

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: DESAFÍOS PARA LAS EMPRESAS ECUATORIANAS

Ing. Alexandra Mendoza Vera, MMKT

Docente: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador – Carrera de Ingeniería en Sistemas
alexandra.mendoza@uleam.edu.ec

Ing. Pablo Ávila Ramírez, MAE

Docente: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador – Carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría
pablo.avila@uleam.edu.ec

Resumen

La importancia del desarrollo empresarial en Ecuador, recae principalmente en la aplicación de las nuevas tendencias empresariales afrontando las barreras o desafíos presentados por el gobierno o los factores influyentes (tributos, medio ambiente, exigencias de responsabilidad empresarial, entre otros) en el desarrollo empresarial que puedan afectar directa o indirectamente a las mismas. La administración empresarial debe adaptar la Responsabilidad Social Corporativa a fin de obtener un valor agregado como empresa al momento de enfrentar las necesidades de los clientes, el compromiso de los empleados y la preferencia de los inversores para resistir las políticas tributarias, los cambios del medio ambiente y las exigencias de normativas empresariales.

Palabras claves: *Responsabilidad Social Corporativa, Políticas Tributarias, Normativas Empresariales, Tendencias Empresariales, desafíos.*

Summary

The importance of business development in Ecuador lies mainly in the application of new business trends facing the barriers or challenges presented by the government or influential factors (taxes, environment, demands of corporate responsibility, among others) in business development that may directly or indirectly affect them. Corporate management must adapt Corporate Social Responsibility in order to obtain added value as a company when facing customer needs, employee commitment and investor preference to withstand tax policies, changes in the environment and the requirements of business regulations.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Tax Policies, Business Regulations, Business Trends, challenges.*

Introducción

El Ecuador, siendo un país en vías de desarrollo, cambia la perspectiva de inversión en el ámbito empresarial, en pleno siglo XXI, donde –el monstruo de la globalización” es la nueva tendencia de supervivencia sin excepción, siendo un gran reto para el país que se encontraba en agonía política; el mismo que sale poco a poco de la lista de países tercermundista, para mejorar su nivel según el Índice de Desarrollo Humano (IDH) en el año 2016, con un 0.734, índice que se refiere a una medición compuesta de la longevidad, el nivel de vida y la educación, desafiando las evaluaciones puramente económicas del progreso de las naciones, dato que es reportado anualmente por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2017).

Actualmente, se presentan grandes cambios en las actividades comerciales, es por ello que muchas empresas se han preparado para poder enfrentar con éxito, no solamente las amenazas, cambios, retos que se presentan, sino saber aprovechar las oportunidades. Se han considerado las características de los nuevos modelos empresariales que involucran capacitación, desarrollo, tecnología, una nueva visión del comportamiento de los mercados, conocimientos administrativos modernos y sobre todo un liderazgo gerencial estratega, proactivo, capaz de interpretar los efectos producto de los cambios que se generan día a día en Ecuador.

La aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la administración de las empresas está tomando un papel fundamental, que influye en la permanencia de las entidades con perfil de preocupación por la sociedad y sus necesidades, llevando al grupo principal tales como: clientes, inversores, trabajadores, entre otros actores a exigir más de ellas.

El Ecuador aun siendo un país en vías de desarrollo, busca adaptar las nuevas normas empresariales para competir en el mundo, sin embargo los factores influyentes chocan con las políticas gubernamentales existentes, produciendo un vaivén de ideas para acogerse a las mismas. El desarrollo empresarial al momento es mucho más viable que en tiempos remotos, pero; las exigencias de la sociedad y la responsabilidad con el medio en que se desarrollan deben ser consideradas antes de empezar algún tipo de actividad empresarial, las mismas que deben tener un enfoque sostenible y sustentable.

A continuación, se presentará una recopilación informativa sobre los retos o desafíos que se pueden presentar al momento de querer incursionar en el mundo empresarial, particularmente en el Ecuador, las nuevas perspectivas ambientalistas, los principales factores y actores involucrados en la adopción de la responsabilidad social corporativa como estrategia para la creación de ventajas competitivas.

La responsabilidad social corporativa (RSC), gran desafío para las empresas ecuatorianas

El dinamismo en los mercados ha revolucionado la forma de hacer negocios. Esto ha generado diferentes teorías basadas en enfoques económicos, sociales y ambientales para lograr ventajas competitivas, estos lineamientos se agrupan en la conocida Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que desarrollan las empresas del Ecuador.

Se cree que la responsabilidad social corporativa (RSC) es un tema que se ha puesto de moda en el ámbito de los negocios desde hace algunos años. Es probable que quienes piensen esto conciban a la RSC como un asunto voluntario, es preciso entender que su esencia está lejos de ser la bondad o caridad; y es que dicho en pocas palabras, representa la manera en que las organizaciones responden al impacto que sus operaciones ocasionan tanto en el ámbito social como en el ambiental; es por ello que la gestión de la misma está íntimamente relacionada con el ámbito económico.

El gran desafío que tienen hoy en día las empresas, es desarrollar una estrategia clara de RSC y enmarcarla en un concepto que sea claro para los clientes, los empleados y los inversionistas. Es necesario medir el impacto de las acciones y cómo repercute en la reputación, en la lealtad de marca, en la rotación de los trabajadores y en cómo el mercado (los inversionistas) valora lo realizado por la compañía. (EKOS, 2014)

Para García (2008) la RSC engloba tres elementos básicos:

- **Código ético**, como manifestación explícita de los compromisos adquiridos por la organización, de su posicionamiento frente a la responsabilidad social y ecológica. Es lo que la organización “dice”.
- **Memoria de sostenibilidad y auditoría ética**, instrumentos complementarios de evaluación y análisis de la respuesta dada por la organización a las exigencias éticas planteadas, esto es, del cumplimiento de su responsabilidad. Es lo que la organización declara “hacer”.
- **Comité de ética y RSC**, como instrumento para la implicación en la gestión ética de los diferentes grupos de intereses (sindicatos, ONG, administraciones, etc.) y el seguimiento y control del código ético y los compromisos de la empresa

Factores y actores involucrados en el mundo empresarial con la implementación de la RSC

1. La lealtad de clientes

Los clientes son el principal factor de desarrollo empresarial, lideran el sustento de las empresas al ser los principales consumidores que ayudan a forjar y permanecer en el camino de la competencia empresarial. }

Según un estudio realizado por la Universidad Centroamericana (2016):

Los consumidores, aunque de forma más tímida, también están empezando a entender su poder y responsabilidad y están impulsando iniciativas de consumo responsable. Cada vez aparecen más organizaciones de consumidores que trabajan para generar una mayor conciencia sobre la importancia de la presión que, gracias al poder de compra, pueden ejercer todos los ciudadanos sobre las empresas para forzarlas a actuar de manera responsable. Además, estas organizaciones también están promoviendo una transparencia informativa que facilita que las malas praxis empresariales sean conocidas por los ciudadanos y, así, se articulen boicots en contra de aquellas empresas irresponsables. (pág. 19)

2. El compromiso de los empleados

Los trabajadores, a su vez, también se están movilizando. La información que reciben como clientes internos más que como clientes externos los hace menos tolerantes y más demandantes de una actitud responsable por parte de sus empresas. La iniciativa de *Great Place to Work*, que en español se refiere a los “mejores lugares para trabajar” — ha abierto sus puertas en 45 países, informando sobre los ranking mundial en el que participan la gran mayoría de las multinacionales más importantes del mundo, y que consiste en que los propios trabajadores evalúen la calidad de su empresa, como un gran lugar para trabajar. Es un claro ejemplo que los trabajadores cada vez valoran más a las empresas que los tratan bien, que atienden sus necesidades personales y que son socialmente responsables.

Great Place to Work® en Ecuador se estableció en enero de 2005. Desde sus inicios, se formó como una sociedad que daría cabida al sueño de sus fundadores en Ecuador, de agregar valor a las empresas de manera sensible a través del fortalecimiento y concreción de diversas iniciativas que se suman al desarrollo de la sociedad. Desde hace algunos años se publica la lista de las “25 Mejores Empresas para Trabajar en Ecuador” en la revista *Ekos Negocios*, medio de comunicación nacional sobre el acontecer económico y empresarial. Este es el único medio en Ecuador que publica de forma mensual “Las Mejores Prácticas en Gestión” y en forma anual publica la lista de Las Mejores Empresas para Trabajar en Ecuador (Great Place to Work, 2017).

3. La preferencia de los Inversionistas

Los inversores, en algunos casos movidos por propio egoísmo y en otros por conciencia de su poder y responsabilidad, también han comenzado a jugar una presión significativa. El riesgo inherente a invertir en empresas irresponsables se ha ido haciendo cada vez más obvio y los inversores más conservadores o adversos al riesgo han comenzado a buscar mejores garantías.

De aquí que, hoy en día, los proveedores de los índices bursátiles más importantes del mundo hayan creado índices de sostenibilidad como el *Dow Jones Sustainability Index* o el *FTSE4Good*. En ambos casos, índices que exigen pasar por un proceso de acreditación y análisis a las empresas que quieran formar parte de ellos, con el fin de demostrar que efectivamente están aplicando prácticas de responsabilidad social, criterios valorados mediante la evaluación de sostenibilidad corporativa.

4. La Política gubernamental como influencia en la Actividad Empresarial

a) Iniciativa Política enfocada al desarrollo de las empresas:

A partir del 2008, la política económica del Ecuador ha tomado un nuevo rumbo y se evidencia en la reformada Constitución de la República, la misma que promueve y regula las condiciones necesarias para asegurar el desarrollo empresarial en el Ecuador, en sus títulos V, VI, VII y VIII, así como a través de la Secretaría Nacional de Planificación (SENPLADES), se instrumenta como política de Estado el Plan Nacional del Buen Vivir 2008-2013, y que consecutivamente se ejecuta el Plan del periodo 2013-2017, aún vigente; que señala en el Objetivo No. 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas; conjuntamente con el Objetivo No. 10, que manifiesta:

Impulsar la transformación de la matriz productiva (Plan Nacional del Buen Vivir, 2017).

Paralelamente, los Ministerios de Industrias y Productividad y de Desarrollo Social (Economía Popular y Solidaria), han reorientado la visión para el desarrollo y mejoramiento de la competitividad de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresa (MIPYMES), ya que tienen la plena convicción de que estos sectores aportan con el 95,42% de empleo para el país, según el Censo Económico del Ecuador 2010. (Erazo, 2014)

b) Las empresas ante la actual normativa tributaria:

La política económica asfixia y sobrerregula al sector privado. Se sustenta todo en el gasto público y la deuda, en los subsidios e ineficiencias, y se va minando la economía de la sociedad. (Dahik, 2017)

En menos de una década se han puesto en marcha 22 reformas tributarias. En estos diez años la recaudación casi se triplicó y pasó de USD 5 362 millones en el 2007 a 13 590 millones esperados en el 2016, según el Servicio de Rentas Internas (SRI). Las reformas generaron unos 300 cambios para el contribuyente. El SRI cree que un 92 % de la recaudación se explica por una mejora en la gestión (menor evasión y elusión) y solo 8% por las reformas, las cuales han respondido, al menos, a seis objetivos de la política fiscal y económica.

El número de contribuyentes creció de 627 000 en el 2007 a 1,9 millones en el 2016. Para Richard Martínez, presidente del Comité Empresarial Ecuatoriano, si bien las reformas buscaron corregir algunos temas que preocupaban al Gobierno, como la elusión o la salida de divisas del país, el principal fin ha sido recaudatorio. Ello explica el peso que tiene, por ejemplo, el impuesto a la salida de divisas. Y aunque hubo incentivos, no fueron suficientes para atraer inversión.

El asambleísta Ramiro Aguilar calificó a las reformas de erráticas y con un fin recaudatorio. –Con un cambio tributario, el Estado puede incentivar un sector y desincentivar otro. Eso es planificación. Pero aquí se da una reforma cada vez que el Gobierno necesita plata sin entender el impacto y que hay un golpe a la economía”. Además de las reformas tributarias que generan el pago de impuestos, el estado ha implementado la exención por cinco años del Impuesto a la Renta para las empresas que inviertan en las zonas afectadas por el terremoto en los próximos 24 meses. Y también se incluirá en el proyecto de Ley Solidaria y de Corresponsabilidad Ciudadana por las Afectaciones del Terremoto que no solo estén exentos de pagar las contribuciones las provincias de Esmeraldas y Manabí sino todos los afectados por el terremoto de otras provincias. Tampoco pagarán el 3% de las utilidades las empresas que sufrieron daños en el terremoto (Heredia, 2016)

La vigencia de la Ley Solidaria, en lo correspondiente al incremento del 2% del Impuesto al Valor Agregado (IVA), del 12% al 14%, será por el lapso de un año a partir de la publicación en el Registro Oficial, el mismo que concluye el 1 de junio del 2017.

c) ISO 26000:

ISO quiere decir en inglés: *The International Organization for Standardization*, su traducción al español es: Organización Internacional de Normalización.

La ISO 26000 se publica oficialmente en noviembre del año 2010, como guía para establecer las líneas en materia de Responsabilidad Social. La RSC se enfoca a la satisfacción e información de las expectativas y necesidades de los grupos de interés.

Los 5 principios que rigen la norma de Responsabilidad Social (RS)

- La RSC incluye el cumplimiento de la legislación nacional vigente y especialmente de las normas internacionales en vigor (OIT, Declaración Universal de los Derechos Humanos, Normas de Naciones Unidas sobre Responsabilidades de las Empresas Transnacionales y otras Empresas Comerciales en la esfera de los Derechos Humanos, Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, etc.).
- La RSC es de carácter global, afecta a todas las áreas de negocio de la empresa y sus relacionadas, así como a todas las áreas geográficas en donde desplieguen su actividad. Afecta por ende, a toda la cadena de valor necesaria para el desarrollo de la actividad, prestación del servicio o producción del bien.
- La RSC comporta compromisos éticos, objetivos que se convierten en obligación para quien los contrae.
- La RSC se compromete en los impactos o alteraciones que genera la actividad empresarial en el ámbito social, medioambiental y económico.

Se conoce que en el Ecuador se ha iniciado su aplicación como Responsabilidad Social, propiamente dicha, en varias empresas públicas y privadas, principios y conceptos, que en algunas instituciones, como el Municipio de Quito, en todas sus empresas operativas, se adoptaron estos enfoques desde muchos años atrás, pero con otra denominación; sea como colaboración o ayuda a las comunidades del entorno de los servicios petroleros, construyendo locales escolares, casas comunales, servicios sanitarios y de agua potable o por lo menos entubada, dotación de útiles escolares, servicios de salud, etc.; con énfasis en la aplicación de las mejores y más limpias tecnologías utilizadas en este tipo de industria, para disminuir o eliminar las alteraciones ambientales, tanto en su interior como en su entorno (Espinosa, 2014).

5. La competencia

Según estudio de la Universidad Centroamericana (2016):

La presión de los propios competidores también es un motor innegable. Los consumidores, que cada vez son más conscientes, ejercen presión y quieren comprar productos responsables. Algunas empresas ven el mercado

potencial y comienzan a darles respuesta. A continuación, la competencia se ve forzada a entrar también en este mercado. (pág. 20).

Por lo tanto, la competencia desde cualquier ángulo, siempre será un factor imprescindible que truncará el desarrollo empresarial, cuando existan negocios o empresas que tengan barreras de entrada bajas, que dará además el poder de negociación a los compradores.

6. La incidencia de la inflación

La inflación, es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento.

Desde la perspectiva teórica, el origen del fenómeno inflacionario ha dado lugar a polémicas inconclusas entre las diferentes escuelas de pensamiento económico. La existencia de teorías monetarias-fiscales, en sus diversas variantes; la inflación de costos, que explica la formación de precios de los bienes a partir del costo de los factores; los esquemas de pugna distributiva, en los que los precios se establecen como resultado de un conflicto social (capital-trabajo); el enfoque estructural, según el cual la inflación depende de las características específicas de la economía, de su composición social y del modo en que se determina la política económica; la introducción de elementos analíticos relacionados con las modalidades con que los agentes forman sus expectativas (adaptativas, racionales, etc.), constituyen el marco de la reflexión y debate sobre los determinantes del proceso inflacionario.

La evidencia empírica señala que inflaciones sostenidas han estado acompañadas por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, aunque también por elevados déficit fiscales, inconsistencia en la fijación de precios o elevaciones salariales, y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios (inercia). Una vez que la inflación se propaga, resulta difícil que se le pueda atribuir una causa bien definida.

Adicionalmente, no se trata sólo de establecer simultaneidad entre el fenómeno inflacionario y sus probables causas, sino también de incorporar en el análisis adelantos o rezagos episódicos que permiten comprender de mejor manera el carácter errático de la fijación de precios.

7. La respuesta de las empresas a los cambios climáticos

Para cada empresa, el cambio climático representa oportunidades y sobre todo riesgos. Entender estas implicaciones y responder de manera equilibrada, es el primer paso para cosechar las recompensas y crear una ventaja competitiva mediante la estrategia de la empresa.

Según un informe emitido por Sir Nicholas Stern y elaborado por el gobierno de Gran Bretaña llamado "Informe Stern sobre la economía del cambio climático" que en inglés es (*The Stern Review on the Economics of Climate Change*). Cuyo objetivo ha sido buscar acciones tempranas que atiendan el cambio climático y presentaran los resultados en términos de costos y beneficios económicos. Stern explica que "enfrentar el cambio climático constituye una

estrategia a favor del crecimiento a largo plazo y puede llevarse a cabo sin limitar las aspiraciones de crecimiento de países ricos o pobres". Él insiste en que -entre más rápido se actúe, menos costoso será".

Además de prepararse para los desastres que pueden ocurrir, la muestra de conciencia ecológica por parte de la empresa, se convierte en oportunidad ya que los consumidores ahora también juegan un papel importante al elegir empresas que protegen el medio ambiente. Un estudio de McKinsey demostró que 87% de los consumidores se preocupan por el impacto social y ambiental que generan los productos que compran. Los empleados muestran a sus empleadores que están más comprometidos cuando trabajan para organizaciones que fomentan un programa para responder al cambio climático. (Young, 2010)

8. La innovación tecnológica y su impacto sostenible

En la actualidad para que las empresas se puedan mantener y sobrevivir, será con el apoyo de la innovación como base fundamental, ya que permite fomentar la utilización de tecnologías limpias y eficientes que reduzcan los daños al medio ambiente, que busque promover una conciencia verde tanto para las empresas como para los consumidores diseñando estrategias que beneficien el planeta a través de artículos de consumo masivo sostenibles.

La innovación tecnológica es la fuente más importante de cambio, este proceso de innovación permite combinar las capacidades técnicas, financieras, comerciales y administrativas que impulsa el lanzamiento al mercado de nuevos y mejorados productos y procesos. Hoy en día las empresas que han optado por la innovación como parte de su estrategia de responsabilidad social ya que están muy conscientes de las ventajas que se pueden generar para la sustentabilidad del negocio (Ahmed, Shepherd, Ramos, & Ramos, 2012).

9. Creación de valor compartido

La evolución y aplicación de la RSC como estrategia competitiva, da giros positivos, que la vincula con la creación de valor compartido, la misma que se enfoca en identificar y expandir las conexiones entre los progresos económico y social. Por lo tanto, las empresas pueden crear valor económico creando valor social. Hay tres formas diferentes de hacerlo: re-concibiendo productos y mercados, redefiniendo la productividad en la cadena de valor y construyendo clústers de apoyo para el sector en torno a las instalaciones de la empresa. Cada una es parte del círculo virtuoso del valor compartido; al incrementar el valor en un área aumentan las oportunidades en las otras (Porter & Kramer, 2011).

10. El Benchmarking como estrategia empresarial

El Benchmarking, es una estrategia que supera expectativas cuando se desea incursionar en el mundo de los negocios, o en muchos casos para la mejora de procesos empresariales de negocios ya existentes, permitiendo un gran ahorro de recursos. El Benchmarking, es un proceso mediante el cual se buscan y se identifican aquellas técnicas o estrategias (las mejores prácticas) de la competencia que se pueden aplicar a un negocio existente. Es importante reconocer que no se trata de copiar, sino de adaptar.

Empresas Ecuatorianas que son Socialmente Responsables

El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) es la Red más importante de organizaciones comprometidas que promueven la Responsabilidad Social en el Ecuador. Desde el 2005, se ha caracterizado por promover un enfoque corporativo basado en la generación de un valor agregado empresarial, que busca involucrar, sensibilizar y apoyar la dirección de los negocios de manera socialmente responsable, como un mecanismo que transforme y movilice hacia una sociedad más justa y sostenible.

En la actualidad CERES está conformada por más de 40 organizaciones, empresas públicas y privadas, organizaciones de la sociedad civil y entidades educativas, todas ellas reconocidas por su trabajo enfocado en el desarrollo sustentable y la incorporación de la RSE como parte de su modelo de gestión (CERES, 2017).

A continuación, se detalla algunas de las empresas ecuatorianas miembros del CERES:

- Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT)
- Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento de Quito (EPMAPS)
- Fundación Coca Cola de Ecuador
- Banco Bolivariano
- Banco Pichincha
- PRONACA
- Yanbal
- Kruger
- Coorporación Favorita
- Banco del Pacífico
- TC mi Canal
- JW Marriot
- General Motors del Ecuador
- GRAIMAN
- Kimberly – Clark Ecuador S. A
- Universidad Casa Grande

Conclusión

El desarrollo empresarial en Ecuador debe estar ligado a la adaptación de las nuevas tendencias empresariales para poder afrontar los desafíos que se presentan. Las exigencias políticas, ecológicas, sociales, tecnológicas, económicas y empresariales cada día son más estrictas agudizando el desarrollo de las empresas y promoviendo un alto índice de competitividad, lo que empuja a muchas empresas al declive y a otras a la necesidad de implementar las nuevas normativas y enfrentar los cambios gubernamentales y tributarios del país. La Responsabilidad Social Corporativa, tiene que ser percibida como una herramienta de apoyo que permita el crecimiento de las empresas, que garantice el posicionamiento sólido en el mercado y que logre la fidelidad de los clientes, por demostrar su interés ante la sociedad por su enfoque social-ambientalista.

Referencias Bibliográficas:

- Ahmed, P., Shepherd, C., Ramos, L., & Ramos, C. (2012). *Administración de la Innovación*. México: Pearson.
- CERES. (02 de 02 de 2017). Obtenido de <http://www.redceres.com>
- Dahik, A. (2017). El socialismo siglo XXI y el Ecuador. *EL UNIVERSO*.
- EKOS. (Abril de 2014). *La RSC, desafío para la empresa en el globo*. Obtenido de EKOS:
<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=3276>
- Erazo, F. d. (2014). *EUMED.NET*. Obtenido de EUMED.NET:
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2014/emprendedores.html>
- Espinosa, D. W. (2014). Responsabilidad Social Empresarial: ISO 26000. *Revista Judicial Derecho Ecuador.com*.
- Gracia, F. N. (2008). *Responsabilidad Social Corporativa, Teoría y Práctica*. Madrid: ESIC Editorial.
- Great Place to Work. (05 de 05 de 2017). Obtenido de <http://www.greatplacetowork.com.ec>
- Heredia, V. (Noviembre de 2016). 22 reformas tributarias en casi una década en Ecuador. *El Comercio*.
- Plan Nacional del Buen Vivir. (29 de 05 de 2017). Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Porter, M., & Kramer, M. (2011). La creación de valor compartido. *Harvard Business Review*, 6.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (28 de 05 de 2017). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo Ecuador*. Obtenido de PNUD :
<http://www.ec.undp.org/content/ecuador/es/home/presscenter/articles/2017/03/21/informe-sobre-desarrollo-humano-2016-el-pnud-se-ala-que-las-prioridades-globales-del-desarrollo-siguen-dejando-atr-s-a-las-personas-m-s-marginadas-del-planeta-.html>
- Universidad Centroamericana. (2016). *Las empresas como agentes de progreso económico y social en centroamérica*. Nicaragua: ICCO Cooperación.
- Young, E. &. (2010). www.ey.com/CCaSS.