.

No obstante, según su experiencia, este liderazgo no se ha dado en el seno de las cámaras. Lo anterior quedó de manifiesto en el 2017 cuando AED hizo un llamado para iniciar un diálogo con las diferentes Cámaras empresariales sobre el tema ODS, obteniendo como resultado muy poca participación de parte de estas organizaciones. En esa oportunidad quedó claro que este tema no es una prioridad en la agenda de los sectores y cámaras empresariales.

Hablando del mismo tema, es decir, de los obstáculos que se han identificado para que las empresas se vinculen activamente en iniciativas de apoyo a los ODS, la organización: GAN Costa Rica (Global Apprentices-

CUADRO 10: OBSTÁCULOS IDENTIFICADOS PARA EL APOYO DECIDIDO DE LAS EMPRESAS A LOS ODS

	RESUMEN DE OBSTÁCULOS MÁS FRECUENTES	TOTAL	% / TOTAL EMPRESAS	% / TOTAL RESPUESTAS
1	Falta de conocimiento sobre el tema / débil comunicación	8	62%	24,2%
2	Falta de comprensión de los líderes sobre el impacto para la sostenibilidad del negocio	8	62%	24,2%
3	Falta de recursos económicos y humanos para apoyar el tema	3	23%	9,1%
4	Falta de tiempo de los gestores responsables y autoridades competentes	3	23%	9,1%
5	Temas organizacionales dificultan gestión (control, auditoría, tramitología, otros)	3	23%	9,1%
6	Falta de interés de las autoridades	2	15%	6,1%
7	Falta de involucramiento de los líderes de alto nivel	2	15%	6,1%
8	Falta de una cabeza y/o de un área exclusiva para liderar el tema	2	15%	6,1%
9	Dificultad para encontrar aliados y evitar duplicidades	1	8%	3,0%
10	Dificultad para identificar iniciativas donde involucrar a los colaboradores	1	8%	3,0%
	Total de respuestas	33		100,0%

Fuente: Elaboración propia con comentarios aportados por las empresas en sus entrevistas.

hips Network Costa Rica), participante y patrocinadora de este estudio, repite el gran desconocimiento que existe por parte de las PyMEs y las empresas en general sobre los ODS, así como el temor que ese desconocimiento les genera.

Esta organización busca impulsar el Objetivo no.8 de empleo digno, enfocado especialmente en los jóvenes en condiciones de vulnerabilidad. Para ello se promueve la apertura en las empresas de esquemas relacionados con aprendizaje basado en los puestos de trabajo. Según su opinión, la falta de comprensión sobre el marco legal existente en temas laborales y los beneficios que este tipo de oportunidades generan tanto a las empresas como a los jóvenes, se convierte en una barrera para alcanzar el Objetivo no. 8.

Asimismo, se evidencia la necesidad de parte de muchas ONG's que trabajan capacitando a la población vulnerable, de estar en mayor contacto con las empresas y de esta forma agilizar la colocación de estos jóvenes en el mercado laboral.

CAPÍTULO IV: PROGRAMAS MÁS RELEVANTES PARA CADA ODS

4. INICIATIVAS MÁS RELEVANTES PARA EL LOGRO DE LOS ODS

A continuación, se profundiza en la descripción de cada uno de los ODS, incluyendo las metas establecidas para algunos programas que las empresas participantes consideran que son los que tienen mayor impacto para el logro de estos objetivos. Cabe mencionar que, aun cuando varias empresas puedan estar aportando a un objetivo en particular, solamente se muestran aquellos proyectos que fueron relevados por las empresas, por mostrar mayor impacto o tener un enfoque novedoso.

4.1. OBJETIVO 1: FIN DE LA POBREZA. Poner fin a la pobreza en todas sus formas, en todo el mundo

Este objetivo, definido como prioridad no. 1 en la agenda mundial, se basa en una realidad: a pesar de que la pobreza mundial se ha reducido a la mitad desde el año 2000, en las regiones en desarrollo todavía una de cada diez personas, y sus familias, sigue subsistiendo con \$1,90 dólares diarios, y hay millones que aun cuando perciben ingresos un poco más altos que esta cantidad al día, este sigue siendo todavía un monto insuficiente para satisfacer sus necesidades básicas²⁶.

4.1.1 Metas del ODS no. 1

- **1.1** Para 2030, erradicar la pobreza extrema para todas las personas en el mundo, actualmente medida por un ingreso por persona inferior a \$1,25 dólares de los Estados Unidos, al día.
- **1.2** Para 2030, reducir al menos a la mitad la proporción de hombres, mujeres y niños de todas las edades que viven en la pobreza en todas sus dimensiones con arreglo a las definiciones nacionales.
- **1.3** Poner en práctica a nivel nacional sistemas y medidas apropiadas de protección social para todos, incluidos niveles mínimos, y, para 2030, lograr una amplia cobertura de los pobres y los vulnerables.
- **1.4** Para 2030, garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los pobres y los vulnerables, tengan los mismos derechos a los recursos económicos, así como acceso a los servicios básicos, la propiedad y el control de las tierras y otros bienes, la herencia, los recursos naturales, las nuevas tecnologías apropiadas y los servicios financieros, incluida la micro-financiación.
- **1.5** Para 2030, fomentar la resiliencia de los pobres y las personas que se encuentran en situaciones vulnerables y reducir su exposición y vulnerabilidad a los fenómenos extremos relacionados con el clima y otras crisis y desastres económicos, sociales y ambientales.

4.1.2 Mecanismos de implementación

- **1.a** Garantizar una movilización importante de recursos procedentes de diversas fuentes, incluso mediante la mejora de la cooperación para el desarrollo, a fin de proporcionar medios suficientes y previsibles a los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, para poner en práctica programas y políticas encaminados a poner fin a la pobreza en todas sus dimensiones
- **1.b** Crear marcos normativos sólidos en los planos nacional, regional e internacional, sobre la base de estrategias de desarrollo en favor de los pobres que tengan en cuenta las cuestiones de género, a fin de apoyar la inversión acelerada en medidas para erradicar la pobreza

4.1.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

Aun cuando el Objetivo no. 1: Fin de la pobreza, está incluido en la estrategia de casi la totalidad de las empresas participantes (79%), la información recopilada indica que la mayoría se encuentran todavía en una

²⁶ Organización de las Naciones Unidas. 17 objetivos para transformar nuestro mundo. Dic- 20, 2019. www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-desarrollo-sostenible/

etapa de incipiente. Algunas aplicaron en años pasados el diagnóstico de pobreza que promueve la AED; otras han utilizado el sistema SIPO del IMAS, pero la mayoría recientemente empezó a utilizar la encuesta IPM Empresarial, basada en la herramienta Índice de Pobreza Multidimensional²⁷, que promueve la ONG Horizonte Positivo. Con base en estos resultados, han dado inicio al diseño de estrategias que abordan la problemática identificada.

Entre las empresas que muestran mayores avances, se encuentra BAC Credomatic. Esta cuenta desde hace 4 años con el programa *Posibilidades BAC*, que consiste en una plataforma de soluciones para lograr que sus colaboradores superen la situación actual de pobreza multidimensional. Una vez identificados los empleados en esa condición, la empresa les ofrece una serie de posibilidades de apoyo, incluyendo: refundición de deudas, reparación y/o construcción de vivienda, ayuda psicológica-espiritual, red de cuidado de niños pequeños, educación media para ellos y sus familiares, apoyo a personas con discapacidad así como adultos mayores, ayudas emergentes, y otras soluciones que abarcan una amplia gama de opciones, con el interés de abordar la problemática con un enfoque integral.

Con un grado de avance también significativo, está la Corporación GRUMA, que en 2018 definió su estrategia de sostenibilidad, dando énfasis en seis ODS, incluido el número 1: Fin de la pobreza. Así, desde hace dos años, decidió iniciar acciones para abordar esta problemática entre sus propios trabajadores y para ello delegó en la Asociación Solidarista de una de sus empresas principales, DEMASA, la gestión de un programa cuyo objetivo fundamental es coadyuvar a la superación de la pobreza de los empleados y sus familias. El Programa tiene un enfoque integral, con lo cual busca abordar el fenómeno desde una base de multicausalidad, atendiendo diversas necesidades que enfrentan las personas en esta situación. Consta de varios componentes: bonos de vivienda (individual y en proyectos), asesoría legal, educación financiera, “Aprendiendo juntos”, programa de atención integral de familias, charlas de habilidades para la vida, atención psicológica, apoyo alimentario, y actividades especiales en el marco de la iniciativa ‘Sueño de Navidad’.

FIFCO por su parte también cuenta con el Programa FIFCO Oportunidades, enfocado en colaboradores que han sido identificados en situación de pobreza multidimensional,

a quienes se les ofrece diferentes servicios y apoyos. FIFCO ha establecido como meta, eliminar la pobreza multidimensional a lo interno de la compañía en un plazo máximo de 3 años, iniciando con aquellas personas con salarios menores a C1.000.000 (un millón de colones Costa Rica, equivalente a unos \$1725 dólares americanos).

Por su parte, DAVIVIENDA ofrece tasas preferenciales para los créditos de vivienda y consumo para todos sus colaboradores, siendo que para 2019 el 69% de la planilla contaba con créditos con condiciones especiales, lo que ha permitido el acceso a mejores condiciones de vida para ellos y sus familias. Adicionalmente se otorgan becas a hijos de colaboradores tomando en cuenta el ingreso familiar y las notas de los beneficiados.

4.2. OBJETIVO 2: HAMBRE CERO. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

En la actualidad, la tierra se encuentra en proceso de deterioro. Los suelos, océanos, bosques, agua potable y biodiversidad están en un rápido proceso de degradación debido a la sobre-explotación que hemos realizado de esos recursos. A esto se suma el cambio climático, que repercute sobre los recursos de los que dependemos y aumenta los riesgos asociados a los desastres naturales tales como las sequías y las inundaciones.

Se requiere de una reforma profunda del sistema agrario y alimentario mundial, que nos permita nutrir a los más de 815 millones de personas que hoy viven con hambre y a los dos mil millones adicionales que vivirán en el año 2050. En ese sentido, se hace necesario aumentar la capacidad productiva en los sectores agrícolas y son necesarios los sistemas de producción alimentaria sostenibles²⁸.

4.2.1 Metas del ODS no. 2

- **2.1** Para 2030, poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas, en particular los pobres y las personas en situaciones vulnerables, incluidos los lactantes, a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año.
- **2.2** Para 2030, poner fin a todas las formas de malnutrición, incluso logrando, a más tardar en 2025, las metas convenidas internacionalmente sobre el retraso del crecimiento y la emaciación de los niños menores de 5 años, y abordar las

²⁷ El Índice de Pobreza Multidimensional (IPM) fue elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en colaboración con la OPHI (Oxford Poverty & Human Development Initiative, Iniciativa de Pobreza y Desarrollo Humano de la universidad de Oxford), y se presentó por primera vez en el vigésimo aniversario del “Informe Anual Mundial sobre el Desarrollo Humano” del PNUD. Este índice identifica múltiples carencias y niveles de pobreza de los hogares y las personas, combinando la medición de distintos ámbitos como la salud, la educación, el ingreso, los aspectos laborales y el nivel de vida.

²⁸ Organización de las Naciones Unidas. 17 objetivos para transformar nuestro mundo. Dic- 20, 2019. www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-desarrollo-sostenible/

necesidades de nutrición de las adolescentes, las mujeres embarazadas y lactantes y las personas de edad.

- **2.3** Para 2030, duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los productores de alimentos en pequeña escala, en particular las mujeres, los pueblos indígenas, los agricultores familiares, los pastores y los pescadores, entre otras cosas mediante un acceso seguro y equitativo a las tierras, a otros recursos de producción e insumos, conocimientos, servicios financieros, mercados y oportunidades para la generación de valor añadido y empleos no agrícolas.
- **2.4** Para 2030, asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad y la producción, contribuyan al mantenimiento de los ecosistemas, fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático, los fenómenos meteorológicos extremos, las sequías, las inundaciones y otros desastres, y mejoren progresivamente la calidad del suelo y la tierra.
- **2.5** Para 2020, mantener la diversidad genética de las semillas, las plantas cultivadas y los animales de granja y domesticados y sus especies silvestres conexas, entre otras cosas mediante una buena gestión y diversificación de los bancos de semillas y plantas a nivel nacional, regional e internacional, y promover el acceso a los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales y su distribución justa y equitativa, como se ha convenido internacionalmente.

4.2.2 Mecanismos de implementación

- **2.a** Aumentar las inversiones, incluso mediante una mayor cooperación internacional, en la infraestructura rural, la investigación agrícola y los servicios de extensión, el desarrollo tecnológico y los bancos de genes de plantas y ganado a fin de mejorar la capacidad de producción agrícola en los países en desarrollo, en particular en los países menos adelantados.
- **2.b** Corregir y prevenir las restricciones y distorsiones comerciales en los mercados agropecuarios mundiales, entre otras cosas mediante la eliminación paralela de todas las formas de subvenciones a las exportaciones agrícolas y todas las medidas de exportación con efectos equivalentes, de conformidad con el mandato de la Ronda de Doha para el Desarrollo.

- **2.c** Adoptar medidas para asegurar el buen funcionamiento de los mercados de productos básicos alimentarios y sus derivados y facilitar el acceso oportuno a información sobre los mercados, en particular sobre las reservas de alimentos, a fin de ayudar a limitar la extrema volatilidad de los precios de los alimentos.

4.2.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

Este ODS obtiene un menor apoyo que el anterior, con un 50% de las empresas que lo mencionan entre sus prioridades. La mayoría del apoyo que recibe este ODS, viene de empresas dedicadas a la producción y distribución de productos alimenticios.

Por su parte en CARGILL, han establecido el programa *Nutriendo el futuro* en Costa Rica (inició en Nicaragua, Honduras y Guatemala), en alianza con la organización CARE, que está enfocado en centros educativos. Busca crear buenas prácticas en niños y docentes, enfocadas en el tema de seguridad alimentaria y nutricional. Su propósito es que, en las escuelas, niños y docentes, mejoren sus prácticas nutricionales actuales, mediante el desarrollo de huertos infantiles para la producción sostenible de alimentos que a la vez sirvan como un medio de enseñanza.

GRUMA por su parte, tiene el programa *Manos a la masa*. La empresa apoya a las empresarias productoras de tortillas, entregándoles materia prima y maquinaria adecuada para mejorar la eficiencia de su negocio o para el establecimiento de una nueva micro-empresa.

4.3. OBJETIVO 3: SALUD Y BIENESTAR.

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

Para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible es fundamental garantizar una vida saludable y promover el bienestar integral de todas las personas. Sin embargo, en muchas regiones del mundo, las familias se enfrentan a graves riesgos para la salud, como altas tasas de mortalidad materna y neonatal, la propagación de enfermedades tanto infecciosas como no transmisibles, así como malas prácticas de salud reproductiva. Para lograr la mejora que se busca, es necesario alcanzar un financiamiento más eficiente de los sistemas de salud, mejorar el saneamiento y la higiene de las comunidades, aumentar el acceso de todas las personas a los servicios médicos y educar mejor a la población sobre cómo reducir la contaminación ambiental.

4.3.1 Metas del ODS no. 3

- **3.1** Para 2030, reducir la tasa mundial de mor-

talidad materna a menos de 70 por cada 100.000 nacidos vivos.

- **3.2** Para 2030, poner fin a las muertes evitables de recién nacidos y de niños menores de 5 años, logrando que todos los países intenten reducir la mortalidad neonatal al menos hasta 12 por cada 1.000 nacidos vivos, y la mortalidad de niños menores de 5 años al menos hasta 25 por cada 1.000 nacidos vivos.
- **3.3** Para 2030, poner fin a las epidemias del SIDA, la tuberculosis, la malaria y las enfermedades tropicales desatendidas y combatir la hepatitis, las enfermedades transmitidas por el agua y otras enfermedades transmisibles.
- **3.4** Para 2030, reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el tratamiento y promover la salud mental y el bienestar.
- **3.5** Fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas, incluido el uso indebido de estupefacientes y el consumo nocivo de alcohol.
- **3.6** Para 2020, reducir a la mitad el número de muertes y lesiones causadas por accidentes de tráfico en el mundo.
- **3.7** Para 2030, garantizar el acceso universal a los servicios de salud sexual y reproductiva, incluidos los de planificación de la familia, información y educación, y la integración de la salud reproductiva en las estrategias y los programas nacionales.
- **3.8** Lograr la cobertura sanitaria universal, en particular la protección contra los riesgos financieros, el acceso a servicios de salud esenciales de calidad y el acceso a medicamentos y vacunas seguros, eficaces, asequibles y de calidad para todos.
- **3.9** Para 2030, reducir sustancialmente el número de muertes y enfermedades producidas por productos químicos peligrosos y la contaminación del aire, el agua y el suelo.

4.3.2 Mecanismos de implementación

- **3.a** Fortalecer la aplicación del Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco en todos los países, según proceda.
- **3.b** Apoyar las actividades de investigación y desarrollo de vacunas y medicamentos para las enfermedades transmisibles y no transmisibles que afectan primordialmente a los países en desarro-

llo y facilitar el acceso a medicamentos y vacunas esenciales asequibles de conformidad con la Declaración de Doha relativa al Acuerdo sobre los ADPIC y la Salud Pública, en la que se afirma el derecho de los países en desarrollo a utilizar al máximo las disposiciones del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio en lo relativo a la flexibilidad para proteger la salud pública y, en particular, proporcionar acceso a los medicamentos para todos.

- **3.c** Aumentar sustancialmente la financiación de la salud y la contratación, el desarrollo, la capacitación y la retención del personal sanitario en los países en desarrollo, especialmente en los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo.
- **3.d** Reforzar la capacidad de todos los países, en particular los países en desarrollo, en materia de alerta temprana, reducción de riesgos y gestión de los riesgos para la salud nacional y mundial.

4.3.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

Para contribuir a este ODS, PHILIP MORRIS ha planteado una transformación total de su negocio. Se parte de la premisa de que el cigarrillo causa daños a la salud, y desde esa perspectiva, el propósito de la empresa es reemplazar completamente los cigarrillos convencionales por alternativas menos dañinas, lo más pronto posible. Desde hace 20 años ha estado trabajando en esa dirección, ofreciendo mejores alternativas para los cigarrillos convencionales y plataformas de productos libres de humo. Ya cuentan con estudios científicos relacionados con la primera plataforma, que es de tabaco calentado. Es un producto que calienta el tabaco y no genera humo, generando un vapor que, en promedio, tiene 95% menos concentración de sustancias tóxicas.

En el caso de FIFCO, la empresa creó el *Programa Estar Bien*. Este es un programa creado por el área de talento, en coordinación con el área de salud ocupacional y tiene cuatro pilares. Gracias a este esfuerzo, la empresa ha logrado mantener prácticamente en cero los accidentes laborales.

Por otra parte, FIFCO ofrece a sus colaboradores un programa de bienestar nutricional, psicológico, y físico: *Programa Nutrivida*, primera empresa social creada en Costa Rica, bajo el modelo de Grameen Bank, que busca erradicar la malnutrición y la desnutrición infantil, principalmente en ese país, para luego abordar otros mercados. Como una rama asociada a NUTRIVIDA, se

ha estado desarrollando la red de madres ProNutrición que promueve el emprendedurismo entre mujeres jefas de hogar, apoyándolas para que se conviertan en distribuidoras de los productos en sus comunidades. Esta red actualmente trabaja con alrededor de 400 mujeres, como un efecto colateral de la empresa social. Además, se ha incorporado a la iniciativa ProNutri, para obtener la certificación “empresa libre de obesidad”.

DAVIVIENDA, por su parte, cuenta con un programa de Bienestar que brinda al 100% de sus colaboradores un seguro de gastos médicos que les da acceso a una gran red de medicina privada y medicamentos a muy bajo costo, además, cuenta con médico de empresa gratuito, lo que permite una atención rápida y efectiva. Adicionalmente el programa de bienestar ofrece planes de nutrición, deporte y esparcimiento que mejoran la calidad de vida de sus colaboradores.

CUESTAMORAS SALUD, cuenta con dos de las principales cadenas farmacéuticas del país: Fischel (conveniencia) y La Bomba (bajo costo), además de la distribuidora CEFA. Para contribuir con el Objetivo no. 3, alineado a esta línea de negocio, la empresa ha iniciado un programa de disposición correcta de medicamentos a través de las farmacias Fischel, pues en CR en la actualidad, la forma como se lleva a cabo la disposición de esos medicamentos vencidos, o en desuso, es inadecuada.

La empresa GRUMA también está procurando contribuir al logro del ODS no. 3, con su Programa *Ponerle a la vida*, donde trabaja en conjunto con el Ministerio de Salud, para llevar a los centros de educación secundaria un programa educativo que promueve comportamientos y consumo de alimentos, responsable y saludable.

4.4. OBJETIVO 4: EDUCACIÓN DE CALIDAD.

Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje

La agenda mundial para el desarrollo sostenible ha colocado la educación como la base para mejorar la vida y el desarrollo sostenible. Además de mejorar la calidad de vida de las personas, el acceso a la educación inclusiva y equitativa puede ayudar a la población local con las herramientas necesarias para desarrollar soluciones innovadoras a los problemas más grandes del mundo.

En la actualidad, más de 265 millones de niños y niñas en edad escolar, no están escolarizados. Aquellos que, si asisten a la escuela, en muchos casos, no adquieren los conocimientos básicos de lectura y aritmética

que se requieren para acceder a carreras tecnológicas con mayor demanda laboral en los mercados actuales²⁹.

Por otra parte, si bien se ha avanzado mucho en la igualdad educativa para niños y niñas en escuela primaria, pocos países han logrado sus objetivos en los otros niveles educativos.

4.4.1 Metas del ODS no. 4

- **4.1:** Asegurar terminar la enseñanza primaria y secundaria, gratuita, equitativa y de calidad.
- **4.2:** Acceso a servicios de atención y desarrollo de la primera infancia y educación preescolar de calidad.
- **4.3:** Asegurar el acceso igualitario de hombres y mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad.
- **4.4:** Aumentar el número de jóvenes y adultos que tiene las competencias necesarias, técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.
- **4.5:** Eliminar las disparidades de género en la educación y asegurar el acceso igualitario a todos los niveles de la enseñanza y formación profesional.
- **4.6:** Asegurar que todos los jóvenes y una proporción considerable de adultos estén alfabetizados y tengan nociones de aritmética.
- **4.7:** Asegurar que todos los alumnos adquieran conocimientos teóricos y prácticos para promover el desarrollo sostenible, derechos humanos, igualdad de género, cultura de paz y no violencia, ciudadanía mundial y diversidad cultural.

4.4.2 Mecanismos de implementación

- **4.a:** Construir y adecuar instalaciones educativas que tengan en cuenta las necesidades de los niños y las personas con discapacidad y diferencias de género, que ofrezcan entornos de aprendizaje seguros, inclusivos y eficaces.
- **4.b:** Aumentar considerablemente el número de becas disponibles para educación superior, incluidos programas de formación profesional y programas técnicos, científicos, de ingeniería y de tecnología de la información y las comunicaciones.
- **4.c:** Aumentar considerablemente la oferta de docentes calificados, mediante la formación (durante la preparación previa a la docencia o durante el ejercicio para la enseñanza).

4.4.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

La educación es sin duda, un tema de interés para la

²⁹ Organización de las Naciones Unidas. 17 objetivos para transformar nuestro mundo. Dic- 20, 2019. www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/

sociedad en general y está intrínsecamente vinculada a la sostenibilidad de las empresas, pues estas requieren cada vez más, de personal debidamente formado y capacitado. Por otra parte, es un tema muy atractivo y relativamente fácil de abordar, sin que para ello se requiera de alta tecnología o inversiones millonarias.

Por esas razones, el Objetivo no. 4, es donde encontramos la mayor cantidad de empresas, con iniciativas relevantes. Si bien se encuentra en el segundo nivel de prioridad dentro de los ODS a los que estas apuntan, a la hora de analizar el compromiso real a través de iniciativas concretas, es claro que es en este objetivo donde se encuentran tal vez los mayores avances e inversiones.

Una de las iniciativas más novedosas que las empresas participantes han desarrollado para apoyar este ODS no. 4, es el *Programa de Educación Dual* que FIFCO ha venido desarrollando desde hace más de cinco años. En su programa de hospitalidad en Reserva Conchal, se han graduado más de 200 estudiantes en las carreras relacionadas a la Industria al turismo. Recientemente llevaron a cabo una ampliación de este programa, abriendo un módulo en San José, dedicado a energías renovables, de la mano con el INA. Esta parte se amarra a la educación con nuevas formas de empleo. La promoción del empleo en zonas deprimidas como es Guanacaste ha sido una prioridad de la empresa.

Otra iniciativa que destaca por su grado de impacto y enfoque sostenible es el *Programa de Educación Financiera* a grupos de interés, desarrollado por BAC Credomatic. La empresa viene trabajando en esta iniciativa desde hace más de 12 años, con el objetivo de llevar salud y educación financiera al mayor número posible de personas, provenientes de diferentes grupos de interés de la empresa: estudiantes de educación formal, clientes, colaboradores, instituciones de gobierno. A través de este Programa, a escala regional, más de un millón y medio de personas han recibido educación financiera en años recientes.

Pero lo más importante que ha realizado la empresa en este campo, es la reforma del sistema educativo formal, para incluir el tema de educación financiera en el currículo educativo de todos los colegios públicos de Costa Rica. Hoy, alrededor de 25.000 estudiantes, reciben anualmente formación para el manejo de sus finanzas personales y familiares. Esta alianza con el Ministerio de Educación, constituye un cambio estructural en el sistema de enseñanza, con trascendencia de muchos años y con todo lo necesario para ser sostenible en el largo plazo, pues los profesores reciben formación permanente sobre el tema y el Banco ha desarrollado

capacidad instalada en el Ministerio, con el fin de que el programa siga adelante con recursos propios de esta institución.

El BAC es además firmante de la Estrategia Nacional Financiera que se declaró de interés público por parte del Presidente de la República de Costa Rica, Carlos Alvarado. En esa línea, está trabajando con personal de varias instituciones del Estado, entre ellas el Ministerio de Seguridad Pública y el Poder Judicial. Tiene programas en marcha también con el INAMU, DINADECO así como otras iniciativas de salud financiera, interesantes y novedosas.

En cuanto al BANCO NACIONAL, sus esfuerzos en este objetivo se han dado a través de la promoción de la educación e inclusión financiera, a través de su Programa de Libertad Financiera. En ese marco, ha establecido numerosas alianzas, tanto con el sector público como el privado, así como con comunidades y organismos internacionales. El objetivo de estas alianzas ha sido llevar adelante el programa de educación financiera en el marco de la estrategia nacional y ampliar su cobertura. Para el 2019 tienen la meta de impactar con formación en finanzas a unas 200.000 personas en condición vulnerable, incluyendo niños y jóvenes, mujeres en condición de pobreza, personas con discapacidad, y la población indígena, para lo cual ha desarrollado materiales educativos en las lenguas nativas, propias de este grupo de población.

El Banco DAVIVIENDA también cuenta con un programa de apoyo a la educación financiera llamado *Finanzas en casa*, que apoya tanto a colaboradores como al público en general para que aprendan sobre el buen manejo de las finanzas. Consta de 6 cursos totalmente interactivos y en línea, accesibles para cualquier persona, y están customizados para cada país donde el banco opera. Brinda herramientas de práctica, recursos educativos, y un glosario, para que la persona aprenda a planificar y a manejar mejor su dinero. Adicionalmente, cuenta con *Monetarium*, que es el mismo programa de educación financiera pero enfocado a niños en edad escolar.

En el caso de CARGILL, el Programa *Prosuperando con nuestros clientes*, consiste en trabajar con MiPyMEs que sean clientes de la empresa, para apoyarlos en el desarrollo de su empresa, principalmente en la parte administrativa del negocio, inventario, inocuidad, calidad, finanzas y mercadeo.

La empresa GBM por su parte, ha propiciado la educación tecnológica en diferentes organizaciones como el centro de Sor María Romero (ASORMARI), donde

otorgó los equipos necesarios para que la Ciudad Mujer, ofrezca a sus estudiantes formación tecnológica para su desarrollo profesional. Así mismo y en conjunto con otras empresas (CISCO), se ha logrado que este centro educativo se certifique como entidad oficial para la preparación técnica de las estudiantes.

La Corporación IBM también impulsa la educación de sus colaboradores, estudiantes y comunidad para el uso y aprovechamiento de la tecnología. Ellos cuentan con el Programa Skills e-learning, que trabaja con plataformas muy robustas para que los colaboradores y otros grupos de interés, puedan tener acceso al aprendizaje sofisticado en tecnología que les permita superar esa barrera de talento, en un período mucho más corto que el que se requería anteriormente. De igual manera, han apoyado la Formación *STEM*, entre niños pequeños, motivándolos para que estudien carreras de tecnología, principalmente en el segmento de las mujeres.

Por último, SYKES cuenta con el Programa Academia de Inglés y Técnicas, donde capacita a jóvenes con bajo nivel de inglés, para que mejoren sus posibilidades de inserción laboral.

4.5. OBJETIVO 5: IGUALDAD DE GÉNERO.

Lograr la igualdad entre géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas

La igualdad entre los géneros no es solo un derecho humano fundamental, sino la base para un mundo pacífico, próspero y sostenible. Lamentablemente, en la actualidad, 1 de cada 5 mujeres y niñas entre 15 y 49 años de edad ha experimentado violencia física o sexual, o ambas, en los 12 meses anteriores a ser preguntadas sobre este asunto. Además, 49 países no tienen leyes que protejan a las mujeres de la violencia doméstica. Así mismo, aun cuando ha habido algunos avances en prácticas nocivas como el matrimonio infantil y la mutilación genital femenina, aún queda mucho trabajo por hacer para acabar con esas prácticas³⁰. Establecer nuevos marcos legales sobre la igualdad de las mujeres en el lugar de trabajo y erradicar las prácticas nocivas presentes en la cultura actual, es un tema crucial para acabar con la discriminación basada en el género, que prevalece en casi todos los países del mundo.

4.5.1 Metas del ODS no. 5

- **5.1** Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.
- **5.2** Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos pú-

blico y privado, incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación.

- **5.3** Eliminar todas las prácticas nocivas, como el matrimonio infantil, precoz y forzado y la mutilación genital femenina.
- **5.4** Reconocer y valorar los cuidados y el trabajo doméstico no remunerados mediante servicios públicos, infraestructuras y políticas de protección social, y promoviendo la responsabilidad compartida en el hogar y la familia, según proceda en cada país.
- **5.5** Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.
- **5.6** Asegurar el acceso universal a la salud sexual y reproductiva y los derechos reproductivos según lo acordado de conformidad con el Programa de Acción de la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo, la Plataforma de Acción de Beijing y los documentos finales de sus conferencias de examen.

4.5.2 Mecanismos de implementación

- **5.a** Empezar reformas que otorguen a las mujeres igualdad de derechos a los recursos económicos, así como acceso a la propiedad y al control de la tierra y otros tipos de bienes, los servicios financieros, la herencia y los recursos naturales, de conformidad con las leyes nacionales.
- **5.b** Mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres.
- **5.c** Aprobar y fortalecer políticas acertadas y leyes aplicables para promover la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas a todos los niveles.

4.5.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

Cuando se les consulta a las empresas sobre su enfoque en este ODS, el 64% responde que este forma parte de su estrategia, lo cual coloca en un tercer nivel de prioridad entre las participantes.

Destaca la empresa PHILIP MORRIS, que se ha preocupado desde hace muchos años por el tema de diversidad e inclusión, enfocada fuertemente al tema de *equal salary*, que no solo implica que a hombres y mujeres se les pague equitativamente por trabajos de la misma responsabilidad, sino que también se trata de

³⁰ Organización de las Naciones Unidas. 17 objetivos para transformar nuestro mundo. Dic- 20, 2019. www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/

cerrar la brecha salarial entre las jerarquías de trabajo. En el marco de este programa, han establecido como meta que para el año 2022, el 40% de las posiciones de gerencia sean ocupadas por mujeres. En el caso de CR esa meta está más que superada.

La compañía SYKES también cuenta con políticas de equidad de género y becas, para motivar a las mujeres a optar por carreras técnicas donde existe una gran brecha de género. Así, han logrado un 40% de participación de mujeres en las carreras técnicas para 2021.

El BANCO NACIONAL por su parte, estableció desde hace varios años el Programa BN Mujer, enfocado a brindar créditos en condiciones favorables, capacitación, asistencia técnica y apoyo para mujeres emprendedoras que quieren desarrollar su negocio.

El BAC ha suscrito la certificación de equidad de género, que fue promovido por el INAMU en 2017, adquiriendo de esta forma el compromiso formal con una serie de metas de equidad de género, al interno de la empresa. Y para sus clientes, desde el 2016, y en alianza con Voces Vitales, creó el Programa Mujer Acelera, que brinda un apoyo intensivo y una formación muy completa a empresarias mujeres, que desean acelerar su negocio.

De igual manera, la empresa FLOREX viene desarrollando un programa de empleo inclusivo para grupos vulnerables, donde se promueve el liderazgo empresarial para mujeres, motivando sus opciones de inserción en la fuerza laboral.

La Corporación GBM también promueve la formación de mujeres en el ámbito de la tecnología, mediante convenios con CENFOTEC y la recepción de practicantes y becados de ambos géneros, para lograr una igualdad porcentual en la participación de ambos grupos de población.

4.6. OBJETIVO 6: AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO. Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos

El agua limpia y accesible para todos, es parte esencial de la aspiración por un mundo mejor. Hay suficiente agua dulce en el planeta para lograr este sueño, sin embargo, actualmente la distribución del agua no es igual para todos, y persisten muchas brechas de acceso en diferentes partes del mundo. Para el año 2050 se espera que al menos un 25% de la población mundial viva en un país afectado por escasez crónica y reiterada de agua dulce³¹.

4.6.1 Metas del ODS no. 6

- **6.1** De aquí a 2030, lograr el acceso universal y equitativo al agua potable a un precio asequible para todos.
- **6.2** De aquí a 2030, lograr el acceso a servicios de saneamiento e higiene adecuados y equitativos para todos y poner fin a la defecación al aire libre, prestando especial atención a las necesidades de las mujeres y las niñas y las personas en situaciones de vulnerabilidad.
- **6.3** De aquí a 2030, mejorar la calidad del agua reduciendo la contaminación, eliminando el vertimiento y minimizando la emisión de productos químicos y materiales peligrosos, reduciendo a la mitad el porcentaje de aguas residuales sin tratar y aumentando considerablemente el reciclado y la reutilización sin riesgos a nivel mundial.
- **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 el número de personas que sufren falta de agua.
- **6.5** De aquí a 2030, implementar la gestión integrada de los recursos hídricos a todos los niveles, incluso mediante la cooperación transfronteriza, según proceda.
- **6.6** De aquí a 2020, proteger y restablecer los ecosistemas relacionados con el agua, incluidos los bosques, las montañas, los humedales, los ríos, los acuíferos y los lagos.
- **6.a** De aquí a 2030, ampliar la cooperación internacional y el apoyo prestado a los países en desarrollo para la creación de capacidad en actividades y programas relativos al agua y el saneamiento, como los de captación de agua, desalinización, uso eficiente de los recursos hídricos, tratamiento de aguas residuales, reciclado y tecnologías de reutilización
- **6.b** Apoyar y fortalecer la participación de las comunidades locales en la mejora de la gestión del agua y el saneamiento

4.6.2 Mecanismos de implementación

- **6.a** De aquí a 2030, ampliar la cooperación internacional y el apoyo prestado a los países en desarrollo para la creación de capacidad en actividades y programas relativos al agua y el saneamiento, como los de captación de agua, desali-

³¹ Organización de las Naciones Unidas. 17 objetivos para transformar nuestro mundo. Dic- 20, 2019. www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/

nización, uso eficiente de los recursos hídricos, tratamiento de aguas residuales, reciclado y tecnologías de reutilización

- **6.b** Apoyar y fortalecer la participación de las comunidades locales en la mejora de la gestión del agua y el saneamiento

4.6.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

Por la naturaleza del negocio de las empresas entrevistadas, la mayoría no incluye este ODS dentro de los que apunta en su estrategia. Sin embargo, dos de ellas presentan iniciativas relevantes, por su nivel de impacto y aporte a la sostenibilidad.

Siendo una industria que tiene como principal materia prima el agua, FIFCO había establecido la meta de alcanzar la condición de 'agua neutral' para el año 2012, condición que se alcanzó en esa fecha. Actualmente continúa trabajando en una agenda para llegar a ser 'agua positivo', es decir, compensar un 25% más el consumo actual de la empresa en ese recurso. Esa meta está para cumplirse, a más tardar, para diciembre del 2020. Además, se cuenta con proyectos para cosechar agua de lluvia, tanto a lo interno como externo. Es una forma de compensar y no solo de reducir el consumo de agua.

En cuanto a PHILIP MORRIS, la empresa ha establecido una meta para que todas las instalaciones de fabricación, a escala global, hayan recibido la certificación de 'Alianza por el agua' para el 2025. En Costa Rica no cuentan con una planta de fabricación, pero en otros países como en Italia, donde se fabrica gran cantidad de sus productos, están implementando una tecnología de reciclaje de agua para el desarrollo de los nuevos productos libres de humo, que requieren más consumo de agua. Para 2018, habían logrado que más de 73.000m³ de agua pudieran reciclarse internamente y el propósito es aumentar este nivel en el presente año.

4.7. OBJETIVO 7: ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos

La energía es fundamental para casi todos los grandes desafíos y oportunidades a los que hace frente el mundo actualmente. Ya sea para el empleo, la seguridad, el cambio climático, la producción de alimentos o el aumento en los ingresos, el acceso universal a la energía es esencial. En la actualidad, más de 3.000 millones de personas, todavía cocinan con combustibles muy

contaminantes y tecnologías poco eficientes. Afortunadamente, la situación ha mejorado en la última década gracias al uso de fuentes de energía renovables como la hidroeléctrica, la solar y la eólica, y la proporción de energía utilizada por unidad de PIB también está disminuyendo. Sin embargo, el avance no es suficiente; son necesarias las inversiones públicas y privadas en energía; así como mayores niveles de financiación y políticas con compromisos más audaces, además de la buena disposición de los países para adoptar nuevas tecnologías en una escala mucho más amplia³².

4.7.1 Metas del ODS no. 7

- **7.1** De aquí a 2030, garantizar el acceso universal a servicios energéticos asequibles, fiables y modernos
- **7.2** De aquí a 2030, aumentar considerablemente la proporción de energía renovable en el conjunto de fuentes energéticas
- **7.3** De aquí a 2030, duplicar la tasa mundial de mejora de la eficiencia energética

4.7.2 Mecanismos de implementación

- **7.a** De aquí a 2030, aumentar la cooperación internacional para facilitar el acceso a la investigación y la tecnología relativas a la energía limpia, incluidas las fuentes renovables, la eficiencia energética y las tecnologías avanzadas y menos contaminantes de combustibles fósiles, y promover la inversión en infraestructura energética y tecnologías limpias
- **7.b** De aquí a 2030, ampliar la infraestructura y mejorar la tecnología para prestar servicios energéticos modernos y sostenibles para todos en los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países en desarrollo sin litoral, en consonancia con sus respectivos programas de apoyo

4.7.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

El ODS no. 7 aparece en el grupo de prioridad número 5 entre las empresas participantes, con un 50% de representatividad entre los escogidos por estas para enfocar sus esfuerzos. Esto hace sentido por los sectores donde se ubican la mayoría. No obstante, aquellas que incluyen ramas industriales, están desarrollando algunas iniciativas interesantes.

PHILIP MORRIS se ha puesto la meta de que, para 2020, el 70% de la hoja de tabaco que compran, se cure

³² Organización de las Naciones Unidas. 17 objetivos para transformar nuestro mundo. Dic- 20, 2019. www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/

con combustibles renovables y totalmente trazables. Al día de hoy ha alcanzado un 60% de esa meta, con 46% de la hoja que se cura utilizando energías limpias. Para el 2030, espera que el 100% de la energía que se usa en la fabricación provenga de combustibles renovables.

CUESTAMORAS ENERGÍA, con sede en Guatemala, es una rama de negocio que no se dedica a la generación de energía, sino a su comercialización (trading), facilitando la negociación entre grandes consumidores y generadores. Actualmente trabaja para agregar a estos servicios el enfoque de eficiencia energética, energía renovable, sustitución tecnológica y autogeneración. Para ello han suscrito contratos con compañías transnacionales expertas en la materia, que ya tienen un objetivo global para abastecerse con energía 100% renovable.

Por su parte GRUMA ha instalado un proceso completo para el procesamiento del arroz con las marcas Luisiana y Elefante. Este es un proceso totalmente limpio, donde la cascarilla del arroz se utiliza para encender los recipientes donde se hierva el arroz, y luego, puede seguirse utilizando para la producción de energía. Este es un excelente ejemplo de la aplicación práctica de la llamada economía circular.

4.8. OBJETIVO 8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

El desempleo afecta a grandes contingentes de población, especialmente a los jóvenes, las mujeres, y otros grupos. Por otra parte, la mala calidad del empleo, el subempleo, y otras formas de vincularse al mercado laboral, tampoco garantizan el ingreso suficiente para salir de la situación de pobreza que sufren millones de personas en todo el mundo, excluyéndolos de un derecho humano básico: el derecho de todos a compartir el progreso.

Para alcanzar el desarrollo económico sostenible, la sociedad debe crear las condiciones necesarias para que todas las personas en edad de trabajar, accedan a empleos de calidad y a oportunidades laborales, con condiciones decentes. La creación de empleos de calidad sigue constituyendo un gran desafío para casi todas las economías.

4.8.1 Metas del ODS no. 8

- **8.1** Mantener el crecimiento económico per cápita de conformidad con las circunstancias nacionales y, en particular, un crecimiento del produc-

to interno bruto de al menos el 7% anual en los países menos adelantados

- **8.2** Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra
- **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
- **8.4** Mejorar progresivamente, de aquí a 2030, la producción y el consumo eficientes de los recursos mundiales y procurar desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente, conforme al Marco Decenal de Programas sobre modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, empezando por los países desarrollados
- **8.5** De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor
- **8.6** De aquí a 2020, reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación
- **8.7** Adoptar medidas inmediatas y eficaces para erradicar el trabajo forzoso, poner fin a las formas contemporáneas de esclavitud y la trata de personas y asegurar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil, incluidos el reclutamiento y la utilización de niños soldados, y, de aquí a 2025, poner fin al trabajo infantil en todas sus formas
- **8.8** Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios
- **8.9** De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales
- **8.10** Fortalecer la capacidad de las instituciones financieras nacionales para fomentar y ampliar el acceso a los servicios bancarios, financieros y de

seguros para todos

4.8.2 Mecanismos de implementación

- **8.a** Aumentar el apoyo a la iniciativa de ayuda para el comercio en los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, incluso mediante el Marco Integrado Mejorado para la Asistencia Técnica a los Países Menos Adelantados en Materia de Comercio
- **8.b** De aquí a 2020, desarrollar y poner en marcha una estrategia mundial para el empleo de los jóvenes y aplicar el Pacto Mundial para el Empleo de la Organización Internacional del Trabajo

4.8.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

En el caso del ODS no. 8, llama la atención el hecho de que la mayoría de las empresas participantes (79%) lo incluyeron como parte de sus prioridades en materia de sostenibilidad. No obstante, a la hora de identificar los programas que directamente apuntan a este ODS, tan solo unas pocas iniciativas destacan por su aporte en esa dirección.

La empresa BAC Credomatic cuenta con un Programa de inclusión de personas con discapacidad que tiene como meta lograr que para 2021, el 3% de sus empleados, sean personas con discapacidades inhabilitantes, eso en términos absolutos, significa contar con 165 personas discapacitadas en planilla. En este momento hay 101 contratadas y se está haciendo el esfuerzo para llegar a la meta en dos años.

Además, desde hace muchos años, BAC cuenta con un programa de pasantías para estudiantes de colegios técnicos, que tiene un cupo fijo de pasantes por año, todos ellos jóvenes de entre 17-18 años de edad, a quienes el banco les brinda la oportunidad de hacer su práctica laboral en la empresa. El programa es muy exitoso, pues cerca del 80% de estos pasantes ingresan como colaboradores fijos.

DAVIVIENDA por su parte, apoya a jóvenes que, con sus emprendimientos en marcha, resuelven o mitigan una problemática social o ambiental del país. En 2019 se llevó a cabo el lanzamiento de la primera edición del Premio a la Innovación Social para Centroamérica, denominado Social Skin, el cual premió 3 emprendimientos ticos y 1 hondureño con dinero en efectivo para invertir en su actividad, así como acompañamiento y capacitaciones a través de la Fundación Bolívar DAVIVIENDA.

La empresa FLOREX también cuenta con una iniciativa que busca mejorar las posibilidades de inserción

laboral de grupos vulnerables, apuntando a dos mercados meta: jóvenes estudiantes y personas en condición de discapacidad.

Finalmente, PHILIP MORRIS, durante muchos años ha mantenido una alianza con la Fundación HOGAR SIEMBRA, que atiende a mujeres jóvenes, de sectores desfavorecidos, que han sido víctimas de violencia y abuso, y que viven prácticamente en abandono. Les brindan un hogar seguro, capacitación y herramientas educativas para insertarse en el mercado laboral, y enfrentar los retos de la vida.

En el Anexo 5 del presente Reporte, se incluye información más detallada sobre este Objetivo 8, dando respuesta al interés que al respecto manifestó GAN Costa Rica (Global Apprenticeships Network Costa Rica), como organización patrocinadora y participante del presente estudio.

4.9. OBJETIVO 9: INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA. Invertir en infraestructura para lograr el desarrollo sostenible y empoderar a las comunidades en numerosos países.

La infraestructura es básica para el desarrollo: el transporte, la energía, la tecnología de la información y las comunicaciones dependen de la infraestructura, para construir sociedades más fuertes, socialmente más estables y más resistentes a los efectos del cambio climático.

Es necesario invertir más en productos de alta tecnología para mejorar la producción manufacturera, aumentar la eficiencia y mejorar los servicios celulares móviles para que las personas puedan estar mejor conectadas. Todo esto es infraestructura, y es lo que busca promover el ODS no. 9.

4.9.1 Metas del ODS no. 9

- **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
- **9.2** Promover una industrialización inclusiva y sostenible y, de aquí a 2030, aumentar significativamente la contribución de la industria al empleo y al producto interno bruto, de acuerdo con las circunstancias nacionales, y duplicar esa contribución en los países menos adelantados
- **9.3** Aumentar el acceso de las pequeñas indus-

trias y otras empresas, particularmente en los países en desarrollo, a los servicios financieros, incluidos créditos asequibles, y su integración en las cadenas de valor y los mercados

- **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
- **9.5** Aumentar la investigación científica y mejorar la capacidad tecnológica de los sectores industriales de todos los países, en particular los países en desarrollo, entre otras cosas fomentando la innovación y aumentando considerablemente, de aquí a 2030, el número de personas que trabajan en investigación y desarrollo por millón de habitantes y los gastos de los sectores público y privado en investigación y desarrollo

4.9.2 Mecanismos de implementación

- **9.a** Facilitar el desarrollo de infraestructuras sostenibles y resilientes en los países en desarrollo mediante un mayor apoyo financiero, tecnológico y técnico a los países africanos, los países menos adelantados, los países en desarrollo sin litoral y los pequeños Estados insulares en desarrollo
- **9.b** Apoyar el desarrollo de tecnologías, la investigación y la innovación nacionales en los países en desarrollo, incluso garantizando un entorno normativo propicio a la diversificación industrial y la adición de valor a los productos básicos, entre otras cosas
- **9.c** Aumentar significativamente el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones y esforzarse por proporcionar acceso universal y asequible a Internet en los países menos adelantados de aquí a 2020

4.9.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

Por la naturaleza del negocio de las empresas participantes en el estudio, este ODS aparece en su último nivel de prioridad, y casi ninguna muestra programas concretos que apunten en esta dirección.

Destaca el caso de GBM, cuya razón de ser es la tecnología y, por ende, sus productos y servicios se convierten en un elemento fundamental para el desarrollo de la infraestructura actual y la innovación en los dis-

tintos escenarios de la sociedad.

GBM provee soluciones integrales de tecnología que buscan agilizar procesos de todo tipo e innovar de forma continua. Así, a través de las actividades en reducción de brecha digital, la empresa ha permitido que poblaciones que no tenían acceso a la Internet, puedan utilizarlo por medio de la instalación de tecnología apropiada. Esto ha abierto una importante fuente de conocimiento y desarrollo de destrezas en poblaciones excluidas, que a su vez van a contribuir al crecimiento de la economía y el desarrollo sostenible del país.

4.10. OBJETIVO 10: REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES. Reducir la desigualdad en y entre los países

Existe un consenso cada vez mayor de que el crecimiento económico no es suficiente para reducir la pobreza si este no es inclusivo ni toma en cuenta las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental. Por esa razón, aun en las sociedades más ricas, se encuentran aún grandes brechas de ingreso y consumo entre los diferentes estratos sociales y grupos de población.

Para reducir la desigualdad, este ODS propone que los países apliquen políticas universales, las cuales deben complementarse con estrategias de protección social para la identificación e inclusión de grupos con altos índices de pobreza y marginalidad.

De igual manera, este ODS apunta a reducir las marcadas diferencias existentes entre unos países y otros, en cuanto a nivel de desarrollo y bienestar de la población. Lo anterior mediante esfuerzos comerciales justos e iniciativas de cooperación multilateral solidaria entre países, que permitan ir nivelando esas diferencias para disminuir las brechas que separan a los más desarrollados de aquellos que están aún en vías de desarrollo.

4.10.1 Metas del ODS no. 10

- **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.
- **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.
- **10.3** Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discrimi-

natorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto.

- **10.4** Adoptar políticas, especialmente fiscales, salariales y de protección social, y lograr progresivamente una mayor igualdad.
- **10.5** Mejorar la reglamentación y vigilancia de las instituciones y los mercados financieros mundiales y fortalecer la aplicación de esos reglamentos.
- **10.6** Asegurar una mayor representación e intervención de los países en desarrollo en las decisiones adoptadas por las instituciones económicas y financieras internacionales para aumentar la eficacia, fiabilidad, rendición de cuentas y legitimidad de esas instituciones.
- **10.7** Facilitar la migración y la movilidad ordenadas, seguras, regulares y responsables de las personas, incluso mediante la aplicación de políticas migratorias planificadas y bien gestionadas.

4.10.2 Mecanismos de implementación

- **10.a** Aplicar el principio del trato especial y diferenciado para los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, de conformidad con los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio.
- **10.b** Fomentar la asistencia oficial para el desarrollo y las corrientes financieras, incluida la inversión extranjera directa, para los Estados con mayores necesidades, en particular los países menos adelantados, los países africanos, los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países en desarrollo sin litoral, en consonancia con sus planes y programas nacionales.
- **10.c** De aquí a 2030, reducir a menos del 3% los costos de transacción de las remesas de los migrantes y eliminar los corredores de remesas con un costo superior al 5%.

4.10.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

Aun cuando algunas lo anotan como parte de sus estrategias de sostenibilidad, para este ODS no. 10, no fue posible identificar programas o iniciativas de gran impacto entre las empresas participantes en el estudio.

4.11. OBJETIVO 11: CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles

En 2015, cerca de 4000 millones de personas vivían en ciudades y se prevé que ese número aumente hasta

unos 5000 millones para 2030. Se necesita mejorar, por tanto, la planificación y la gestión para que los espacios urbanos del mundo sean más inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

Los problemas que enfrentan las ciudades se pueden corregir y eliminar, aprovechando mejor los recursos naturales, y reduciendo la contaminación, así como la desigualdad y la pobreza, cuyas consecuencias repercuten en graves situaciones que afectan la calidad de vida de los ciudadanos en los centros urbanos de población.

4.11.1 Metas del ODS no. 11

- **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
- **11.2** De aquí a 2030, proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y mejorar la seguridad vial, en particular mediante la ampliación del transporte público, prestando especial atención a las necesidades de las personas en situación de vulnerabilidad, las mujeres, los niños, las personas con discapacidad y las personas de edad
- **11.3** De aquí a 2030, aumentar 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
- **11.4** Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo
- **11.5** De aquí a 2030, reducir significativamente el número de muertes causadas por los desastres, incluidos los relacionados con el agua, y de personas afectadas por ellos, y reducir considerablemente las pérdidas económicas directas provocadas por los desastres en comparación con el producto interno bruto mundial, haciendo especial hincapié en la protección de los pobres y las personas en situaciones de vulnerabilidad
- **11.6** De aquí a 2030, reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, incluso prestando especial atención a la calidad del aire y la gestión de los desechos municipales y de otro tipo
- **11.7** De aquí a 2030, proporcionar acceso universal a zonas verdes y espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles, en particular para las mujeres y los niños, las personas de edad y las personas con discapacidad

4.11.2 Mecanismos de implementación

- **11.a** Apoyar los vínculos económicos, sociales y ambientales positivos entre las zonas urbanas, periurbanas y rurales fortaleciendo la planificación del desarrollo nacional y regional
- **11.b** De aquí a 2020, aumentar considerablemente el número de ciudades y asentamientos humanos que adoptan e implementan políticas y planes integrados para promover la inclusión, el uso eficiente de los recursos, la mitigación del cambio climático y la adaptación a él y la resiliencia ante los desastres, y desarrollar y poner en práctica, en consonancia con el Marco de Sendai para la Reducción del Riesgo de Desastres 2015-2030, la gestión integral de los riesgos de desastre a todos los niveles
- **11.c** Proporcionar apoyo a los países menos adelantados, incluso mediante asistencia financiera y técnica, para que puedan construir edificios sostenibles y resilientes utilizando materiales locales

4.11.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

Por la naturaleza de su negocio, CUESTAMORAS URBANISMO es la empresa que muestra un avance significativo en el abordaje de este ODS no. 11. La empresa viene desarrollando una estrategia de transformación humana, que implica: Construcciones de cierta escala (grandes), uso mixto del suelo integrado a la comunidad y un alto compromiso con reducir el impacto ambiental.

Dentro de su modelo económico de rentabilidad, incluyen compensar completamente su huella de gas efecto invernadero en etapa constructiva. Este es un hito bastante importante, pues la cantidad de gases efecto invernadero que produce el cemento en una construcción es ignorado por la mayoría de las empresas constructoras. Para lograrlo, realizaron a la compañía hermana CUESTAMORAS BOSQUES.

Para el proceso de validación de esta estrategia, vincularon a terceros imparciales, que hicieron un cálculo científico o proyección técnica de la huella, que fue certificado. Además, incluyeron una verificación en su unidad de carbono neutralidad, para validar la remoción efectiva de la huella generada.

4.12. OBJETIVO 12: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

El consumo y la producción sostenibles consisten en fomentar el uso eficiente de los recursos y la energía, la

construcción de infraestructura que no dañe el medio ambiente, la mejora del acceso a los servicios básicos y la creación de empleos con enfoque ecológico, justamente remunerados y con buenas condiciones laborales. En la actualidad, los países continúan abordando tímidamente estos desafíos.

En esa línea, el ODS no. 12 propone hacer más y mejores cosas con menos recursos. Se trata de crear ganancias netas de las actividades económicas mediante la reducción de la utilización de los recursos, la degradación y la contaminación, logrando al mismo tiempo una mejor calidad de vida.

Invita además a adoptar un enfoque sistémico y a promover la cooperación entre los participantes de la cadena de suministro, desde el productor hasta el consumidor final. Consiste en sensibilizar a los consumidores mediante la educación sobre los modos de vida sostenibles, facilitándoles información adecuada a través del etiquetaje y las normas de uso, entre otros.

4.12.1 Metas del ODS no. 12

- **12.1** Aplicar el Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, con la participación de todos los países y bajo el liderazgo de los países desarrollados, teniendo en cuenta el grado de desarrollo y las capacidades de los países en desarrollo.
- **12.2** De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.
- **12.3** De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha.
- **12.4** De aquí a 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente.
- **12.5** De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.
- **12.6** Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen

información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.

- **12.7** Promover prácticas de adquisición pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales.
- **12.8** De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.

4.12.2 Mecanismos de implementación

- **12.a** Ayudar a los países en desarrollo a fortalecer su capacidad científica y tecnológica para avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles.
- **12.b** Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.
- **12.c** Racionalizar los subsidios ineficientes a los combustibles fósiles que fomentan el consumo antieconómico eliminando las distorsiones del mercado, de acuerdo con las circunstancias nacionales, incluso mediante la reestructuración de los sistemas tributarios y la eliminación gradual de los subsidios perjudiciales, cuando existan, para reflejar su impacto ambiental, teniendo plenamente en cuenta las necesidades y condiciones específicas de los países en desarrollo y minimizando los posibles efectos adversos en su desarrollo, de manera que se proteja a los pobres y a las comunidades afectadas.

4.12.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

Este ODS no. 12, se coloca en el cuarto nivel de prioridad entre las empresas participantes, con una representación del 57% de estas que lo incluyen entre su enfoque estratégico.

Entre las que comentan de iniciativas específicas que apuntan a este ODS, encontramos a IBM con su Programa “Call for code”. Este consiste en un llamado a estudiantes para que contribuyan a reducir los impactos del cambio climático, utilizando la tecnología que IBM pone a su disposición. En el caso de Costa Rica, la empresa se unió a la Cruz Roja para incentivar proyectos específicos relacionados con ese tema, pero desde el punto de vista del desarrollo de habilidades y talentos tecnológicos.

La empresa PHILIP MORRIS desde hace un tiempo estableció reglas y viene desarrollando buenas prácticas de comercialización, con el fin de promover el consumo responsable, como, por ejemplo, la regla de que solo venden sus productos a fumadores adultos. En paralelo, brindan información adecuada y suficiente a los consumidores adultos sobre el riesgo del fumado, advirtiéndoles sobre los efectos nocivos del fumado sobre la salud de las personas. Además de apegarse a las reglas internas de la compañía en esta materia, se apegan 100% a las leyes vigentes en cada país.

Florida Ice & Farm Co., por su parte, promueve el consumo moderado de bebidas alcohólicas a través de su programa “Consumo Inteligente Integral”. A partir del 2017, Consumo Inteligente Integral incursiona en la promoción de estilos de vida saludables y balanceados en los consumidores de los productos de la empresa, tanto alcohólicos como no alcohólicos y alimentos. Se establecieron las siguientes líneas de acción: 1. Promoción del Consumo Inteligente Integral como un estilo de vida saludable 2. Promoción de nuevas ocasiones de consumo 3. Impulsar que poblaciones sensibles, como los menores de edad, no consuman del todo bebidas alcohólicas y tengan un estilo de vida balanceado.

4.13. OBJETIVO 13: ACCIÓN POR EL CLIMA.

Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos

El cambio climático afecta a todos los países y todos los continentes, produciendo un impacto negativo en su economía, la vida de las personas y las comunidades. En un futuro se prevé que las consecuencias serán peores. Los patrones climáticos están cambiando, los niveles del mar están aumentando, los eventos climáticos son cada vez más extremos y las emisiones del gas de efecto invernadero están ahora en los niveles más altos de la historia³⁴.

Este ODS no. 13, apunta a resolver ese problema. Para ello, cuenta como soporte con el Acuerdo de París, suscrito por los países en la COP21, que entró en vigencia en noviembre de 2016. En este acuerdo, las naciones participantes definieron la meta de limitar el aumento de la temperatura global a menos de 2 grados centígrados. A abril de 2018, 175 países habían ratificado el Acuerdo y 10 países en desarrollo habían presentado la primera versión de sus planes nacionales, para responder al cambio climático.

4.13.1 Metas del ODS no. 13

- **13.1:** Fortalecer la resiliencia y la capacidad de

³⁴ Organización de las Naciones Unidas. 17 objetivos para transformar nuestro mundo. Dic- 20, 2019. www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/

adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países.

- **13.2:** Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales.
- **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.

4.13.2 Mecanismos de implementación

- **13.a** Cumplir el compromiso de los países desarrollados que son partes en la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático de lograr para el año 2020 movilizar 100.000 millones de dólares anuales procedentes de todas las fuentes a fin de atender las necesidades de los países en desarrollo respecto de la adopción de medidas concretas de mitigación y la transparencia de su aplicación, y poner en pleno funcionamiento el Fondo Verde para el Clima.
- **13.b** Promover mecanismos para aumentar la capacidad para la planificación y gestión eficaces en relación con el cambio climático en los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo, haciendo particular hincapié en las mujeres, los jóvenes y las comunidades locales y marginadas.

4.13.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

El ODS no. 13, es el que obtiene el primer lugar en las prioridades establecidas por las empresas participantes en el estudio. Lo anterior, por cuanto la mayoría está desarrollando iniciativas de carbono neutralidad y certificaciones de gestión ambiental.

La empresa FIFCO tomó la decisión de convertirse en 'cero desechos' de producción, meta que alcanzó desde el 2011, en cuanto a desechos generados por la operación del negocio. Esta meta fue certificada por Carbon Trust, una de las autoridades independientes líderes en el mundo en cambio climático.

Por su parte, CUESTAMORAS BOSQUES, es una empresa carbono neutral y sigue la medición de acción climática de sus operaciones. Además, aplica las reglas propias de Empresa B, y se coloca entre las 10 primeras empresas de este sector, que, a escala mundial, ha obtenido esta certificación.

BAC Credomatic es una empresa que muestra importantes avances en este tema. A nivel de gestión am-

biental interna, cuenta con 28 edificios certificados con la norma ISO 14.001, de Gestión Ambiental. Al 2021 tiene la meta de llegar a 30 edificios con esta certificación. Por otra parte, el Banco es carbono neutral desde el 2014, y todos los años se recertifica, disminuyendo las toneladas emitidas, gracias a los trabajos de reducción y compensación de la huella de carbono.

Para el cliente, BAC desarrolló el Sistema de Análisis de Riesgos Ambiental y Social, como una herramienta que utiliza el área de crédito. Así, para solicitudes crediticias superiores a un millón de dólares, el Banco no solamente analiza la solvencia económica del solicitante, sino también considera el impacto que la inversión del dinero va a tener en el medioambiente y en la sociedad.

De igual manera, DAVIVIENDA cuenta con un robusto programa de Análisis de Riesgo Ambiental de sus clientes empresariales y corporativos, el cual evalúa a los clientes al momento de iniciar la relación y de forma anual. Este Análisis evalúa la capacidad de los clientes para manejar sus impactos ambientales y establece condiciones especiales y planes de acción en los casos que se identifiquen opciones de mejora, procurando con esto contar con una cartera de clientes cada vez más responsable y sostenible ambientalmente.

Por medio de la compensación que GBM realiza a través de FONAFIFO (Fondo Nacional de Financiamiento Forestal), la empresa compra 100 toneladas de unidades de compensación anualmente para reducir la huella de carbono emitida en sus operaciones, lo cual equivale a solamente unas 70 toneladas. En otras palabras, GBM ha tomado la decisión de compensar su huella en una proporción mayor que la que emite, siendo responsable sobre el impacto de sus operaciones en el ambiente.

La empresa SYKES también tiene avances en esta línea. Cuenta con la certificación ISO 14.001 de gestión ambiental, pero además es Carbono neutro y fue certificada con el Programa Bandera Azul que promueve el Gobierno de Costa Rica.

4.14. OBJETIVO 14: VIDA SUBMARINA.

Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible

La gestión prudente del recurso presente en los océanos, es esencial para un futuro sostenible. Sin embargo, en la actualidad, existe un continuo deterioro de las aguas costeras, debido a la contaminación y la acidificación de los océanos, que está teniendo un efecto adverso sobre el funcionamiento de los ecosistemas y

la biodiversidad, afectando también negativamente a la pesca de pequeña escala.

El ODS no. 14, propone que las áreas marinas sean protegidas y administradas de manera efectiva, con recursos suficientes y regulaciones que ayuden a reducir la sobrepesca, la contaminación marina y la acidificación de los océanos.

4.14.1 Metas del ODS no. 14

- **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 nutrientes.
- **14.2** De aquí a 2020, gestionar y proteger sosteniblemente los ecosistemas marinos y costeros para evitar efectos adversos importantes, incluso fortaleciendo su resiliencia, y adoptar medidas para restaurarlos a fin de restablecer la salud y la productividad de los océanos.
- **14.3** Minimizar y abordar los efectos de la acidificación de los océanos, incluso mediante una mayor cooperación científica a todos los niveles.
- **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.
- **14.5** De aquí a 2020, conservar al menos el 10% de las zonas costeras y marinas, de conformidad con las leyes nacionales y derecho internacional y sobre la base de mejor información científica.
- **14.6** De aquí a 2020, prohibir ciertas formas de subvenciones a la pesca que contribuyen a la sobrecapacidad y la pesca excesiva, eliminar las subvenciones que contribuyen a la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada y abstenerse de introducir nuevas subvenciones de esa índole, reconociendo que la negociación sobre las subvenciones a la pesca en el marco de la Organización Mundial del Comercio debe incluir un trato especial y diferenciado, apropiado y efectivo para los países en desarrollo y los países menos adelantados.
- **14.7** De aquí a 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en

desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo.

4.14.2 Mecanismos de implementación

- **14.a** Aumentar los conocimientos científicos, desarrollar la capacidad de investigación y transferir tecnología marina, teniendo en cuenta los Criterios y Directrices para la Transferencia de Tecnología Marina de la Comisión Oceanográfica Intergubernamental, a fin de mejorar la salud de los océanos y potenciar la contribución de la biodiversidad marina al desarrollo de los países en desarrollo, en particular los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados
- **14.b** Facilitar el acceso de los pescadores artesanales a los recursos marinos y los mercados
- **14.c** Mejorar la conservación y el uso sostenible de los océanos y sus recursos aplicando el derecho internacional reflejado en la Convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar, que constituye el marco jurídico para la conservación y la utilización sostenible de los océanos y sus recursos, como se recuerda en el párrafo 158 del documento “El futuro que queremos”

4.14.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

FIFCO tiene el compromiso para el año 2020 de llegar a un 100% de recuperación y reciclaje de los envases que la empresa coloca en el mercado, lo cual impactará de forma muy positiva la contaminación de los océanos. Actualmente, la empresa recupera el 82%, es decir, que de cada 100 botellas de plástico que vende, logra recuperar 82 envases, sean estos de la propia empresa o de otras.

Por otra parte, la empresa está buscando un reemplazo al plástico, tal cual lo conocemos hoy. Está desarrollando el primer envase elaborado de resina natural, específicamente de maíz, para el 2020.

En el caso de Cuestamoras (oficina corporativa), se realiza una donación anual para el financiamiento de las operaciones de la Fundación Amigos de la Isla del Coco (FAICO), única organización dedicada exclusivamente a la conservación del Parque Marino Isla del Coco y sus ecosistemas circundantes. Durante 25 años, el modelo de colaboración de FAICO con el Gobierno, ONGs, el sector privado y la sociedad civil, le ha permitido impulsar acciones para convertir a la Isla del Coco en un ejemplo replicable de buenas prácticas

en el manejo de áreas marinas y protección de especies migratorias a nivel mundial, sirviendo de referencia en el Pacífico Oriental Tropical.

4.15. OBJETIVO 15: VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES. Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad

El 30,7% de la superficie terrestre está cubierta por bosques, que, además de proporcionar seguridad alimentaria y refugio, son fundamentales para combatir el cambio climático, pues protegen la diversidad biológica y las viviendas de la población indígena.

Sin embargo, en la actualidad, 13 millones de hectáreas de bosque desaparecen cada año y la degradación persistente de las zonas áridas está provocando la desertificación de 3600 millones de hectáreas³⁵.

El ODS no. 15, propone que se disminuyan las actividades humanas que afectan la biodiversidad, y que se asuman acciones para combatir los efectos del cambio climático que provocan la pérdida de bosques y la desertificación de muchos sitios de la tierra, afectando a la vez la vida silvestre y los medios de subsistencia de millones de personas en condiciones de pobreza.

4.15.1 Metas del ODS no. 15

- **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
- **15.2** Para 2020, promover la gestión sostenible de todos los tipos de bosques, poner fin a la deforestación, recuperar los bosques degradados e incrementar la forestación y la reforestación a nivel mundial
- **15.3** Para 2030, luchar contra la desertificación, rehabilitar las tierras y los suelos degradados, incluidas las tierras afectadas por la desertificación, la sequía y las inundaciones, y procurar lograr un mundo con una degradación neutra del suelo
- **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
- **15.5** Adoptar medidas urgentes y significativas

para reducir la degradación de los hábitats naturales, detener la pérdida de la diversidad biológica y, para 2020, proteger las especies amenazadas y evitar su extinción

- **15.6** Promover la participación justa y equitativa en los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos y promover el acceso adecuado a esos recursos, como se ha convenido internacionalmente
- **15.7** Adoptar medidas urgentes para poner fin a la caza furtiva y el tráfico de especies protegidas de flora y fauna y abordar la demanda y la oferta ilegales de productos silvestres
- **15.8** Para 2020, adoptar medidas para prevenir la introducción de especies exóticas invasoras y reducir de forma significativa sus efectos en los ecosistemas terrestres y acuáticos y controlar o erradicar las especies prioritarias
- **15.9** Para 2020, integrar los valores de los ecosistemas y la diversidad biológica en la planificación nacional y local, los procesos de desarrollo, las estrategias de reducción de la pobreza y la contabilidad

4.15.2 Mecanismos de implementación

- **15.a** Movilizar y aumentar de manera significativa los recursos financieros procedentes de todas las fuentes para conservar y utilizar de forma sostenible la diversidad biológica y los ecosistemas
- **15.b** Movilizar un volumen apreciable de recursos procedentes de todas las fuentes y a todos los niveles para financiar la gestión forestal sostenible y proporcionar incentivos adecuados a los países en desarrollo para que promuevan dicha gestión, en particular con miras a la conservación y la reforestación
- **15.c** Aumentar el apoyo mundial a la lucha contra la caza furtiva y el tráfico de especies protegidas, en particular aumentando la capacidad de las comunidades locales para promover oportunidades de subsistencia sostenibles

4.15.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

En cuanto a los ODS que abarcan temas ambientales, a veces resulta difícil identificar la forma como las acciones y programas de las empresas los están impactando, pues en general, las iniciativas en esta dirección pueden contribuir con varios de los ODS relacionados con el tema.

³⁵ Organización de las Naciones Unidas. 17 objetivos para transformar nuestro mundo. Dic- 20, 2019. www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/

CUESTAMORAS BOSQUES, es una empresa B, que combina la conservación con otras actividades productivas sostenibles, que van desde una agroforestería muy poco tradicional, hasta la producción de servicios ambientales a terceros. Tiene un poco más de 3500 hectáreas de bosques, y ostenta un modelo de producción sostenible, que internamente se le llama “construcción de bosque”.

En el modelo de CUESTAMORAS, se habla del bosque en la dimensión vertical y horizontal, lo cual significa emular el bosque, no solo con una especie sino con especies diferentes, algunas maderables, etc., pero combinadas con otras actividades productivas en los niveles más bajos. Esto tiene la virtud de que, a diferencia de la reforestación tradicional, nunca implica la tala rasa de todas las áreas cultivadas del bosque. Además, este tipo de cultivos que emulan el bosque, sirven como barrera de contención para la biodiversidad y proveen otros servicios ambientales, que la reforestación tradicional no provee, como la protección del agua.

DAVIVIENDA promueve la conservación de los bosques con iniciativas de voluntariado ambiental. Se realiza la siembra de árboles en zonas de valor ambiental, recolección de residuos en áreas protegidas y playas, así como mejoras de infraestructura en áreas protegidas.

FIFCO también apoya este ODS mediante las iniciativas descritas en los ODS no 6, 12, 13 y 14, al igual que BAC Credomatic, con las acciones mencionadas en el ODS no. 13.

4.16. OBJETIVO 16: PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS. Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas

Las amenazas de homicidio intencional, la violencia contra los niños, la trata de personas y la violencia sexual, son temas importantes que debe ser abordados para crear sociedades pacíficas e inclusivas. Estas prácticas obstaculizan el camino de acceso a la justicia y la construcción de instituciones efectivas y responsables en todos los niveles.

Para hacer frente a estos desafíos y construir sociedades más pacíficas e inclusivas, el ODS no. 16 propone establecer reglamentaciones más eficientes y transparentes, acompañadas de presupuestos gubernamentales integrales y realistas, mencionando la implementación del registro mundial de nacimientos, como uno de los pasos más relevantes para la protección de los derechos individuales y la creación de instituciones nacionales de derechos humanos más independientes, en todo el

mundo.

4.16.1 Metas del ODS no. 16

- **16.1** Reducir significativamente todas las formas de violencia y las correspondientes tasas de mortalidad en todo el mundo
- **16.2** Poner fin al maltrato, la explotación, la trata y todas las formas de violencia y tortura contra los niños
- **16.3** Promover el estado de derecho en los planos nacional e internacional y garantizar la igualdad de acceso a la justicia para todos
- **16.4** De aquí a 2030, reducir significativamente las corrientes financieras y de armas ilícitas, fortalecer la recuperación y devolución de los activos robados y luchar contra todas las formas de delincuencia organizada
- **16.5** Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas
- **16.6** Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas
- **16.7** Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades
- **16.8** Ampliar y fortalecer la participación de los países en desarrollo en las instituciones de gobernanza mundial
- **16.9** De aquí a 2030, proporcionar acceso a una identidad jurídica para todos, en particular mediante el registro de nacimientos
- **16.10** Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales

4.16.2 Mecanismos de implementación

- **16.a** Fortalecer las instituciones nacionales pertinentes, incluso mediante la cooperación internacional, para crear a todos los niveles, particularmente en los países en desarrollo, la capacidad de prevenir la violencia y combatir el terrorismo y la delincuencia
- **16.b** Promover y aplicar leyes y políticas no discriminatorias en favor del desarrollo sostenible

4.16.3 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

PHILIP MORRIS ha decidido que, en el manejo de sus insumos de producción, materias primas y otros suministros, se establezcan claras reglas de respeto a los derechos humanos de sus trabajadores y proveedores.

Esto se materializa en la manufactura y en las condiciones laborales de sus propios colaboradores, pero también involucra a toda la cadena, proveedores, consumidores y comunidad.

Así, para 2020 la empresa espera contar con al menos 2000 proveedores que ya hayan sido evaluados a través de la plataforma debida diligencia para este grupo de interés, lo cual forma parte del proceso de implementación de un sistema de abastecimiento responsable. La idea es que esta plataforma también brinde datos sobre el estado de los proveedores, para identificar puntos de mejora, lo cual permitirá capacitarlos y motivar su alineación a los requisitos de prácticas sociales y ambientales de la empresa.

Por otra parte, conjuntamente con otras empresas del sector, PHILLIP MORRIS está llevando a cabo esfuerzos para combatir con el comercio ilícito, tanto en Costa Rica como en el resto del mundo, ya que esta práctica no solo representa una amenaza a la salud del consumidor y a la salud pública en general, si no, además, está asociada a otros flagelos sociales, como el narcotráfico y la trata de blancas.

4.17. Objetivo 17: ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS. Revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible

Un programa exitoso de desarrollo sostenible requiere alianzas entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil. Estas alianzas inclusivas construidas sobre principios y valores, una visión compartida, y metas compartidas, que colocan a la gente y al planeta en el centro, son necesarias a nivel global, regional, nacional y local.

Este ODS no. 17 propone una acción urgente para movilizar, redirigir y desbloquear el poder transformador de billones de dólares de los recursos privados para cumplir con los objetivos del desarrollo sostenible. Inversiones a largo plazo, incluida la inversión extranjera directa, son necesarias en sectores críticos, especialmente en los países en desarrollo.

Además, señala la responsabilidad que tiene el sector público de establecer una dirección clara, mediante política pública que promueva estas inversiones sostenibles. Por su parte, los mecanismos nacionales de control, como las entidades fiscalizadoras superiores y las de supervisión de los órganos legislativos, deben también reforzarse según lo que indica este ODS no. 17.

4.17.1 Metas del ODS no. 17 en Finanzas

- 17.1 Fortalecer la movilización de recursos in-

ternos, incluso mediante la prestación de apoyo internacional a los países en desarrollo, con el fin de mejorar la capacidad nacional para recaudar ingresos fiscales y de otra índole

- 17.2 Velar por que los países desarrollados cumplan plenamente sus compromisos en relación con la asistencia oficial para el desarrollo, incluido el compromiso de numerosos países desarrollados de alcanzar el objetivo de destinar el 0,7% del ingreso nacional bruto a la asistencia oficial para el desarrollo de los países en desarrollo y entre el 0,15% y el 0,20% del ingreso nacional bruto a la asistencia oficial para el desarrollo de los países menos adelantados; se alienta a los proveedores de asistencia oficial para el desarrollo a que consideren la posibilidad de fijar una meta para destinar al menos el 0,20% del ingreso nacional bruto a la asistencia oficial para el desarrollo de los países menos adelantados
- 17.3 Movilizar recursos financieros adicionales de múltiples fuentes para los países en desarrollo
- 17.4 Ayudar a los países en desarrollo a lograr la sostenibilidad de la deuda a largo plazo con políticas coordinadas orientadas a fomentar la financiación, el alivio y la reestructuración de la deuda, según proceda, y hacer frente a la deuda externa de los países pobres muy endeudados a fin de reducir el endeudamiento excesivo
- 17.5 Adoptar y aplicar sistemas de promoción de las inversiones en favor de los países menos adelantados

4.17.2 Metas del ODS no. 17 en Tecnología

- 17.6 Mejorar la cooperación regional e internacional Norte-Sur, Sur-Sur y triangular en materia de ciencia, tecnología e innovación y el acceso a estas, y aumentar el intercambio de conocimientos en condiciones mutuamente convenidas, incluso mejorando la coordinación entre los mecanismos existentes, en particular a nivel de las Naciones Unidas, y mediante un mecanismo mundial de facilitación de la tecnología
- 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
- 17.8 Poner en pleno funcionamiento, a más tardar en 2017, el banco de tecnología y el mecanismo

de apoyo a la creación de capacidad en materia de ciencia, tecnología e innovación para los países menos adelantados y aumentar la utilización de tecnologías instrumentales, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones

4.17.3 Metas del ODS no. 17 en Creación de capacidad

- **17.9** Aumentar el apoyo internacional para realizar actividades de creación de capacidad eficaces y específicas en los países en desarrollo a fin de respaldar los planes nacionales de implementación de todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluso mediante la cooperación Norte-Sur, Sur-Sur y triangular

4.17.4 Metas del ODS no. 17 en Comercios

- **17.10** Promover un sistema de comercio multilateral universal, basado en normas, abierto, no discriminatorio y equitativo en el marco de la Organización Mundial del Comercio, incluso mediante la conclusión de las negociaciones en el marco del Programa de Doha para el Desarrollo
- **17.11** Aumentar significativamente las exportaciones de los países en desarrollo, en particular con miras a duplicar la participación de los países menos adelantados en las exportaciones mundiales de aquí a 2020
- **17.12** Lograr la consecución oportuna del acceso a los mercados libre de derechos y contingentes de manera duradera para todos los países menos adelantados, conforme a las decisiones de la Organización Mundial del Comercio, incluso velando por que las normas de origen preferenciales aplicables a las importaciones de los países menos adelantados sean transparentes y sencillas y contribuyan a facilitar el acceso a los mercados

4.17.5 Metas del ODS no. 17 en Cuestiones sistemáticas

- Coherencia normativa e institucional
- **17.13** Aumentar la estabilidad macroeconómica mundial, incluso mediante la coordinación y coherencia de las políticas
- **17.14** Mejorar la coherencia de las políticas para el desarrollo sostenible
- **17.15** Respetar el margen normativo y el liderazgo de cada país para establecer y aplicar políticas de erradicación de la pobreza y desarrollo sostenible

4.17.6 Metas del ODS no. 17 en Alianzas entre múltiples interesados

- **17.16** Mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados que movilicen e intercambien conocimientos, especialización, tecnología y recursos financieros, a fin de apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en todos los países, particularmente los países en desarrollo
- **17.17** Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas
- 4.17.7 Metas del ODS no. 17 en Datos, supervisión y rendición de cuentas
- **17.18** De aquí a 2020, mejorar el apoyo a la creación de capacidad prestado a los países en desarrollo, incluidos los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo, para aumentar significativamente la disponibilidad de datos oportunos, fiables y de gran calidad desglosados por ingresos, sexo, edad, raza, origen étnico, estatus migratorio, discapacidad, ubicación geográfica y otras características pertinentes en los contextos nacionales
- **17.19** De aquí a 2030, aprovechar las iniciativas existentes para elaborar indicadores que permitan medir los progresos en materia de desarrollo sostenible y complementen el producto interno bruto, y apoyar la creación de capacidad estadística en los países en desarrollo

4.17.8 Programas de empresas participantes que apuntan a este objetivo

La mayoría de las empresas participantes mencionan las numerosas alianzas que tienen vigentes en este momento, y que les está ayudando en su aporte a los ODS.

- BAC: Alianzas con el MEP, Ministerio de Seguridad y otras instituciones del Estado, así como organizaciones sin fines de lucro para lograr objetivos. Programa Yo me Uno: Fortalecimiento y creación de red de ONGs.
- BANCO NACIONAL: Se han establecido muchas alianzas, tanto con el sector público como el privado, así como comunidades y organismos internacionales. El objetivo de estas alianzas ha sido llevar adelante el programa de educación financiera en el marco de la estrategia nacional y ampliar su cobertura. Algunos de sus aliados son:

Estadio Ricardo Saprissa, Claro, Metropark, Zona Franca América, Sistema Nacional de Bibliotecas, el Ministerio de Educación Pública, INS, Dinadeco, Radio Columbia, Parque la Libertad, Estado de la Nación, entre muchos otros.

- CARGILL: Programa con MiPyMEs. Trabajo en alianza con otras organizaciones como Glasgow para desarrollo de programas.
- CUESTAMORAS: Alianzas con el Centro Científico Tropical y con la Universidad EARTH.
- DAVIVIENDA: Programa de Bienestar Cultivarte es una alianza público-privada con municipalidades, también pueden participar otras instituciones del Estado, como el IMAS.
- FIFCO: Mantiene alianzas con el Ministerio de Educación Pública, Universidad de Costa Rica, INA, Universidad Nacional; CENAT y múltiples ONGs como: Proparques, Fundación Acción Joven, Fundación Dehvi, entre otras.
- IBM: Se tienen muchas alianzas público-privadas, con el MEP, con otras organizaciones del estado, ONGs, etc.
- GBM ha tomado consciencia de incluir “stakeholders” en este proceso. Algunas de las principales alianzas en materia de sostenibilidad son: UCR, Cenotec, Ministerio de Educación, Municipalidad de San José, JICA (Agencia Japonesa de Cooperación Internacional), Municipalidad de Escazú, Municipalidad de Desamparados, Lincoln School, Blue Valle School, Sor María Romero, AED (Alianza Empresarial del Desarrollo), ASEGIRE (Asociación Empresarial para la Gestión de Residuos Electrónicos), Lifting Hands, BANCO NACIONAL, BAC San José, Banco de Costa Rica, Banco de Alimentos, SINABI (Sistema Nacional de Bibliotecas), FUPROVI (Fundación Promotora de Vivienda), IBM, CISCO, Aldeas SOS, Fundación Lloverá Comida, entre otras.
- SYKES: Alianzas estratégicas con el MEP y MTSS, así como con universidades tales como, INA, UTN y algunas academias privadas.
- PHILIP MORRIS: Alianza con Municipalidad de Belén, Voces Vitales, entre otras.
- SSVMN: Planificación de alianzas con el sector magisterial (sindicatos magisteriales y sector magisterial) con relación a proyectos con el adulto mayor (integración de esta población para establecer si se quiere entrar en la parte de salud, con el apoyo de ADEP y el apoyo de los sindicatos; así como el fomento de las tradiciones con el co-

nocimiento de los adultos mayores) y fomentar el ahorro en las escuelas. Este año es de planificación y el próximo es para entrar en acción.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS, objeto del presente estudio, constituyen un acuerdo mundial sin precedentes, posiblemente, el más importante, retador e inclusivo que la humanidad se haya propuesto en toda su historia. Estos marcan la ruta de la Agenda 2015-2030 que la mayoría de los países a escala mundial, han refrendado y asumido para canalizar, alinear y ordenar sus esfuerzos en materia de desarrollo sostenible, con miras al alcance de las 169 metas cuyo logro cambiaría por completo la realidad mundial vigente.

En el marco de esta ruta, las empresas privadas encuentran por primera vez, formas específicas, claras y medibles, de aportar al logro de estas metas y objetivos. Esto representa, además, una oportunidad novedosa para el crecimiento de sus negocios, abriendo nuevos horizontes de mercados, de productos y de servicios innovadores, que a su vez contribuyan al bienestar de la sociedad desde la triple perspectiva del desarrollo sostenible: económica, ambiental y social.

La totalidad de las empresas entrevistadas muestran un alto nivel de conciencia sobre los ODS, y han encontrado formas de relacionar sus actividades con estos. Sin embargo, son muy pocas las que presentan indicadores y objetivos numéricos para su contribución.

Aun cuando estas dicen estar impactando varios, la mayoría, o todos los ODS, los aportes más relevantes se notan en dos o tres de estos objetivos, para cada empresa. Si bien las empresas de la muestra, por su naturaleza, tamaño, cantidad de grupos de interés, y quehacer comercial normal, logran efectos que inciden de forma positiva, directa o indirectamente en casi todos los ODS, esto no significa que en todos los casos y para todos los objetivos, hayan realizado un esfuerzo explícito.

El compromiso con los ODS debería llevar a las empresas a implementar iniciativas específicas, que muestren un comportamiento incremental, claro y medible, incluyendo acciones nuevas, que no se hacían antes. No obstante, en algunos casos, estas han identificado dentro de su acción ordinaria, diversas actividades que inciden en uno o varios de estos Objetivos, pero esto no necesariamente ha representado un esfuerzo adicional, incremental, explícito para impactar de forma relevante

su logro. Es decir, muchos de los puntos que se señalan son acciones normales del quehacer de las empresas, que, si bien tienen un efecto positivo en los ODS, no fueron diseñadas específicamente para ello.

Lo anterior podría ser, en parte, resultado de la falta de claridad sobre la forma como el sector empresarial debe vincularse con la agenda que señalan los ODS. La propuesta es para que las empresas desarrollen oportunidades de negocio con impacto económico, social y ambiental para sus grupos de interés, mediante proyectos y servicios innovadores que aporten a la solución de las problemáticas planteadas por estos Objetivos. Sin embargo, algunas de las iniciativas mencionadas, aun cuando pueden estar alineadas a la razón de ser de la compañía, no necesariamente tienen el enfoque de triple utilidad: económica, social y ambiental, que buscan y proponen los ODS.

Se notan también brechas importantes de profundidad y cobertura, en la forma como las diferentes empresas asumen su compromiso con la sostenibilidad, así como diversos grados de alineamiento, enfoque y profundización en su aporte a los ODS. Algunas tienen un compromiso más claro y detallado que otras. Algunas tienen metas específicas para cada objetivo e indicadores para medir sus avances; otras solo han incluido el enunciado que denota la intencionalidad de la empresa por lograr el efecto deseado, pero todavía no cuentan con forma de medirlo y demostrarlo.

En lo que respecta a la comunicación interna, el estudio muestra que existe una clara tendencia en el sentido de que, a mayor nivel jerárquico, mayor es el conocimiento de las estrategias de sostenibilidad por parte de los ejecutivos. Parece ser que esta información no llega de igual manera a todos los niveles de la organización, haciendo perder a las empresas una valiosa oportunidad de vinculación con uno de sus grupos de interés más importantes, que es el de sus colaboradores.

Sucede igual en el caso de los ODS, pues en muy pocos casos, las empresas entrevistadas cuentan con esfuerzos específicos para hacer llegar información a todos los niveles organizacionales. Esto presenta una oportunidad de mejora relevante frente al desafío de los ODS, pues un mayor conocimiento facilitaría mayores aportes en ideas innovadoras por parte de los empleados, lo cual permitiría a la vez aprovechar mejor las oportunidades que se abren con este compromiso mundial y motivaría el desarrollo de nuevos productos y servicios que ayuden a avanzar hacia su logro.

Como consecuencia del desconocimiento que existe por parte de los colaboradores sobre los ODS, la mayo-

ría de las empresas indican que, si bien aquellos en posiciones de menor nivel hay mayor porcentaje de participación de empleados en actividades de voluntariado y similares, estos no necesariamente entienden por qué lo hacen, no identifican su aporte a los ODS y no siempre valoran o reconocen los esfuerzos de las empresas.

En lo que respecta a la comunicación hacia otros públicos, existen también oportunidades de mejora relevantes para las empresas participantes en el estudio. Igual que en otros aspectos, se notan brechas grandes entre el grupo entrevistado, pues, por ejemplo, en lo que corresponde al Reporte de sostenibilidad, algunas tienen más de 10 años de estarlo produciendo y publicando, mientras otras están en camino de producir su primer reporte.

La experiencia ha demostrado que los reportes de sostenibilidad no son un medio idóneo de comunicación con la mayoría de los públicos de interés de las empresas. Sin embargo, la mayoría mencionan este documento como su principal medio de divulgación hacia afuera, dando menos énfasis a otros mecanismos que permitirían llegar a públicos más amplios, diversos y masivos.

De las entrevistas realizadas se observa además que la mayoría de las empresas carecen de una estrategia clara y efectiva de comunicación en materia de sostenibilidad, con sus públicos de interés, lo cual puede ser una limitante para capitalizar estos esfuerzos hacia un fortalecimiento de su reputación, imagen y valor de marca.

En lo que se refiere a los obstáculos que enfrentan las empresas para lograr mayor apoyo hacia el logro de los ODS, destacan dos muy relevantes: a) la falta de conocimiento y debilidades en la comunicación; y b) la falta de comprensión del tema, por parte de los líderes, sobre el impacto que estos podrían tener para la sostenibilidad futura de su negocio. Lo anterior quiere decir que, aunque los líderes conocen bien las estrategias de responsabilidad social de sus empresas y saben de la existencia de los ODS, no necesariamente tienen claridad en cuanto al enfoque correcto para su aplicación práctica en la gestión de la empresa y su estrategia de negocios.

Lo anterior se traduce en nuevos obstáculos que se citan con menos peso relativo, pero que están relacionados, como son: la injerencia excesiva de las áreas de control, la falta de personal dedicado al tema, la dificultad para encontrar aliados y para desarrollar iniciativas que permitan mayor participación de los colaboradores en general.

Finalmente, un obstáculo importante parece ser la carencia de un enfoque sectorial para el abordaje de los ODS. Entidades como AED y otras, han llevado a cabo esfuerzos para lograr que las cámaras empresariales asuman un liderazgo en el tema de los ODS, pero dada la falta de comprensión que parece haber en los más altos niveles de toma de decisiones de las compañías, este tipo de apoyo no ha sido posible. Las cámaras continúan prácticamente ausentes y carecen del enfoque necesario para motivar a sus asociados a unirse para tratar de lograr las ambiciosas metas de desarrollo que proponen e impulsan los ODS.

CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES

En el marco de esta ruta 2015-2030, las empresas deben encontrar formas específicas, claras y medibles, de aportar al logro de las metas y objetivos que presentan los ODS. Deben además aprovechar mejor las oportunidades que este enfoque presenta para el crecimiento de sus negocios, y para el desarrollo sostenible de triple utilidad: económica, ambiental y social.

En cuanto a los entrevistados, sería recomendable lograr un mayor enfoque. Algunas dicen estar impactando todos o muchos de los ODS, lo cual no queda demostrado con la información suministrada por ellas. En ese sentido, se recomienda enfocar las acciones en unos pocos ODS, donde realmente puedan realizar un esfuerzo explícito, novedoso, adicional, incremental, y diferente a lo que realizan como parte de sus actividades comerciales ordinarias.

Parece necesario que las empresas lleven a cabo un análisis interno, que les permita identificar y entender los impactos negativos más relevantes que generan, buscando formas innovadoras para reducir esos impactos, es decir, no necesariamente enfocarse en aquello que están haciendo 'bien' por la simple gestión de su negocio o sus estrategias de RSC, si no en aquello que podrían hacer mejor para lograr un aporte incremental, novedoso y sostenible, a los ODS.

Es necesario, además, que estos esfuerzos se cuantifiquen y se midan, con indicadores y metas específicas que permitan medir sus avances.

En lo que respecta a la comunicación interna, se recomienda desarrollar una estrategia sólida y eficaz, con el fin de que todos los niveles de la organización conozcan, entiendan, se vinculen y participen en las actividades que apuntan al logro de los ODS.

En cuanto a la comunicación hacia otros públicos,

se recomienda desarrollar una estrategia clara y efectiva que permita dar a conocer los esfuerzos de las empresas en materia de sostenibilidad, a más personas y entidades de interés, para que esto contribuya al fortalecimiento de la reputación, imagen y valor de marca de las empresas participantes.

En lo que se refiere a los obstáculos que enfrentan las empresas para lograr mayor apoyo hacia el logro de los ODS, es importante buscar e implementar formas creativas para despertar el interés de las altas autoridades de la empresa, y ofrecer opciones de capacitación, que permitan mejorar su conocimiento y aumentar su interés en el tema, para que dediquen el tiempo necesario e incluyan a los ODS como enfoque de gestión de las compañías participantes.

Se recomienda además promover los enfoques sectoriales para el abordaje de los ODS, a través de la vinculación activa de las cámaras empresariales, hoy prácticamente ausentes en este tema.

ANEXO 1 PERSONAS ENTREVISTADAS POR EMPRESA Y ORGANIZACIÓN

EMPRESAS:

	COLABORADORES	REPRESENTANTES ENTREVISTADOS
1.	BAC CREDOMATIC	Luis Mastroeni
2.	FIFCO	María Pía Robles
3.	CUESTAMORAS	Benjamín Vargas
4.	DAVIVIENDA	Alison Villalobos
5.	PHILLIP MORRIS	Miguel Coleta Susana Salas Susana Vásquez
	PARTICIPANTES	REPRESENTANTES ENTREVISTADOS
6.	BANCO NACIONAL	Margarita Murillo
7.	CARGILL	Angie Céspedes
8.	GBM	Daniel Retana Diana Corrales
9.	GRUMA	Ivannia Alpízar
10.	IBM	Johanna Fernández
11.	FLOREX	Yaudicia Vargas
12.	SYKES	Yolanda Tapia Anthony Nájera
13.	SSVMN	Verónica González

OTRAS ORGANIZACIONES:

	COLABORADORES	EXPERTOS ENTREVISTADOS
1.	GAN Costa Rica (Global Apprenticeships Network Costa Rica)	María del Mar Munguía
	PARTICIPANTES	EXPERTOS ENTREVISTADOS
1.	RS SOSTENIBLE	Cecilia Mora
2.	AED	Olga Sauma

ANEXO 2

PERFIL DE ORGANIZACIONES ENTREVISTADAS



GAN Global: la Red Mundial de Aprendizaje -(GAN Global)- es una red que se encuentra en 16 países alrededor del mundo. Fue fundada en el 2012 por la Organización Internacional de Empleadores (OIE), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico y Negocios de la OCDE (BIAC). Está impulsada por empresas y sus federaciones, organizaciones internacionales y otros actores, comprometidos en acelerar la adquisición de habilidades y capacidades de la fuerza laboral. Para ello: desarrollan conocimiento e invitan a la acción por medio de la creación de artículos y presentación de buenas prácticas, entre otros; implementan iniciativas alrededor del aprendizaje basado en el puesto de trabajo; y facilitan el diálogo alrededor de estos temas.

GAN Costa Rica: fue lanzada en el 2017, gracias a la iniciativa de la Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones del Sector Empresarial Privado (UCCAEP) con el apoyo de la Alianza Empresarial para el Desarrollo (AED). El proyecto es financiado por el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos, con un enfoque para ayudar a población juvenil en condición de vulnerabilidad. Está conformada por 24 miembros y aliados, dentro de los cuales se encuentran empresas, ONG's, universidades públicas y privadas; también trabajan con el gobierno.

El propósito de GAN Costa Rica es contribuir a que los jóvenes adquieran las habilidades necesarias que les permitan insertarse de manera adecuada en el mercado laboral. También busca participar en el diálogo nacional alrededor de temas de educación y empleo.

Para ello, se busca abrir oportunidades de inserción laboral para la población joven que se encuentra en condición de vulnerabilidad, motivándolos a ellos y ellas, y a sus padres y madres. Lo anterior se realiza sensibilizando sobre la importancia de mantenerse en el sistema educativo y visibilizando las oportunidades que esto permite de obtener mejores condiciones de vida y lograr el crecimiento económico del país. Por otro lado, trabajan con las empresas para motivarlas a abrir espacios de pasantías y prácticas laborales para los y las jóvenes como un medio de crecimiento económico.

Áreas de trabajo de GAN Costa Rica

Difusión de información e intercambio de buenas prácticas entre los miembros de la red,

- Fomento del diálogo alrededor de temas que brinden insumos para políticas públicas y cambios requeridos en la legislación,
- Implementación de proyectos piloto:
 - Talento para Crecer: programa dirigido a pequeñas y medianas empresas (PYMES), con el fin de apoyarlas en el proceso de apertura de programas de pasantías y prácticas profesionales en sus organizaciones.
 - Impulsar las carreras STEAM: en conjunto con el sector público, sector privado, las instituciones educativas y actores clave.
- Estudios e investigaciones sobre temas relacionados.
- Fungir como puente de unión entre distintas iniciativas y actores sociales, y coadyuvar a coordinar proyectos alrededor de las temáticas de educación para el empleo y la inserción de personas jóvenes en el mercado laboral.
- Crear oportunidades para alianzas de empresa a empresa.

La organización ha realizado sus proyectos a través de alianzas estratégicas, y ha fungido como plataforma de diálogo y punto de encuentro para los diferentes actores alrededor del empleo juvenil y las poblaciones vulnerables.

Participación en diálogos multisectoriales enfocados en el entrenamiento y la inserción laboral.



La Alianza Empresarial para el Desarrollo (AED), fundada en 1997, es una organización sin fines de lucro que busca la sostenibilidad y competitividad del país, a través de la promoción de modelos de negocios responsables y sostenibles en las empresas. La entidad ofrece guía y acompañamiento al sector productivo a considerar principios de sostenibilidad como parte de su gestión, reduciendo impactos negativos y maximizando impactos positivos en la sociedad, el ambiente y la economía.

Está conformada por más de 140 empresas que trabajan de forma coordinada con la sociedad civil y el Estado a través de alianzas público privadas bajo un enfoque de impacto colectivo, lo cual, sumado a las buenas prácticas empresariales en las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental, permite al sector productivo adquirir mayor competitividad y contribuir afirmativamente al desarrollo del país.

Programas o acciones que ejecutan para impulsar los ODS en las organizaciones miembro:

- Talleres, charlas, programas de capacitación para empresas asociadas en temas de alineamiento
- Proyectos e iniciativas desde la organización que apuntan a uno o más retos que define la agenda de desarrollo sostenible. Esto se hace desde el año 2015 en que empezó el PACTO GLOBAL para Costa Rica y como parte de la Red y de la Secretaría técnica también se han recibido un mandato desde Pacto Global para canalizar, desde sus redes, los esfuerzos del sector privado.
- Los temas de desigualdad, pobreza, y todo lo que tiene que ver con la agenda que AED maneja desde la organización, es básicamente la agenda temática de sostenibilidad, entonces incluye la mayor parte de los objetivos de desarrollo sostenible.



RS Sostenible es una empresa consultora en el área de responsabilidad social. Su relación con los ODS se da a partir de diferentes escenarios, a saber:

- Auto-formación. Se tiene acceso a todas las herramientas que Naciones Unidas saca en relación a los objetivos de desarrollo sostenible. Mantienen una auto-formación constante y se mantienen actualizados con este tema. Se le da seguimiento a Mideplan, en todas las mediciones y publicaciones relacionadas con los ODS.
- Trabajo con los clientes. RS asesora a muchísimas empresas grandes y también a Pymes, en el desarrollo e implementación de su estrategia de responsabilidad social empresarial.
- Aunque los clientes no lo pidan, la empresa siempre les ofrece una capacitación sobre el tema de los ODS y les propone que los inserten en sus estrategias de responsabilidad social o programas. Algunos clientes lo aceptan y lo ven natural, y otros no. Sin embargo, el 80% de sus clientes ya han asumido metas concretas con los ODS.
- Desde la academia. Desde la maestría que Cecilia Mora, la fundadora de RS Sostenible, imparte en la UNA, se impulsa el tema de los ODS.
- Alianza con el sector cultura. Se trabajó el año antepasado y pasado con el Ministerio de Cultura, y ahí se logró que toda la sección Museos tengan objetivos ODS y metas de cumplimiento. Es el país que impulsó a nivel internacional este tema en los Museos.

Se dieron también capacitaciones para el sector cultura. Actualmente este proyecto camina solo.

- Como microempresa tienen sus propios ODS:
 - Se hace voluntariado con las escuelas en riesgo social
 - Igualdad de género, donde se trata de impulsar en todo lo que se hace la participación de la mujer. Tienen un programa de capacitación y apoyo a mujeres afro-indígenas del Caribe Sur
 - Gestión ambiental: Manejo de residuos
 - Alianzas: Universidad Nacional, con Aprender Haciendo (LEGO), AED, AMCHAM, entre otros

ANEXO 3

OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO (ODM)

Los llamados Objetivos de Desarrollo del Milenio³⁶, fueron establecidos por los dirigentes de la mayoría de los países del mundo, en la Cumbre del Milenio que convocaron las Naciones Unidas en 2000. Su propósito era lograr una serie de metas para 2015.

Los 8 ODM son:

- 1) ODM 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre
- 2) ODM 2: Lograr la enseñanza primaria universal
- 3) ODM 3: Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer
- 4) ODM 4: Reducir la mortalidad de los niños
- 5) ODM 5: Mejorar la salud materna
- 6) ODM 6: Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades
- 7) ODM 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente
- 8) ODM 8: Fomentar una alianza mundial para el desarrollo

Las metas que propuestas por estos objetivos, fueron:

Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre

- Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, la proporción de personas que sufren hambre.
- Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, la proporción de personas cuyos ingresos son inferiores a un dólar diario.
- Conseguir pleno empleo productivo y trabajo digno para todos, incluyendo mujeres y jóvenes, además rechazando rotundamente el trabajo infantil.

Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal

- Asegurar que en 2015, los adultos de cualquier parte, sean capaces de completar un ciclo completo de enseñanza

Objetivo 3: Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer

- Que existan las igualdades entre los modos en la enseñanza terciaria y cuaternaria, para el año 2020, y en todos los niveles mínimos que puedan existir.
- Equidad entre personas al igual que trato igualitario en empleos o actividades diarias

Objetivo 4: Reducir la mortalidad infantil

- Aumentar las 2/3 partes, entre 1990 y 2015, la natalidad de niños mayores de 9 años en adelante. Reducir la mortalidad en menores de 5 años al menos en dos terceras partes

Objetivo 5: Mejorar la salud materna

- Reducir en tres cuartas partes, entre 1990 y 2015, la mortalidad materna.
- Lograr el acceso universal a la salud reproductiva.
- Reducir la tasa de mortalidad materna.
- Mayor proporción de parir con asistencia de personal sanitario especializado.
- Educación sexual para decidir, anticonceptivos para no abortar.

Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades

- Haber detenido y comenzado a reducir la propagación del VIH/SIDA en 2015.
- Lograr, para 2010, el acceso universal al tratamiento del VIH/Sida para todas las personas que lo necesiten.
- Haber detenido y comenzado a reducir, en 2015, la incidencia de la malaria y otras enfermedades graves.

Objetivo 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente

- Incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales para reducir la pérdida del medio ambiente.
- Haber reducido y haber ralentizado considerablemente la pérdida de diversidad biológica en 2010.
- Reducir a la mitad, para 2015, la proporción de personas sin acceso sostenible al agua potable y a servicios básicos de saneamiento.
- Haber mejorado considerablemente, en 2020, la vida de al menos 100 millones de habitantes de barrios marginales.

³⁶ Wikipedia. Los Objetivos de desarrollo del Milenio. Enero 2020. https://es.wikipedia.org/wiki/Objetivos_de_Desarrollo_del_Milenio

Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

- Desarrollar más un sistema comercial y financiero abierto, basado en normas, previsible y no discriminatorio.
- Atender las necesidades especiales de los países menos adelantados.
- Atender las necesidades especiales de los países en desarrollo sin litoral y los pequeños Estados insulares en desarrollo (mediante el Programa de Acción para el desarrollo sostenible de los pequeños Estados insulares en desarrollo y los resultados del vigésimo segundo período extraordinario de sesiones de la Asamblea General).
- Encarar de manera integral los problemas de la deuda de los países en desarrollo con medidas nacionales e internacionales para que la deuda sea sostenible a largo plazo.
- En cooperación con las empresas farmacéuticas, proporcionar acceso a los medicamentos esenciales en los países en desarrollo a precios accesibles.
- En cooperación con el sector privado, dar acceso a los beneficios de las nuevas tecnologías, especialmente las de la información y las comunicaciones.

El único objetivo que no está marcado por ningún plazo es el octavo, lo que para muchos significa que debe cumplirse desde el inicio.

Los indicadores identificados para la medición de estas metas, fueron:**Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre**

- 1.1 Proporción de la población con ingresos inferiores a 1 dólar por día según la paridad del poder adquisitivo (PPA).
- 1.2 Coeficiente de la brecha de pobreza
- 1.3 Proporción del consumo nacional que corresponde a la quinta parte más pobre de la población
- 1.4 Tasa de crecimiento del producto interno bruto por persona empleada
- 1.5 Tasa de población ocupada
- 1.6 Proporción de la población ocupada con ingresos inferiores a 1 dólar por día según la paridad del poder adquisitivo
- 1.7 Proporción de la población ocupada total que trabaja por cuenta propia o en un negocio familiar
- 1.8 Niños menores de 5 años con peso inferior al normal
- 1.9 Proporción de la población que no alcanza el nivel mínimo de consumo de energía alimentaria

Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal

- 2.1 Tasa neta de matriculación en la enseñanza primaria
- 2.2 Proporción de alumnos que comienzan el primer grado y llegan al último grado de la enseñanza primaria
- 2.3 Tasa de alfabetización de las personas de entre 15 y 24 años, mujeres y hombres

Objetivo 3: Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer

- 3.1 Proporción de niñas y niños en la enseñanza primaria, secundaria y superior
- 3.2 Proporción de mujeres con empleos remunerados en el sector no agrícola
- 3.3 Proporción de escaños ocupados por mujeres en los parlamentos nacionales

Objetivo 4: Reducir la mortalidad infantil

- 4.1 Tasa de mortalidad de niños menores de 5 años
- 4.2 Tasa de mortalidad infantil
- 4.3 Proporción de niños de 1 año inmunizados contra el sarampión

Objetivo 5: Mejorar la salud materna

- 5.1 Tasa de mortalidad materna.
- 5.2 Proporción de partos con asistencia de personal sanitario especializado.
- 5.3 Tasa de uso de anticonceptivos.
- 5.4 Tasa de natalidad entre las adolescentes.
- 5.5 Cobertura de atención prenatal (al menos una consulta y al menos cuatro consultas.)
- 5.6 Necesidades insatisfechas en materia de planificación familiar.

Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades

- 6.1 Prevalencia del VIH en las personas de entre 15 y 24 años
- 6.2 Uso de preservativos en la última relación sexual de alto riesgo
- 6.3 Proporción de la población de entre 15 y 24 años que tiene conocimientos amplios y correctos sobre el VIH/SIDA
- 6.4 Relación entre la asistencia escolar de niños huérfanos y la de niños no huérfanos de entre 10 y 14 años
- 6.5 Proporción de la población portadora del VIH con infección avanzada que tiene acceso a medicamentos antirretrovirales
- 6.6 Incidencia y tasa de mortalidad asociadas a la malaria
- 6.7 Proporción de niños menores de 5 años que duermen protegidos por mosquiteros impregnados de insecticida y proporción de niños menores de 5 años con fiebre que reciben tratamiento con los medicamentos contra la malaria adecuados
- 6.8 Incidencia y tasa de mortalidad asociadas a la tuberculosis
- 6.9 Proporción de casos de tuberculosis detectados y curados con el tratamiento breve bajo observación directa

Objetivo 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente

- 7.1 Proporción de la superficie de tierras cubierta por bosques
- 7.2 Emisiones de dióxido de carbono (totales, per cápita y por cada dólar del producto interno bruto (PPA) y consumo de sustancias que agotan la capa de ozono
- 7.3 Proporción de poblaciones de peces que están dentro de unos límites biológicos seguros
- 7.4 Proporción del total de recursos hídricos utilizada
- 7.5 Proporción de zonas terrestres y marinas protegidas
- 7.6 Proporción de especies en peligro de extinción
- 7.7 Proporción de la población con acceso a mejores fuentes de agua potable.³
- 7.8 Proporción de la población con acceso a mejores servicios de saneamiento.⁴
- 7.9 Proporción de la población urbana que vive en barrios marginales

Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

- 8.1 AOD (Asistencia oficial para el desarrollo) neta, en total y para los países menos adelantados, como porcentaje del ingreso nacional bruto de los países donantes del Comité de Asistencia para el Desarrollo de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (CAD/OCDE)
- 8.2 Proporción del total de AOD bilateral y por sectores que los donantes del CAD/OCDE destinan a servicios sociales básicos (enseñanza básica, atención primaria de la salud, nutrición, agua potable y saneamiento)
- 8.3 Proporción de la AOD bilateral de los donantes del CAD/OCDE que no está condicionada
- 8.4 AOD recibida por los países en desarrollo sin litoral en proporción a su ingreso nacional bruto
- 8.5 AOD recibida por los pequeños Estados insulares en desarrollo en proporción a su ingreso nacional bruto
- 8.6 Proporción del total de importaciones de los países desarrollados (por su valor y excepto armamentos) procedentes de países en desarrollo y países menos adelantados, admitidas sin pagar derechos
- 8.7 Aranceles medios aplicados por los países desarrollados a los productos agrícolas y textiles y las prendas de vestir procedentes de países en desarrollo
- 8.8 Estimación de la ayuda agrícola de los países de la OCDE en porcentaje de su producto interno bruto
- 8.9 Proporción de AOD destinada a fomentar la capacidad comercial
- 8.10 Número total de países que han alcanzado el punto de decisión y número total de países que han alcanzado el punto de culminación de la Iniciativa en favor de los países pobres muy endeudados (acumulativo)
- 8.11 Alivio de la deuda comprometido conforme a la Iniciativa en favor de los países pobres muy endeudados y la Iniciativa multilateral de alivio de la deuda
- 8.12 Servicio de la deuda como porcentaje de las exportaciones de bienes y servicios
- 8.13 Proporción de la población con acceso sostenible a medicamentos esenciales a precios accesibles
- 8.14 Líneas de teléfono por cada 100 habitantes
- 8.15 Abonados a teléfonos celulares por cada 100 habitantes
- 8.16 Usuarios de Internet por cada 100 habitantes

ANEXO 4

PRINCIPALES LOGROS DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO

En el Informe 2015 de los Objetivos de Desarrollo del Milenio³⁷, se da cuenta del progreso alcanzado por los ODM:

- Los ODM han producido el movimiento contra la pobreza más exitoso de la historia y servirán como punto de partida para la nueva agenda de desarrollo sostenible. A nivel mundial, la cantidad de personas que viven en pobreza extrema se ha reducido en más de la mitad.
- La pobreza y el hambre: hace solo dos breves decenios, casi la mitad del mundo en desarrollo vivía en la extrema pobreza. El número de personas que viven ahora en la extrema pobreza se ha reducido en más de la mitad, reduciéndose de 1.900 millones en 1990 a 836 millones en 2015. La cantidad de personas de la clase media trabajadora que vive con más de 4 dólares por día se ha triplicado entre 1991 y 2015. El porcentaje de personas con nutrición insuficiente en las regiones en desarrollo cayó a casi la mitad desde 1990.
- Igualdad de género: el mundo ha presenciado también un notable mejoramiento de la igualdad de género en la escolaridad desde la aprobación de los ODM, y se ha logrado la paridad de género en la escuela primaria en la mayoría de los países. Hay más niñas actualmente en la escuela y las mujeres han logrado aumentar su representación en los parlamentos en los últimos 20 años en casi el 90% de los 174 países que cuentan con datos.
- La cantidad de niños en edad de recibir enseñanza primaria que no asistió a la escuela cayó a casi la mitad a nivel mundial.
- Mortalidad infantil: en todo el mundo la tasa de mortalidad de niños menores de 5 años de edad se redujo de 90 a 43 muertes por cada 1.000 nacidos vivos entre 1990 y 2015. La tasa mundial de mortalidad de niños menores de 5 años ha disminuido en más de la mitad.
- Lucha contra la enfermedad: las nuevas tasas de contagio con VIH se redujeron aproximadamente en 40% entre 2000 y 2013. Entre 2000 y 2015 se evitaron más de 6.200.000 muertes por malaria, en tanto que la prevención, el diagnóstico y el tratamiento de la tuberculosis salvaron unos 37 millones de vidas entre 2000 y 2013.
- Salud materna: la tasa de mortalidad materna se ha reducido en el 45% a escala mundial, y la mayor parte de la reducción se produjo desde el año 2000. Desde 1990, la tasa de mortalidad materna ha disminuido en un 45% a nivel mundial.
- Saneamiento: 2.100 millones de personas han adquirido acceso a mejor saneamiento, y la proporción de personas que practican la defecación al aire libre se ha reducido casi en la mitad desde 1990. Se han evitado más de 6,2 millones de muertes causadas por paludismo entre los años 2000 y 2015, principalmente de niños menores de 5 años de edad en África subsahariana.
- Alianza mundial: la asistencia oficial para el desarrollo proporcionada por los países desarrollados aumentó en el 66% en términos reales entre 2000 y 2014, llegando a 135.200 millones de dólares. Las nuevas infecciones del VIH disminuyeron en aproximadamente 40% entre 2000 y 2013.

Los esfuerzos concertados de los gobiernos nacionales, la comunidad internacional, la sociedad civil y el sector privado contribuyeron a aumentar la esperanza y las oportunidades de la población mundial.

Desafíos pendientes después de los ODM

- Unos 800 millones de personas viven todavía en la extrema pobreza y 795 millones sufren todavía hambre.
- Entre 2000 y 2015 el número de niños que no asistía a la escuela se redujo casi a la mitad. Sin embargo, todavía hay 57 millones de niños a los que se deniega el derecho a la enseñanza primaria.
- La desigualdad de género persiste a pesar de la mayor representación de las mujeres en los parlamentos y la mayor asistencia de niñas a la escuela. Las mujeres siguen enfrentadas a la discriminación respecto del acceso al trabajo, los activos económicos y la participación en la adopción de decisiones privadas y públicas.
- Siguen existiendo brechas económicas entre los hogares más pobres y los más ricos, y entre las zonas rurales y las zonas urbanas. Es más probable que los niños del 20% de los hogares más pobres crezcan en forma limitada que los del 20% más ricos, y además tienen cuatro veces más probabilidades de no asistir a la escuela. Las mejores instalaciones de saneamiento solo cubren la mitad de la población rural, en contraste con el 82% de las zonas urbanas.
- Si bien la tasa de mortalidad de los niños menores de 5 años se redujo en el 53% entre 1990 y 2015, la mortalidad infantil sigue concentrada cada vez más en las regiones más pobres y en el primer mes de vida.

³⁷ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Objetivos de Desarrollo del Milenio, Informe 2015. Enero 2020. <https://www.undp.org/content/undp/es/home/librarypage/mdg/the-millennium-development-goals-report-2015/>

ANEXO 5

ESFUERZOS ESPECÍFICOS PARA EL LOGRO DEL OBJETIVO 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

De las 12 empresas entrevistadas, solamente FIFCO respondió afirmativamente en el sentido de que trabaja directa y específicamente en este tema. Otras 4 empresas manifestaron tener programas dedicados a la formación y mejora del nivel de empleabilidad de jóvenes, aunque no necesariamente se trata exclusivamente de personas en situación de marginalidad, pobreza y exclusión.

DETALLE POR EMPRESA

FIFCO

Esta empresa tiene un programa específico para atender este tema, y es una de las principales promotoras de la educación dual en Costa Rica. Este programa se inició en el año 2014, en alianza con el INA, en la búsqueda de formación de talento guanacasteco para la industria del turismo, conocido hasta el año 2017 como Educación Dual.

Esta metodología de formación alterna el aprendizaje teórico-docente con la práctica inmediata en un ambiente real de trabajo, permitiendo a los participantes aprender-haciendo. El aprendizaje práctico en las instalaciones del hotel es acompañado por colaboradores activos de la organización llamados “mentores”, los cuales guían, aconsejan y transmiten de forma gratuita a los estudiantes, todos sus conocimientos y experiencia en las áreas de formación de los aprendices. Actualmente, se cuenta con 73 mentores certificados y activos dentro de la operación hotelera. Los estudiantes se desarrollan en dos áreas de especialidad, salonero bartender profesional y gastronomía, esta última en dos modalidades (cocinero de hotel y cocinero C).

Este programa se realiza en los hoteles The Westin Golf Resort & Spa y el Hotel W Costa Rica, ambos en Reserva Conchal, Guanacaste.

Por otra parte, en marzo del 2018, FIFCO incursionó en su segundo programa de formación dual, esta vez en el Gran Área Metropolitana, con jóvenes que comenzaron su educación como “Técnicos Especializados en Eficiencia Energética y Energías Renovables”. Una iniciativa promovida por FIFCO e impartida por el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA).

El programa desarrolla competencias para el recurso humano en temas de energía, con 394 horas de duración entre teoría en el INA y práctica en las instalaciones de FIFCO. En la primera generación participaron 7 colaboradores de la empresa y 3 estudiantes externos. FIFCO además aportó 10 mentores de la empresa quienes guiaron a los estudiantes en su práctica.

FLOREX

Incorpora a estudiantes como pasantes, y les brinda posteriormente una oportunidad laboral, especialmente a personas que no cuentan con experiencia laboral y que, por tanto, se les dificulta la incorporación al mercado laboral.

GBM

Tiene gran interés en poder reducir la pobreza y la tasa de desempleo que actualmente se mantiene en el país. En colegios de diferentes zonas del país (Jesús Ocaña, Tilarán, CEDES Don Bosco, y todos los Colegios Técnicos Profesionales), la empresa facilita una experiencia laboral a los estudiantes, para la búsqueda de empleo. De esta manera, se refuerza el principio de empleabilidad de los jóvenes en el país. Así, los estudiantes pueden conocer en un “Open House”, el giro de negocio de la compañía y las posibilidades de unirse a ella en el futuro cercano.

Adicionalmente, GBM Costa Rica ha procurado ir más allá de las giras educativas, es decir, poder llegar a las aulas a través de la tecnología por medio de sus donaciones a diferentes instituciones educativas. De esta manera, se procuran aulas con equipo tecnológico, permitiendo así el desarrollo de habilidades en los alumnos que se requieren a futuro en puestos laborales.

BAC CREDOMATIC

No trabaja de manera específica con jóvenes vulnerables, no obstante, en el área de call center, el público que más contrata es de personas jóvenes. Realizan una especie de educación dual. Atraen a jóvenes (no de manera exclusiva, pero si mayoritariamente) para que se formen en todo lo que tiene que ver con ser Ejecutivo de Call Center. La formación dura 8 semanas. La empresa paga a las personas durante el tiempo de la formación, y luego las contrata, para

evitar la rotación que es muy alta en esta población. De esta manera la empresa ahorra costos y tiempo en la preparación y contratación del personal.

Otra iniciativa en esta dirección es el Programa de Pasantías de colegios técnicos tiene mucho tiempo de existir, con un cupo fijo de pasantes por año, todos ellos jóvenes de entre 17-18 años, estudiantes de colegios técnicos, a quienes el Banco les brinda la oportunidad. El 80% de estos pasantes se quedan trabajando con la empresa. Esto quiere decir, que se abren fuentes de trabajo para los jóvenes, aunque no está enfocado necesariamente a poblaciones vulnerables, sino a estudiantes de colegios técnicos.

DAVIVIENDA

La organización tiene la posibilidad de desarrollo de carrera por lo que se vuelve muy atractiva para el segmento joven. Da estabilidad, trae beneficios y permite desarrollar al colaborador.

Inician el proceso de inserción laboral con el servicio de call center, trabajo en sucursales en atención al cliente, y puestos similares. Estos puestos base permiten a los jóvenes insertarse en el trabajo y conocer de banca; pero el joven se mueve muy rápido y pronto puede escalar a otras posiciones. El banco promueve el crecimiento de su gente a través de concursos internos. Hacen pasantías para que estudiantes universitarios hagan sus prácticas profesionales en el banco. Es un proceso muy formal, que tiene incluso una remuneración, medición, entregables, etc. La mayoría de los pasantes vienen de una institución académica, no necesariamente personas en vulnerabilidad.

GRUMA / DEMASA

No toman en cuenta específicamente el Objetivo 8 dentro de la estrategia, pero hacen constantemente esfuerzos por vincular a colaboradores miembros de comunidades cercanas a sus plantas, en su mayoría, población vulnerable. Un 60% de los colaboradores provienen de estas comunidades. Aun cuando no lo han medido, la empresa cree que ha logrado un impacto importante en generación de empleo en comunidades como Pavas, Parrita y Guápiles. Siempre contrata gente de la zona, para facilitar el desplazamiento en primer lugar, pero también por temas de sostenibilidad.

PHILLIP MORRIS

No trabajan específicamente esa meta. No obstante, como una de sus iniciativas corporativas en materia responsabilidad social, durante muchos años han sido aliados del HOGAR SIEMBRA. ONG que atiende muchachas víctimas de violencia y abuso, y que viven prácticamente en abandono.

Colaboran en su rescate integral, mediante capacitación y herramientas (un oficio) para la vida. PM colabora con esta ONG desde el 2003. Han participado en diferentes proyectos por etapas. A veces los fondos han sido para infraestructura, equipos o capacitación, pero siempre se ha estado cerca de ellas participando en actividades.

Adicionalmente, PM colaboró, por muchos años (ya no tienen este programa), con Juntas de Educación de zonas muy vulnerables del país, enfocados en el componente de educación. La intención siempre fue disminuir la brecha entre la educación privada y la pública.

Todas las ONGs con las que PM ha contribuido a lo largo de 20 años, han cumplido a cabalidad con los proyectos a los que han apoyado y otorgado fondos. Lo que siempre les ha interesado es lograr un impacto en la población beneficiada para darle herramienta que les permitan superar la pobreza.

BANCO NACIONAL

No han trabajado específicamente con jóvenes, pero sí se abordan las metas 8.1, 8.2, 8.5. A través de su acción ordinaria, en programas como BN Desarrollo, generan crédito para las grandes empresas, que a su vez contribuyen a la generación de empleo. Con el puesto de bolsa y con BN Mujer, donde le dan acceso a servicios a grupos de mujeres que, en algunos casos, son jóvenes.

IBM

Trabaja con escuelas y con Ciudad de los niños, pero no tienen un proyecto específico para este objetivo.

CARGILL, CUESTAMORAS y SOCIEDAD DE SEGUROS DE VIDA DEL MAGISTERIO NACIONAL

No han trabajado este objetivo activamente.

ANEXO 6 OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO (ODM)

OBJETIVO	EMPRESA	PROGRAMA
OBJ. 1 Fin de la pobreza	BAC CREDOMATIC	Posibilidades BAC
	DAVIVIENDA	Tasas preferenciales para crédito de vivienda y consumo de colaboradores
	GRUMA	Superación de la pobreza de colaboradores
	FIFCO	FIFCO Oportunidades
OBJ. 2 Hambre Cero	FIFCO	Nutrivida
	CARGILL	Nutriendo el futuro
	GRUMA	Manos a la masa
OBJ. 3 Salud y Bienestar	PHILLIP MORRIS	Transformación total del negocio
	DAVIVIENDA	Programa de bienestar para el 100% de los colaboradores incluyendo seguro médico, planes de esparcimiento, deporte y nutrición.
	FIFCO	Programa Estar Bien
	CUESTAMORAS	Programa para disposición correcta de medicamentos
	GRUMA	Ponerle a la vida
OBJ. 4 Educación de calidad	FIFCO	Programa de educación Dual
	BAC CREDOMATIC	Programa de Educación Financiera (firmante de la estrategia nacional financiera)
	BANCO NACIONAL	Programa de Libertad Financiera
	DAVIVIENDA	Finanzas en casa Monetarium
	CARGILL	Prosperando con nuestros clientes
	GBM	Propicia educación tecnológica en diferentes organizaciones
	IBM	Impulsa educación tecnológica entre colaboradores, estudiantes y comunidad
	SYKES	Programa Academia de inglés y técnicas
OBJ. 5 Igualdad de género	PHILLIP MORRIS	Equal Salary
	SYKES	Políticas de equidad de género y becas para que mujeres opten por carreras técnicas
	BANCO NACIONAL	Programa BN Mujer

OBJETIVO	EMPRESA	PROGRAMA
OBJ. 5 Igualdad de género	BAC CREDOMATIC	Certificación de Equidad de Género
	FLOREX	Programa de empleo inclusivo para grupos vulnerables
	GBM	Promoción de formación de mujeres en tecnología
OBJ. 6 Agua Limpia y Saneamiento	FIFCO	Agua Neutral. Meta: Agua Positivo para el 2020
	PHILLIP MORRIS	Meta: Certificación Alianza por el Agua para el 2025
OBJ.7 Energía asequible y no contaminante	PHILLIP MORRIS	Meta al 2020: 70% de la hoja de tabaco se cure con combustibles renovable y trazables. Meta 2030: 100% energía renovable en la fabricación
	CUESTAMORAS ENERGIA	Comercialización de energía. Servicios nuevos con enfoque de eficiencia, energía renovable, sustitución tecnológica y autogeneración.
	GRUMA	Proceso completo de procesamiento del arroz, totalmente limpio (economía circular).
OBJ.8 Trabajo decente y crecimiento económico	BAC CREDOMATIC	Programa de inclusión de personas con discapacidad Pasantías a estudiantes de colegios técnicos
	DAVIENDA	Programa de emprendimiento social para jóvenes: Social Skin
	FIFCO	Programa de Educación Dual
	FLOREX	Programa de inserción laboral para jóvenes estudiantes y personas con discapacidad
	PHILLIP MORRIS	Alianza con Fundación Hogar Siembra
OBJ.9 Industria, innovación e infraestructura	GBM	Soluciones integrales de tecnología para reducción de la brecha digital
OBJ.10 Reducir la desigualdad en y entre países	No se identificó ninguna empresa	
OBJ.11 Ciudades y comunidades sostenibles	CUESTAMORAS URBANISMO y BOSQUES	Estrategia de transformación humana Certificación y compensación de su huella de carbono en etapa constructiva
OBJ.12 Producción y consumo responsables	IBM	Programa "Call for code"
	PHILLIP MORRIS	Programa de consumo responsable de cigarrillos (dirigido únicamente a adultos fumadores y no venta de cigarrillos a menores de edad)
	FIFCO	Programa de consumo inteligente de bebidas alcohólicas y otros productos
OBJ. 13 Acción por el clima	FIFCO	Empresa Cero Desechos
	CUESTAMORAS BOSQUES	Certificada como Empresa B Certificada Carbono Neutral
	DAVIENDA	Programa de Administración de Riesgo Social y Ambiental

OBJETIVO	EMPRESA	PROGRAMA
OBJ. 13 Acción por el clima	BAC CREDOMATIC	28 edificios certificados con a la norma ISO 14001 de Gestión ambiental Programa de Administración de Riesgo Social y Ambiental
	GBM	Carbono positivo
	SYKES	Certificación con la norma ISO 14001 de Gestión ambiental Certificación Programa Bandera Azul
OBJ.14 Vida Submarina	FIFCO	Meta 2020: Recuperación y reciclaje del 100% de los envases que coloca en el mercado. Reemplazo del plástico por envase de resina natural 100% biodegradable.
	CUESTAMORAS (OFICINA CORPORATIVA)	Donación anual para el financiamiento de las operaciones de la Fundación Amigos de la Isla del Coco (FAICO), única organización dedicada exclusivamente a la conservación del Parque Marino Isla del Coco y sus ecosistemas circundantes.
OBJ. 15 Vida de ecosistemas terrestres	CUESTAMORAS BOSQUES	Empresa B. Combina conservación con otras actividades productivas sostenibles. Agroforestería no tradicional.
	DAVIVIENDA	Siembra de árboles, recolección de desechos en playas.
	FIFCO	Iniciativas descritas en los ODS no 6, 12, 13 y 14
	BAC CREDOMATIC	Acciones descritas en el ODS no. 13
OBJ. 16 Paz, justicia e Instituciones Sólidas	PHILLIP MORRIS	Reglas claras en derechos humanos de sus trabajadores y proveedores. Lucha contra el comercio ilícito de cigarrillos
OBJ. 17 Alianzas para lograr objetivos	BAC CREDOMATIC	MEP, MSP, ONGS
	BANCO NACIONAL	Algunos de sus aliados son: Estadio Ricardo Saprissa, Claro, Metropark, Zona Franca América, Sistema Nacional de Bibliotecas, el Ministerio de Educación Pública, INS, Dinadeco, Radio Columbia, Parque la Libertad, Estado de la Nación, entre otros
	CARGILL	MiPymes Glasgow
	DAVIVIENDA	Municipalidades y otras entidades gubernamentales
	IBM	MEP
	GBM	UCR, Cenotec, Ministerio de Educación, Municipalidad de San José, JICA (Agencia Japonesa de Cooperación Internacional), Municipalidad de Escazú, Municipalidad de Desamparados, Lincoln School, Blue Valley School, Sor María Romero, AED (Alianza Empresarial del Desarrollo), ASEGIRE (Asociación Empresarial para la Gestión de Residuos Electrónicos), Lifting Hands, BANCO NACIONAL, BAC San José, Banco de Costa Rica, Banco de Alimentos, SINABI (Sistema Nacional de Bibliotecas), FUPROVI (Fundación Promotora de Vivienda), IBM, CISCO, Aldeas SOS, Fundación Lloverá Comida, entre otras.
	SYKES	MEP, MTSS, INA, UTN y algunas academias privadas
	PHILIP MORRIS	Municipalidad de Belén, Voces Vitales, entre otras
SSVMN	Planificación de alianzas con el sector magisterial (sindicatos magisteriales y sector magisterial)	

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Global Reporting Initiative. (2020). G4 Part One. Recuperado de: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G4-Part-One.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas. (2019). 17 objetivos para transformar nuestro mundo. Recuperado de: www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/
- Organización Internacional del Trabajo (2012) Documento final de la conferencia: Río+20 Conferencia de Naciones Unidas sobre Desarrollo Sustentable. Recuperado de <https://www.oitcinterfor.org/evento/documento-final-conferencia-r%C3%ADo20-conferencia-naciones-unidas-sobre-desarrollo-sustentable>
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Red España. (2019). El éxito de los ODS depende de que el sector empresarial se implique. Recuperado de: <https://www.pactomundial.org/2015/11/el-exito-de-los-ods-depende-de-que-el-sector-privado-se-implique/>
- Reputation Institute. Global Corporate Responsibility RepTrack. (2019). Annual Ranking of Companies Outperforming in Corporate Responsibility. Recuperado de: <https://www.reputationinstitute.com/csr-reprtrak>
- Secretaría Central de ISO. Organización Internacional de Normalización. (2019). Descubriendo ISO 26000. Recuperado de: https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/sp/PUB100258_sp.pdf
- UNISDR. (2019). Marco SENDAI para reducción de desastres. https://www.unisdr.org/files/43291_spanishsendaiframeworkfordisasterri.pdf
- United Nations Global Compact. (2019). A global compact for sustainable development. Recuperado de: https://www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/development/GCforSDBrochure.pdf
- United Nations (2015). Paris Climate Change Conference - November 2015. Recuperado de: <https://unfccc.int/process-and-meetings/conferences/past-conferences/paris-climate-change-conference-november-2015/paris-climate-change-conference-november-2015>
- United Nations. (2019). Sustainable Development Goals. Recuperado de: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals>
- United Nations. (2019). Sustainable Goals Knowledge Platform. Recuperado de: <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>
- Vive, A. (2020). Una Mirada crítica a la Responsabilidad Social de la empresa en Iberoamérica. Recuperado de: <https://cumpetere.blogspot.com/2017/12/legitimidad-o-greenwashing-en-la.html>



SERIE DE INVESTIGACIONES
No. 1

WWW.ULEAD.AC.CR

INFO@ULEAD.AC.CR +506 4000-LEAD