

REVISTA DE EMPRENDIMIENTO, ECONOMÍA Y NEGOCIOS

INFORME

EL UNIVERSO

ABRIL 2025 • GUAYAQUIL-ECUADOR • PUBLICACIÓN EXCLUSIVA PARA SUSCRITORES

EMPRESARIAL

RESPONSABILIDAD ESG EN EL **ADN** DE LAS EMPRESAS

TOP 100

RANKING MERCOSUR 2024

> MEDIO AMBIENTE

EL COMPROMISO PARA
PRESERVAR LOS RECURSOS
NATURALES

> SOCIEDAD

LAS INICIATIVAS CON
COMUNIDADES Y TRABAJADORES

> ÉTICA Y GOBERNANZA

LAS PRÁCTICAS DE TRANSPARENCIA
Y BUEN GOBIERNO

> AGRICULTURA SOSTENIBLE
LAS EMPRESAS CON ENFOQUE
EN EL AGRO

> CONSTRUCCIÓN RESPONSABLE
EL SECTOR SUMA ACCIONES
ECO-AMIGABLES



BIG BANG 20TH ANNIVERSARY
TITANIUM CERAMIC

THEY'LL
NEVER NEVER
SEE IT
COMING

Plaza Vendome

www.plazavendome.com

H
U
B
L
O
T

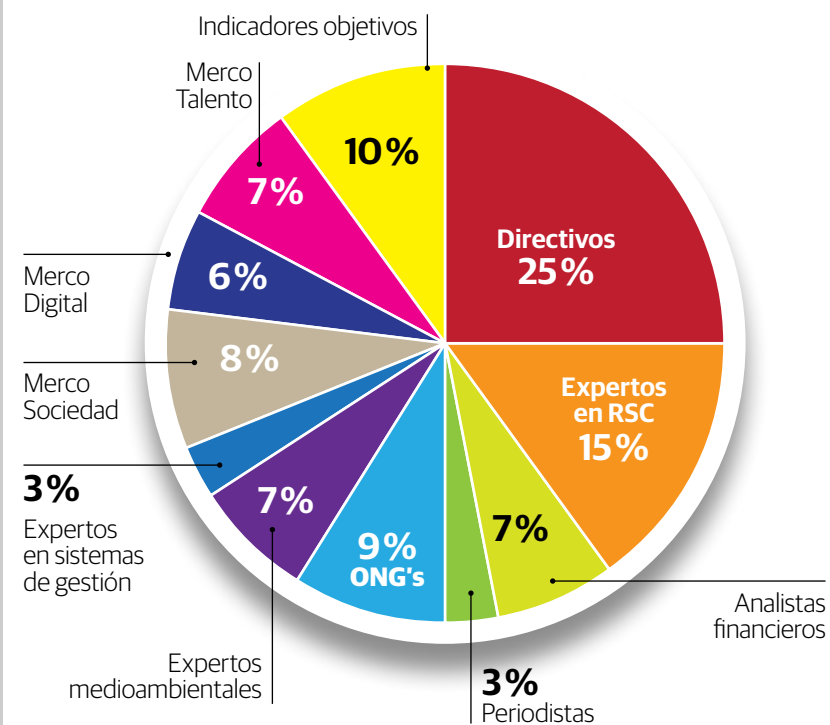
INFORME

ABRIL 2025
Guayaquil, Ecuador
EL UNIVERSO

6 / RANKING MERCO DE RESPONSABILIDAD ESG

Las fuentes Merco

6 evaluaciones
21 fuentes de información
10.465 encuestas



14 / MEDIO AMBIENTE

Iniciativas para reducir las emisiones de CO2 y optimizar recursos.

20/ SOCIEDAD

Responsabilidad con los empleados, inclusión de mujeres y contribución a la comunidad.

STAFF

**Suplemento Comercial
Gratuito de Circulación
Segmentada de
C.A. El Universo**
Teléfono:
04-500-8888 ext. 2267
- Avda. Domingo Comín y
Ernesto Albán.

GRUPO EDITORIAL:

Edición: Víctor Carreño
Redacción:
Víctor Carreño, Andrea
Limaico y Eugenia Espinoza
Diseño y diagramación:
Francisco Guamantica

GUAYAQUIL

**Jaime Bustamante
Luzuriaga**
jb.eluniverso@masmedios.
com.ec - 098-583-0249
Convencional 04-372-9129.
- La Ronda Av. Benjamín
Carrión, edificio City Office
Piso 9 oficina 923.

QUITO

Diana Condo
condoy@eluniverso.com.
0978843398
Dir.: av. Ignacio de Veintimilla
E9-26 y Leonidas Plaza -
El Universo Quito

CLASIFICACIÓN DE CONTENIDOS

- (P) Publicidad
- (I) Informativo
- (O) Opinión
- (PR) Propaganda

VENTAS DE PUBLICIDAD



26/ GOBERNANZA

Comportamiento ético, transparencia informativa y responsabilidad en la producción.

37/ FINANZAS CON PROPÓSITO

Soluciones para alinear objetivos económicos con el bienestar del planeta y la sociedad.

42/ AGRICULTURA SOSTENIBLE

El compromiso empresarial para fortalecer la seguridad alimentaria e impulsar el desarrollo de las comunidades.



Las empresas que lideraron el camino hacia la Responsabilidad ESG en Ecuador en 2024



CORTESÍA

La Responsabilidad ESG (Environmental, Social and Governance, por sus siglas en inglés) forma parte de ese conjunto de intangibles que proporcionan a las empresas un enorme valor competitivo y relacional con sus stakeholders. Y atendiendo a los datos recogidos por Merco, en las dos últimas décadas, el peso de la anteriormente conocida como Responsabilidad Social Corporativa, no ha dejado de crecer, aunque que todavía queda mucho camino por recorrer.

No obstante, según la 2ª edición de Merco Responsabilidad ESG, que encabezan Corporación Favorita (1º), Nestlé (2º), Produbanco-Grupo Promerica (3º), Pronaca (4º), Cervecería Nacional (5º), Banco Pichincha (6º), Paccari (7º), Holcim (8º), Consorcio Nobis (9º) y Grupo Difare (10º), una vez realizado el saldo entre fortalezas y debilidades, lo que más destacan los directivos empresariales de las empresas

LA 2ª EDICIÓN DE MERCOS RESPONSABILIDAD ESG PRESENTA A LAS EMPRESAS QUE ENARBOLAN UN COMPROMISO QUE PERSIGUE EL BIENESTAR DE SUS COLABORADORES, CLIENTES Y COMUNIDADES, Y A LA VEZ EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL PAÍS.

que operan en Ecuador no es precisamente la ética y la responsabilidad corporativa, que se sitúa en la tercera posición (+0,5), sino la calidad de la oferta comercial en primer lugar (+5,6%) y los resultados económico-financieros en segundo (+5,5%).

En este sentido, sí hay que destacar a todas aquellas empresas de Ecuador que han sido reconocidas en la 2ª edición de Merco Responsabilidad ESG por enar-

Hay que seguir trabajando en la consolidación de modelos de negocio que, además de ser competitivos y rentables económicamente, estén alineados con valores como la sostenibilidad, el buen gobierno o el compromiso social.

bolar un compromiso que persigue el bienestar de sus colaboradores, clientes y comunidades, y a la vez el desarrollo económico del país.

En el ranking destacan Nestlé en el sector de Alimentación; Zurich, en Aseguradoras; Unilever Andina, en Aseo y Cosmética; Toyota, en Automotriz; Cervecería Nacional, en Bebidas; Grupo Difare, en Cadenas de Farmacias y Distribuidoras; Corporación Favorita, en Comercio al por mayor y menor; Consorcio Nobis, en Conglomerado/Holding; Sambito, en Consultoría; Universidad San Francis-

co de Quito, en Educación; Laboratorios Bagó del Ecuador, en Farmacéutico; Produbanco-Grupo Promerica, en Financiero; Veolia Ecuador S.A., en Gestores Ambientales; Grupo Familia / Essity Ecuador, en Industrial; Diario El Universo, en Información y Comunicación; DK Management, en Inmobiliario; Holcim, en Materiales de Construcción; Lundin Gold, en Minería; Industrial Pesquera Santa Priscila, en Pesca y Acuicultura; Primax, en Petróleo y Combustibles; McDonald's del Ecuador, en Restaurantes; Saludsa Sistema de Medicina Prepagada, en Salud y Cuidado Médico; Grupo Entregas (Fedex), en Servicios Logísticos; Corporación Quiport (Aeropuerto de Quito), en Servicios Públicos; Kruger Corporation, en Tecnología; Movistar (Otecel), en Telecomunicaciones; Latam, en Transporte Aéreo; y Oro Verde Hoteles, en Turismo y Hotelería.

No cabe duda de que una correcta actuación en lo relativo a este tipo de políticas supone una verdadera palanca reputacional que, a su vez, crea valor para las compañías. Pero apostar por la ESG no ha de ser sólo una cuestión de estética; es una estrategia clave para adaptarse a desafíos globales y asegurar el crecimiento en un entorno cada vez más exigente. Es por ello que las empresas que no demuestren un compromiso real con estas demandas de la sociedad, acabarán siendo irrelevantes.



Gorffin

ALTA JOYERÍA

C.C. Riocentro Entre Rios P.B. Local #111 IG @gorffin (+593) 4 283 6761

TOP 100

EMPRESAS MÁS RESPONSABLES ESG

(Environmental, Social and Governance, por sus siglas en inglés)

| 2023 | 2024 | EMPRESA | PUNTUACIÓN | SECTOR |
|------|------|---|------------|---------------------------------------|
| 2 | 1 | CORPORACIÓN FAVORITA | 10.000 | COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR |
| 1 | 2 | NESTLÉ | 9.747 | ALIMENTACIÓN |
| 4 | 3 | PRODUBANCO- GRUPO PROMERICA | 8.131 | FINANCIERO |
| 3 | 4 | PRONACA | 8.033 | ALIMENTACIÓN |
| 7 | 5 | CERVECERÍA NACIONAL | 7.900 | BEBIDAS |
| 8 | 6 | BANCO PICHINCHA | 7.445 | FINANCIERO |
| 5 | 7 | PACCARI | 7.295 | ALIMENTACIÓN |
| 6 | 8 | HOLCIM | 7.251 | MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN |
| 9 | 9 | CONSORCIO NOBIS | 7.144 | CONGLOMERADO/HOLDING |
| 20 | 10 | GRUPO DIFARE | 6.999 | CADENAS DE FARMACIAS Y DISTRIBUIDORAS |
| 14 | 11 | NIRSA SA (ATÚN REAL) | 6.850 | ALIMENTACIÓN |
| 11 | 12 | MODERNA ALIMENTOS | 6.720 | ALIMENTACIÓN |
| 18 | 13 | NOVACERO | 6.621 | MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN |
| 10 | 14 | TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS (TIA) S.A | 6.592 | COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR |
| 36 | 15 | ALPINA PRODUCTOS ALIMENTICIOS | 6.539 | ALIMENTACIÓN |
| 12 | 16 | FEMSA SALUD ECUADOR (CORPORACIÓN GPF) | 6.429 | CADENAS DE FARMACIAS Y DISTRIBUIDORAS |
| 27 | 17 | GRUPO FUTURO | 6.277 | CONGLOMERADO/HOLDING |
| 22 | 18 | LABORATORIOS BAGÓ DEL ECUADOR | 6.252 | FARMACÉUTICO |
| 24 | 19 | BANCO GUAYAQUIL | 6.173 | FINANCIERO |
| 16 | 20 | CORPORACIÓN QUIPORT (AEROPUERTO DE QUITO) | 6.156 | SERVICIOS PÚBLICOS |
| 21 | 21 | COCA-COLA | 6.106 | BEBIDAS |
| 30 | 22 | ARCA CONTINENTAL | 5.995 | BEBIDAS |
| 34 | 23 | MCDONALD'S DEL ECUADOR | 5.926 | RESTAURANTES |
| 29 | 24 | UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO | 5.844 | EDUCACIÓN |
| * | 25 | ZURICH | 5.808 | ASEGURADORAS |
| 28 | 26 | LATAM | 5.773 | TRANSPORTE AÉREO |
| 31 | 27 | LA FABRIL | 5.771 | ALIMENTACIÓN |
| * | 28 | GRUPO ENTREGAS (FEDEX) | 5.749 | SERVICIOS LOGÍSTICOS |
| 15 | 29 | TESALIA CBC | 5.739 | BEBIDAS |
| 46 | 30 | UNILEVER ANDINA | 5.723 | ASEO Y COSMETICA |
| 39 | 31 | GRUPO KFC | 5.723 | RESTAURANTES |
| 26 | 32 | BANCO INTERNACIONAL | 5.718 | FINANCIERO |
| 38 | 33 | EL ORDENO | 5.709 | ALIMENTACIÓN |
| 45 | 34 | SALUDSA SISTEMA DE MEDICINA PREPAGADA | 5.698 | SALUD Y CUIDADO MÉDICO |
| 37 | 35 | DULCAFE (SWEET & COFFEE) | 5.697 | RESTAURANTES |
| 32 | 36 | INDUSTRIAS LACTEAS TONI | 5.681 | ALIMENTACIÓN |
| 62 | 37 | GRUPO VILASECA | 5.675 | CONGLOMERADO/HOLDING |
| 17 | 38 | DHL | 5.633 | SERVICIOS LOGÍSTICOS |
| 56 | 39 | GRUPO DANEC | 5.584 | ALIMENTACIÓN |
| 25 | 40 | YANBAL | 5.580 | ASEO Y COSMETICA |
| 23 | 41 | GRUPO FAMILIA/ ESSITY ECUADOR | 5.544 | INDUSTRIAL |
| 41 | 42 | KRUGER CORPORATION | 5.522 | TECNOLOGÍA |
| 35 | 43 | CHUBB | 5.447 | ASEGURADORAS |
| 65 | 44 | GRUPO INDUSTRIAL GRAIMAN | 5.392 | MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN |
| 19 | 45 | NATURA ECUADOR (AVON) | 5.377 | ASEO Y COSMETICA |
| 69 | 46 | PEPSICO ALIMENTOS ECUADOR | 5.347 | ALIMENTACIÓN |
| 40 | 47 | CORPORACIÓN SUPERIOR | 5.316 | ALIMENTACIÓN |
| 49 | 48 | REPÚBLICA DEL CACAO | 5.314 | ALIMENTACIÓN |
| 13 | 49 | MOVISTAR (OTECEL) | 5.213 | TELECOMUNICACIONES |
| 44 | 50 | TOYOTA | 5.194 | AUTOMOTRIZ |

FUENTE: Análisis de Investigación (España) / Advance Consultora (Ecuador)



Unidos por un mundo saludable



Somos el grupo empresarial farmacéutico líder en Ecuador, trabajamos de manera ética y sostenible para ofrecer alternativas innovadoras y productos que mejoran la calidad de vida.

Empresas



TOP 100

EMPRESAS MÁS RESPONSABLES ESG

(Environmental, Social and Governance, por sus siglas en inglés)

| 2023 | 2024 | EMPRESA | PUNTUACIÓN | SECTOR |
|------|------|------------------------------------|------------|---------------------------------------|
| 43 | 51 | TIPTI | 5156 | SERVICIOS LOGÍSTICOS |
| 50 | 52 | CORPORACIÓN EL ROSADO | 5141 | COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR |
| 63 | 53 | ALMACENES DE PRATI | 5126 | COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR |
| 75 | 54 | FARMAENLACE | 5125 | CADENAS DE FARMACIAS Y DISTRIBUIDORAS |
| 52 | 55 | DINERS CLUB | 5109 | FINANCIERO |
| 54 | 56 | UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS | 5104 | EDUCACIÓN |
| 55 | 57 | COLGATE PALMOLIVE | 5098 | ASEO Y COSMETICA |
| 60 | 58 | INDURAMA | 5044 | INDUSTRIAL |
| 71 | 59 | BANCO DEL PACIFICO | 5040 | FINANCIERO |
| 58 | 60 | BANCO BOLIVARIANO | 5027 | FINANCIERO |
| 79 | 61 | PYCCA | 5009 | COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR |
| 53 | 62 | KIMBERLY CLARK | 4949 | ASEO Y COSMETICA |
| 73 | 63 | REYBANPAC | 4941 | CONGLOMERADO/HOLDING |
| * | 64 | CITIBANK | 4940 | FINANCIERO |
| 57 | 65 | GRUPO BIMBO | 4888 | ALIMENTACIÓN |
| 51 | 66 | GENERAL MOTORS DEL ECUADOR | 4780 | AUTOMOTRIZ |
| 59 | 67 | UNIVERSIDAD ESPIRITU SANTO | 4733 | EDUCACIÓN |
| 88 | 68 | INDUSTRIAL PESQUERA SANTA PRISCILA | 4704 | PESCA Y ACUICULTURA. |
| 48 | 69 | ACERÍA DEL ECUADOR ADELCA | 4684 | MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN |
| 64 | 70 | MARATHON SPORTS | 4627 | COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR |
| 77 | 71 | PRIMAX | 4593 | PETRÓLEO COMBUSTIBLES |
| 67 | 72 | HOSPITAL METROPOLITANO | 4527 | SALUD Y CUIDADO MÉDICO |
| 66 | 73 | CONTINENTAL TIRE ANDINA | 4478 | INDUSTRIAL |
| * | 74 | CARTONES NACIONALES CARTOPEL | 4470 | INDUSTRIAL |
| 78 | 75 | CONECEL (CLARO) | 4467 | TELECOMUNICACIONES |
| 80 | 76 | LACTEOS SAN ANTONIO | 4464 | ALIMENTACIÓN |
| 68 | 77 | LA UNIVERSAL | 4433 | ALIMENTACIÓN |
| 91 | 78 | CASABACA | 4424 | AUTOMOTRIZ |
| 33 | 79 | ROCHE | 4410 | FARMACÉUTICO |
| 72 | 80 | DK MANAGEMENT | 4385 | INMOBILIARIO |
| 74 | 81 | AGRIPAC | 4334 | COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR |
| 96 | 82 | ALICORP | 4184 | ALIMENTACIÓN |
| 47 | 83 | SEGUROS EQUINOCCIAL | 4181 | ASEGURADORAS |
| 85 | 84 | CORPORACIÓN NOBOA | 4154 | CONGLOMERADO/HOLDING |
| * | 85 | CONFITECA | 4035 | ALIMENTACIÓN |
| * | 86 | BANCO PROCREDIT | 4027 | FINANCIERO |
| 61 | 87 | BAYER | 4023 | FARMACÉUTICO |
| * | 88 | IBM | 4017 | TECNOLOGÍA |
| 86 | 89 | PFIZER | 4009 | FARMACÉUTICO |
| 89 | 90 | SCHLUMBERGER SURENCO | 3997 | PETRÓLEO COMBUSTIBLES |
| * | 91 | QUALA | 3984 | COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR |
| * | 92 | VITAPRO | 3919 | PESCA Y ACUICULTURA. |
| 42 | 93 | AVIANCA | 3909 | TRANSPORTE AÉREO |
| 83 | 94 | MONDELEZ INTERNACIONAL | 3886 | ALIMENTACIÓN |
| 98 | 95 | TELCONET | 3703 | TELECOMUNICACIONES |
| * | 96 | HUMANA | 3491 | SALUD Y CUIDADO MÉDICO |
| * | 97 | BANCO DE LOJA | 3384 | FINANCIERO |
| 97 | 98 | OMARSA | 3327 | PESCA Y ACUICULTURA. |
| 99 | 99 | ALMACENES JUAN ELIJURI | 3284 | COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR |
| 94 | 100 | DIRECTV | 3000 | TELECOMUNICACIONES |

FUENTE: Análisis de Investigación (España) / Advance Consultora (Ecuador)

P

NUESTRO FUTURO NACIONAL
LO HACEMOS HOY

PROGRESO

Nuestro programa Siembra Por Contrato ha beneficiado a más de 2,000 agricultores del país, a través de capacitaciones técnicas, acceso a crédito, semilla certificada y tecnología.



Cervecería
Nacional



LAS EMPRESAS MÁS RESPONSABLES CON EL MEDIO AMBIENTE

| 2024 | EMPRESA |
|------|---|
| 1 | CORPORACIÓN FAVORITA |
| 2 | NESTLÉ |
| 3 | PACCARI |
| 4 | PRONACA |
| 5 | CERVECERÍA NACIONAL |
| 6 | HOLCIM |
| 7 | PRODUBANCO- GRUPO PROMERICA |
| 8 | MODERNA ALIMENTOS |
| 9 | GRUPO FUTURO |
| 10 | ALPINA PRODUCTOS ALIMENTICIOS |
| 11 | DIFARE |
| 12 | ARCA CONTINENTAL |
| 13 | NIRSA SA (ATÚN REAL) |
| 14 | COCA-COLA |
| 15 | GRUPO VILASECA |
| 16 | GRUPO ENTREGAS (FEDEX) |
| 17 | EL ORDEÑO |
| 18 | TESALIA CBC |
| 19 | FEMSA SALUD ECUADOR (CORPORACIÓN GPF) |
| 20 | INDUSTRIAS LACTEAS TONI |
| 21 | CORPORACIÓN QUIPORT (AEROPUERTO DE QUITO) |
| 22 | UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO |
| 23 | GRUPO KFC |
| 24 | NOVACERO |
| 25 | BANCO PICHINCHA |
| 26 | ARCGOLD DEL ECUADOR (MCDONALD ´S) |
| 27 | REPUBLICA DEL CACAO |
| 28 | KRUGER CORPORATION |
| 29 | TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS (TIA) S.A |
| 30 | LABORATORIOS BAGÓ DEL ECUADOR |
| 31 | YANBAL |
| 32 | CONSORCIO NOBIS |
| 33 | GRUPO INDUSTRIAL GRAIMAN |
| 34 | TOYOTA |
| 35 | DHL |
| 36 | UNILEVER ANDINA |
| 37 | ZURICH |
| 38 | LA FABRIL |
| 39 | COLGATE PALMOLIVE |
| 40 | DULCAFE (SWEET &COFFEE) |
| 41 | BANCO INTERNACIONAL |
| 42 | CITIBANK |
| 43 | PEPSICO |
| 44 | CARTONES NACIONALES CARTOPEL |
| 45 | LATAM |
| 46 | CORPORACIÓN SUPERIOR |
| 47 | INDURAMA |
| 48 | UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS |
| 49 | GRUPO DANEC |
| 50 | CHUBB |

LAS EMPRESAS MÁS RESPONSABLES EN EL ÁMBITO INTERNO, CLIENTES Y SOCIEDAD

| 2024 | EMPRESA |
|------|---|
| 1 | CORPORACIÓN FAVORITA |
| 2 | NESTLÉ |
| 3 | CERVECERÍA NACIONAL |
| 4 | PRODUBANCO- GRUPO PROMERICA |
| 5 | BANCO PICHINCHA |
| 6 | PRONACA |
| 7 | DIFARE |
| 8 | MODERNA ALIMENTOS |
| 9 | HOLCIM |
| 10 | CONSORCIO NOBIS |
| 11 | NIRSA SA (ATÚN REAL) |
| 12 | PACCARI |
| 13 | BANCO GUAYAQUIL |
| 14 | FEMSA SALUD ECUADOR (CORPORACIÓN GPF) |
| 15 | TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS (TIA) S.A |
| 16 | NOVACERO |
| 17 | ARCGOLD DEL ECUADOR (MCDONALD ´S) |
| 18 | ALPINA PRODUCTOS ALIMENTICIOS |
| 19 | LABORATORIOS BAGÓ DEL ECUADOR |
| 20 | COCA-COLA |
| 21 | UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO |
| 22 | GRUPO VILASECA |
| 23 | DHL |
| 24 | KRUGER CORPORATION |
| 25 | LA FABRIL |
| 26 | GRUPO FUTURO |
| 27 | GRUPO ENTREGAS (FEDEX) |
| 28 | ARCA CONTINENTAL |
| 29 | UNILEVER ANDINA |
| 30 | YANBAL |
| 31 | DULCAFE (SWEET &COFFEE) |
| 32 | CORPORACIÓN QUIPORT (AEROPUERTO DE QUITO) |
| 33 | INDUSTRIAS LACTEAS TONI |
| 34 | GRUPO KFC |
| 35 | BANCO INTERNACIONAL |
| 36 | PEPSICO |
| 37 | SALUDSA SISTEMA DE MEDICINA PREPAGADA |
| 38 | EL ORDEÑO |
| 39 | MOVISTAR (OTECEL) |
| 40 | TIPTI |
| 41 | GRUPO INDUSTRIAL GRAIMAN |
| 42 | GRUPO DANEC |
| 43 | LATAM |
| 44 | GRUPO FAMILIA / ESSITY ECUADOR |
| 45 | TESALIA CBC |
| 46 | FARMAENLACE |
| 47 | DINERS CLUB |
| 48 | ALMACENES DE PRATI |
| 49 | CORPORACIÓN EL ROSADO |
| 50 | ZURICH |



LAS EMPRESAS MÁS RESPONSABLES A NIVEL ÉTICO Y DE GOBERNANZA

| 2024 | EMPRESA |
|------|---|
| 1 | CORPORACIÓN FAVORITA |
| 2 | NESTLÉ |
| 3 | PRODUBANCO- GRUPO PROMERICA |
| 4 | CONSORCIO NOBIS |
| 5 | PRONACA |
| 6 | BANCO PICHINCHA |
| 7 | DIFARE |
| 8 | PACCARI |
| 9 | CERVECERÍA NACIONAL |
| 10 | HOLCIM |
| 11 | BANCO GUAYAQUIL |
| 12 | GRUPO FUTURO |
| 13 | NOVACERO |
| 14 | GRUPO ENTREGAS (FEDEX) |
| 15 | NIRSA SA (ATÚN REAL) |
| 16 | CORPORACIÓN QUIPORT (AEROPUERTO DE QUITO) |
| 17 | EL ORDEÑO |
| 18 | ARCGOLD DEL ECUADOR (MCDONALD ´S) |
| 19 | COCA-COLA |
| 20 | DULCAFE (SWEET &COFFEE) |
| 21 | ALPINA PRODUCTOS ALIMENTICIOS |
| 22 | BANCO INTERNACIONAL |
| 23 | TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS (TIA) S.A |
| 24 | UNILEVER ANDINA |
| 25 | LA FABRIL |
| 26 | FEMSA SALUD ECUADOR (CORPORACIÓN GPF) |
| 27 | MODERNA ALIMENTOS |
| 28 | GRUPO KFC |
| 29 | UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO |
| 30 | DHL |
| 31 | GRUPO VILASECA |
| 32 | ARCA CONTINENTAL |
| 33 | LABORATORIOS BAGÓ DEL ECUADOR |
| 34 | CHUBB |
| 35 | YANBAL |
| 36 | SALUDSA SISTEMA DE MEDICINA PREPAGADA |
| 37 | CITIBANK |
| 38 | REPUBLICA DEL CACAO |
| 39 | KRUGER CORPORATION |
| 40 | MOVISTAR (OTECEL) |
| 41 | ZURICH |
| 42 | INDUSTRIAS LACTEAS TONI |
| 43 | GRUPO DANEC |
| 44 | BANCO DEL PACIFICO |
| 45 | FARMAENLACE |
| 46 | TESALIA CBC |
| 47 | ALMACENES DE PRATI |
| 48 | BANCO BOLIVARIANO |
| 49 | PEPSICO |
| 50 | PYCCA |

Las líderes en responsabilidad

La segunda edición de Merco Responsabilidad ESG (Environmental, Social and Governance) muestra el interés de las empresas en mejorar sus prácticas e implementar más iniciativas. En los 10 primeros lugares, hay cambios de posiciones para constituirse en las líderes del selecto grupo de compañías responsables.

El ranking 2024 está liderado por Corporación Favorita, después de ascender una posición en relación a 2023.

La empresa, dedicada a la venta de productos de consumo masivo a través de cadenas como Supermaxi, Megamaxi, Akí y Kywi, inició en 2024 la operación de paneles solares en su centro de distribución en Amaguaña, parroquia rural de Quito.

El mismo año, obtuvo por segunda ocasión el sello de Empresa Segura otorgado por la GIZ, el cual certifica que la empresa es un espacio libre de acoso y trabaja para prevenir situaciones de violencia.

Estas prácticas se suman a otras iniciativas como la recuperación de residuos reciclables a través de sus puntos de acopio de residuos a nivel nacional.

Nestlé ocupa el segundo lugar en el ranking, después de haberlo liderado en 2023, y Produbanco aparece en el tercer puesto tras subir una posición. La empresa de alimentos lidera la iniciativa Plan Cacao, que apoya a agricultores, mientras que la institución financiera implementa acciones para mitigar el cambio climático y promover la ecoeficiencia en las operaciones.

Cervecería Nacional sube dos posiciones y alcanza en 2024 el quinto lugar, mientras que Grupo Difare debuta en el Top 10 tras escalar 10 posiciones.

EN EL RANKING 2024, HAY UN NUEVO LÍDER, Y OTRAS COMPAÑÍAS SUBEN POSICIONES.



TOP 10 EMPRESAS MÁS RESPONSABLES ESG

(Environmental, Social and Governance, por sus siglas en inglés)

| 2023 | 2024 | Empresa |
|------|------|-----------------------------|
| 2 | 1 | CORPORACIÓN FAVORITA |
| 1 | 2 | NESTLÉ |
| 4 | 3 | PRODUBANCO- GRUPO PROMERICA |
| 3 | 4 | PRONACA |
| 7 | 5 | CERVECERÍA NACIONAL |
| 8 | 6 | BANCO PICHINCHA |
| 5 | 7 | PACCARI |
| 6 | 8 | HOLCIM |
| 9 | 9 | CONSORCIO NOBIS |
| 20 | 10 | GRUPO DIFARE |



Grupo Danec

Inspirados en ti,
mejoramos vidas

CONSTRUIMOS UN FUTURO MEJOR PARA TODOS

Producir con responsabilidad es nuestro compromiso con las personas y el planeta. Cuidamos cada detalle, seguimos los mejores estándares y trabajamos con pasión para ofrecer calidad y sostenibilidad.



Grupo Danec

Danec



PDE



PDA



PDQ



MC

Hacia un futuro con menos contaminación

EL SECTOR PRIVADO REFUERZA SU COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE Y EL CAMBIO CLIMÁTICO. LAS EMPRESAS IMPLEMENTAN INICIATIVAS PARA REDUCIR SUS EMISIONES DE CO₂ Y OPTIMIZAR RECURSOS.



CORTESÍA FUNDACIÓN FUTURO - ESTEFANÍA BRAVO

» Con los inventarios de carbono de Grupo Futuro, se fortalece a las comunidades locales.

Impacto corporativo

INVENTARIOS ANUALES DE EMISIONES DE CARBONO Y PRÁCTICAS DE ECONOMÍA CIRCULAR SE IMPLEMENTAN EN GRUPO FUTURO.

Grupo Futuro ha desarrollado iniciativas de sostenibilidad a través del Comité de Sostenibilidad del holding y la Fundación Futuro.

Entre las empresas que conforman el conglomerado están Metropolitan Touring, Veris, Saludsá, Seguros Equinoccial y Mundo Motriz.

El holding señala que una de las acciones es el Programa de Carbono. Con esta, las empresas del grupo realizan inventarios anuales de emisiones de carbono y mitigan su huella.

Las empresas del grupo implementaron en 2024 estrategias de reducción de emisiones.

EL holding también implementa la economía circular. Mundo Motriz, una de sus empresas, ha reducido su impacto ambiental en servicios de reparación automotriz con principios circulares.

A estas iniciativas se suma una futura minga específica en el biocorredor del Chaquiñán en Puenbo, con acciones enfocadas en restauración ecológica y creación artística comunitaria, dentro del programa Voluntariado Corporativo.

Grupo Futuro también implementará este año un proyecto transversal para reforzar su cultura corporativa integrando sólidamente la sostenibilidad y la integración de prácticas sostenibles en todas las decisiones empresariales.



Nos apasiona
la salud y la vida



Te invitamos a ver
nuestra Memoria de
Sostenibilidad

La empresa de seguros Zurich impulsa iniciativas para reducir el impacto de sus actividades (desde el edificio que ocupa hasta el transporte que usa). Paralelamente, impulsa programas ambientales.

Para combatir los efectos del cambio climático, Zurich forma parte, desde 2018, del Acuerdo de París, y todas las unidades de negocio a nivel global se comprometieron a reducir el 80 % del impacto generado por las operaciones.

En Zurich Ecuador, se logró reducir el impacto en el planeta en un 78 % en cinco años, pasando de 1.446 toneladas de CO2 equivalente en 2019 a 316 toneladas de CO2 equivalente en 2024.

Para alcanzar esa disminución de CO2, la empresa lideró algunas acciones, como la transición del 50 % de la flota de vehículos a modelos híbridos o eléctricos. Con esta iniciativa, se redujo las emisiones generadas por la flota vehicular en un 74 %.

Además, la sede central de la compañía se encuentra un edificio con certificación LEED Platino, que garantiza estándares de eficiencia energética y sostenibilidad.

Zurich también ha adquirido certificados de compensación

energética para mitigar su impacto ambiental y ha logrado reducir

el 97%
del consumo de papel en sus actividades.

Cynthia Dueñas, gerente de Oficina del Cliente de Zurich Seguros Ecuador, explica que el compromiso de Zurich Ecuador con la comunidad y el planeta se materializa a través de diversos proyectos alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Entre estos proyectos menciona *Guar-*

Compromiso casa adentro

ZURICH ECUADOR IMPLEMENTA ACCIONES PARA REDUCIR EL IMPACTO DE SUS ACTIVIDADES, PRINCIPALMENTE LAS EMISIONES CO2. ADEMÁS, TRABAJA CON ORGANIZACIONES EN DISTINTOS PROGRAMAS.



>> Entre los programas de la empresa, se encuentra la plantación de especies nativas en los páramos de Mojanda y Cotopaxi.

dianes del Viento, un programa impulsado desde hace tres años para recuperar los páramos del Ecuador y asegurar así la generación de agua.

Además, en conjunto con la Fundación Ecuatoriana para la Investigación y Recuperación de las Aves y sus Hábitats, colaboradores de Zurich han plantado cerca de 7.000 especies nativas en los páramos de Mojanda y Cotopaxi.

La empresa también ha trabajado para generar resiliencia frente a las inundaciones en territorios históricamente vulnerables a esta problemática. “Junto a nuestro aliado, Plan International, intervenimos en 23 comunidades entre Portoviejo (Manabí) y Guayaquil (Guayas), fortaleciendo las capacidades de los ciudadanos para responder adecuadamente ante situaciones de riesgo natural”, explica Dueñas.

GRUPO
FUTURO

Conoce más sobre nosotros

Construimos presentes con futuro

Promovemos **diversidad de talentos**, compartimos **valores** y una **visión** en común hacia el **futuro**. Creamos **proyectos exitosos** con **pasión** y **esfuerzo**, gracias a una **comunidad** inspirada en la **excelencia**.

R.A.Í.C.E.S
· Responsables · Apasionados · Íntegros
· Creativos · Buscadores de Excelencia · Sostenibles

Logos of partner companies: TECNI SEGUROS, SEGUROS EQUINOCCIAL, Saludsa, veris, METROPOLITAN TOURING, Casa Gangotena, mashpi ECUADOR, FINCH BAY GALAPAGOS HOTEL, HORTIFRUIT, ENER CITY, Senti, CENTRO LOGÍSTICO FUTURO, itulpark, motriz.

Necesidad urgente: ambiente y biodiversidad en el sector privado



>> JULIÁN PÉREZ CORREA
DOCENTE INVESTIGADOR
DE LA ESPOL

Para Ecuador, combinar progreso económico con conservación ambiental es más que una aspiración: es una necesidad urgente. Nuestro país, reconocido mundialmente por su extraordinaria biodiversidad y ecosistemas únicos, enfrenta amenazas ambientales profundas que requieren acciones concretas, especialmente desde el sector privado.

Ecuador posee bosques tropicales, páramos, manglares y humedales que son esenciales no solo por su belleza, sino por los servicios ecosistémicos vitales que brindan. Estos ecosistemas regulan el clima, conservan el agua que bebemos, purifican el aire y sostienen actividades agrícolas tradicionales y medicina ancestral. Además, nuestra biodiversidad tiene un enorme potencial en biotecnología, farmacología y agroindustria. La degradación ambiental implicaría pérdidas irreparables en conocimiento científico, oportunidades económicas y bienestar social.

Actualmente, Ecuador afronta desafíos ambientales complejos como la deforestación acelerada debido al crecimiento urbano, agrícola y la extracción de recursos naturales. Esta situación está debilitando la capacidad natural de nuestros bosques para absorber carbono (menos árboles = menos fotosíntesis = menos carbono cap-

turado), agravando el cambio climático. Asimismo, la contaminación de ríos y lagos por vertidos industriales y mala gestión de residuos amenaza la salud y supervivencia de numerosas comunidades.

Las áreas costeras y marinas tampoco escapan a esta problemática. El desarrollo turístico desordenado y una pesca poco regulada degradan hábitats críticos para la vida marina, impactando negativamente ecosistemas sensibles. Además, actividades extractivas como la explotación petrolera en regiones vulnerables han causado controversias por su impacto en comunidades indígenas y locales, afectando gravemente el entorno.

Para enfrentar estos desafíos es indispensable una visión integral que considere la interconexión ecológica, social y económica. El sector privado tiene el poder y la responsabilidad de adoptar prácticas sostenibles que reduzcan estos impactos. Sin embargo, es vital evitar el "greenwashing", estrategia en la que algunas empresas proyectan imagen y mensajes ambientales positivos sin acciones reales. En Ecuador, esta práctica engañosa: distorsiona la percepción pública, y lleva a decisiones de inversión. Algunos casos locales han mostrado cómo la promoción de imágenes "verdes" se utiliza para tapar procesos contaminantes o prácticas de explotación irresponsable de recursos naturales. Esta estrategia de marketing superficial debe ser eliminada de nuestro país.

Es crucial que las compañías ecuatorianas asuman un compromiso genuino hacia la sostenibilidad ambiental. Esto implica implementar auditorías ambientales inde-

pendientes, certificaciones internacionales y planes continuos de mejora ambiental abiertos al escrutinio público. Solamente con transparencia y acciones verificables se puede construir una economía basada en principios éticos y sostenibles.

Exhorto a empresarios y líderes del sector privado a dar un paso adelante, invirtiendo en innovación ambiental y adoptando una actitud responsable frente al ambiente. Cada decisión estratégica y cada inversión en tecnología limpia contribuye directamente a regenerar y proteger nuestro patrimonio natural. Las empresas deben establecer metas claras, transparentes y medibles en sostenibilidad, integrando a las comunidades y expertos en todas las etapas del proceso.

Debemos comprender que cuidar nuestro ambiente y biodiversidad no es un costo, sino una inversión estratégica en el futuro. Adoptar prácticas sostenibles no solo garantiza la preservación de nuestros recursos naturales, sino que también incrementa la competitividad empresarial y la resiliencia económica.

Hay que entender que la protección del ambiente y la biodiversidad no es un costo adicional, sino una inversión en el futuro. Adoptar prácticas sostenibles es sinónimo de competitividad y resiliencia, garantizando que el crecimiento económico se alinee con el bienestar del planeta. Construyamos juntos un Ecuador en el que la prosperidad y la naturaleza coexistan en armonía, dejando un legado de compromiso y visión para las próximas generaciones. El reto es grande, pero ¡la oportunidad de proteger el ambiente y la biodiversidad es aún mayor!



Crecen las personas, crece Ecuador, crecemos todos



En NIRSA, creemos que el crecimiento es el resultado de un trabajo conjunto y una visión compartida.

Por eso, impulsamos iniciativas sostenibles que generan un impacto positivo en el país, fortaleciendo la economía, protegiendo el ambiente y promoviendo el bienestar de las personas. Este compromiso se ve reflejado en el **Ranking Merco ESG 2024**, reafirmando nuestro propósito de construir un futuro sostenible para todos.



Un camino a la igualdad y la responsabilidad social

CON ACCIONES CONCRETAS, LAS EMPRESAS ABANDERAN LA RESPONSABILIDAD CON SUS EMPLEADOS, LA INCLUSIÓN DE MUJERES EN CARGOS DIRECTIVOS O ROLES TRADICIONALMENTE MASCULINOS, Y LA CONTRIBUCIÓN A LA COMUNIDAD.



CORTESÍA

I

» La compañía ha promovido que las mujeres ocupen roles tradicionalmente masculinos, como la supervisión de talleres.

Con la mirada en la gente

NIRSA PROMUEVE EL CRECIMIENTO PROFESIONAL DE SU PERSONAL Y PARTICIPA EN PROGRAMAS SOCIALES.

Ga empresa pesquera Nirsa impulsa iniciativas sociales enfocada en educación, inclusión y nutrición.

Internamente, la compañía promueve el crecimiento del personal mediante becas de bachillerato y tercer nivel; asimismo, programas de capacitación y desarrollo profesional.

La formación educativa se extiende también a los habitantes de Posorja, El Morro y Puná, localidades en que la empresa cumple actividades productivas. En colaboración con la ESPOL, celebró recientemente la culminación del primer ciclo académico de la carrera gratuita de Tecnología Superior en Mecatrónica Modalidad Dual.

La empresa también ha puesto el foco en la equidad de género. Desde 2021, cuenta con el Comité de Género, cuyo propósito es visibilizar y eliminar posibles prácticas discriminatorias y de violencia de género en su entorno laboral.

Además, ha promovido que las mujeres ocupen roles tradicionalmente masculinos, como la supervisión de talleres mecánicos y eléctricos, y el manejo de montacargas.

Además de las iniciativas de educación e inclusión, la empresa apunta a temas sociales como la nutrición. En colaboración con el Banco de Alimentos Diakonía, Nirsa ha contribuido al proyecto *Kilos de Amor*, que ofrece almuerzos a niños en situación de vulnerabilidad en Guayaquil. El año pasado, se sirvieron más de 400.000 platos, beneficiando a 3.800 niños y niñas.

Además, renovó el convenio con la Fundación REDNI para combatir la desnutrición infantil, apoyando a 64 madres gestantes en situación de vulnerabilidad en las localidades de Playas y Posorja.



80

años junto a ti

Cuidando el presente,
creando el futuro.



**LA PRIMERA EMPRESA CARBONO NEUTRO
EN LA INDUSTRIA DE LIMPIEZA EN ECUADOR**

**Cada vez que eliges uno de nuestros productos,
estás eligiendo innovación y un compromiso con el planeta.**



MISTY
FRAGRANCIAS QUE INSPIRAN

Visítanos en:  **jaboneriawilson**

Jabonería Wilson S.A., Industria Ecuatoriana
Calacalí - Ecuador, Telf.: (593-2) 230 6155. www.jaboneriawilson.com

Sanas acciones para la comunidad

Grupo Difare implementa iniciativas enfocadas en áreas como la salud, la igualdad de oportunidades, la educación y el trabajo. “Estas acciones reflejan nuestro compromiso continuo y a largo plazo con la sostenibilidad, señala Sylvia Banda, gerenta de Comunicación y Responsabilidad Social Corporativa de la empresa.

Entre las acciones se encuentran el banco de medicinas Vita Sanus, creado por una alianza entre Grupo Difare y Diakonía hace 10 años. Vita Sanus ha implementado campañas de prevención, jornadas de vacunación y actividades comunitarias enfocadas en la gestión de enfermedades de las que se han beneficiado más de 160.000 personas, incluyendo mujeres embarazadas, niños, personas con discapacidades, adultos mayores y personas en situación de calle.

La empresa lidera, además, el programa Mentoring GD, un sistema de mentorías junto a Plan Internacional. Esta iniciati-

UN BANCO DE MEDICINAS, CAMPAÑAS DE PREVENCIÓN Y VACUNACIÓN, Y MENTORÍAS PARA MUJERES JÓVENES, SON LAS INICIATIVAS DE GRUPO DIFARE.

va contribuye al bienestar integral, salud mental, emocional y social de mujeres jóvenes que buscan transformar sus vidas y aportar a sus comunidades, explica Banda. Más de 1.600 mujeres jóvenes han participado directa o indirectamente. Además, el 55% de las participantes directas han dado un paso importante hacia su futuro, continuando sus estudios superiores o ingresando al mercado laboral.

Grupo Difare también implementa el programa social Formación Dual - Retail Farmacéutico GD, un espacio que promue-

ve la preparación profesional e integración socioeconómica de personas de acogida. Con este programa, los participantes aumentan sus posibilidades de inserción laboral en el sector farmacéutico y otros relacionados con el retail, ventas o servicios.

Para 2025, Banda precisa que la empresa consolidará y expandirá las iniciativas, y así incrementar la cantidad de personas beneficiadas y en la mejora de los índices en los ámbitos de salud, inserción laboral, educación de calidad.

Además, la empresa tiene previsto desarrollar nuevas iniciativas. Banda menciona que en el área logística de Difare S.A., una de las empresas del grupo, se implementará un programa para mujeres con el objetivo de impulsar su desarrollo profesional y ampliar sus oportunidades laborales en este sector.

» Grupo Difare implementa el programa social Formación Dual - Retail Farmacéutico GD, un espacio que promueve la preparación profesional e integración socioeconómica de personas de acogida.



LABORATORIOS BAGÓ DEL ECUADOR IMPLEMENTA PRÁCTICAS PARA SUS EMPLEADOS, PROVEEDORES Y PERSONAS EN SITUACIÓN DE VULNERABILIDAD

Iniciativas con impacto tangible

Diversidad, salud mental y voluntariado son parte de las prácticas de Laboratorios Bagó del Ecuador enfocadas en sus colaboradores, clientes y la sociedad.

Una de ellas es Bagó Diverso, un programa interno de diversidad, equidad e inclusión (DEI) que aborda temas de género, generaciones, discapacidades y culturas.

Otras iniciativas son Escuela de Proveedores, un espacio de formación donde la empresa comparte buenas prácticas en sostenibilidad, equidad e inclusión con sus aliados estratégicos, y Día de la Salud Mental, un foro para hablar de los desafíos en este campo.

Además, un club de Voluntariado, una carrera inclusiva para recaudar fondos para

personas en situación de vulnerabilidad y charlas de nutrición.

Valeria Andrade, jefe de Comunicación Externa y Sostenibilidad en Laboratorios Bagó del Ecuador, señala que el 2024 fue un año de avances significativos en sus iniciativas sociales. Menciona que se logró capacitar al 95% de sus colaboradores a través de la escuela de diversidad y, además, se evaluó a los proveedores con criterios de derechos humanos y sostenibilidad.

Andrade también destaca que actualmente el 85% de los cargos gerenciales están ocupados por mujeres.

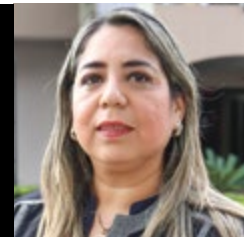
En cuanto a voluntariado, la empresa donó alrededor de \$115.000 a distintas fundaciones del país en 2024.

“Para este año, en Laboratorios Bagó continuamos fortaleciendo nuestro compromiso con la sostenibilidad y el impacto positivo en la sociedad. Internamente, estamos alineando los comportamientos de liderazgo con nuestro nuevo código B-Move, un modelo que refuerza nuestros valores y la forma en que trabajamos para generar un entorno más colaborativo, inclusivo y orientado al impacto”, señala Valeria Andrade.

La empresa también está rediseñando la experiencia con sus clientes, tanto internos como externos. “Queremos que cada punto de contacto con Bagó refleje nuestra visión de sostenibilidad y excelencia, generando relaciones más sólidas y experiencias diferenciadoras”.

» Bagó Diverso es un programa interno de diversidad, equidad e inclusión que aborda temas de género, generaciones, discapacidades y culturas.





>> **EC. PAOLA FREIJAM.**
MGS, MBA, ESPECIALISTA EN SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
DIRECTORA DE PROGRAMAS DE MAESTRIAS – FACULTAD DE POSTGRADO DE UES

Es común que, erróneamente, en el mundo empresarial aún se vincule el término sostenibilidad únicamente a cuestiones ambientales. Sin embargo, esta visión ha evolucionado aceleradamente y en Ecuador es necesario tomar mayor conciencia sobre la responsabilidad social corporativa, ya que la globalización, los avances en la transformación digital, la inteligencia artificial y la Industria 4.0, sumados a las crecientes exigencias de los consumidores, han redefinido el papel de las organizaciones.

Las empresas no solo deben preocuparse por su impacto ecológico, sino asumir un compromiso con la sociedad y sus grupos de interés, gestionando de manera responsable las consecuencias que generen sus operaciones. Un enfoque útil para estructurar este compromiso es el ESG (criterios ambientales, sociales y de gobernanza), el cual garantiza que dentro de las decisiones empresariales se consideren no solo los aspectos financieros, sino también el bienestar de empleados, clientes y comunidades. Incorporar este modelo en la estrategia corporativa tiene un valor agregado, pues fortalece la reputación y asegura la viabilidad a largo plazo de las organizaciones.

Diversos enfoques conceptuales han demostrado la importancia de integrar la sostenibilidad en la estrategia empresarial. Freeman (1984), con su teoría de los stakeholders, enfatiza que las organizaciones deben responder a todos los grupos con los que interactúan, y no solo centrarse en los accionistas. Porter y Kramer (2011) refuerzan esta visión con su modelo de valor compartido, resaltando que el impacto social no solo es una responsabilidad ética, sino también una ventaja competitiva. Estas perspectivas han consoli-

Protección social: clave en la sostenibilidad

dado la idea de que generar un impacto positivo en la sociedad no solo fortalece la reputación corporativa, sino que también contribuye a la rentabilidad y sostenibilidad del negocio.

Para visibilizar los avances en este tipo de enfoques, se han desarrollado diversos rankings que evalúan la responsabilidad empresarial. Uno de los más completos es el ranking Merco de Responsabilidad ESG, que reconoce a las empresas con mejor reputación en sostenibilidad, transparencia y compromiso social. Su mayor aporte no es únicamente el reconocimiento público, sino el hecho de que este tipo de mediciones reflejan el creciente interés de consumidores e inversionistas por modelos de negocio que logren equilibrar rentabilidad con impacto social.

Frente a este cambio de entorno, las empresas, sobre todo en el sector privado, deben asumir el reto de transformar la protección social en un pilar fundamental dentro de su modelo de negocio. Este proceso puede comenzar internamente, con sus propios colaboradores, generando condiciones laborales justas, programas de bienestar integral y planes de desarrollo profesional. Luego, debe extenderse a la relación con los clientes, asegurando prácticas comerciales éticas, información transparente y el desarrollo de productos responsables. Finalmente, la protección social también debe reflejarse en la interacción con el entorno, impulsando iniciativas que promuevan la equidad, el acceso a la educación y la

mejora en la calidad de vida en las comunidades cercanas a sus operaciones.

Las organizaciones que han logrado integrar la sostenibilidad en su cultura, filosofía y ADN han demostrado que pueden ser rentables y, a la vez, generar un impacto positivo en la sociedad. De hecho, algunas han contribuido activamente al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). No obstante, aún queda mucho por hacer, ya que no basta con adoptar prácticas aisladas o cumplir con las normativas básicas, es necesario que la protección social esté integrada en la estructura organizacional, lo que se puede lograr mediante políticas de equidad, la formación continua del talento humano, la adaptación de modelos de negocio que prioricen el bienestar de los clientes y la transparencia en la toma de decisiones.

El gran desafío del sector privado consiste en generar un cambio estructural, adoptando un enfoque estratégico en el que la sostenibilidad no sea solo un área de responsabilidad social, sino un pilar transversal en todas sus operaciones. Tanto la ética como la responsabilidad social no son modas pasajeras, sino principios sobre los cuales se puede construir un futuro empresarial sólido, competitivo y sostenible. La pregunta ya no es si las compañías deben involucrarse en la protección social, sino cómo pueden hacerlo de manera eficiente y sostenible. Aquellas que logren responder a este reto no solo asegurarán su permanencia en el mercado a largo plazo, sino que también contribuirán a construir sociedades más equitativas y resilientes.

I

P



NESCUELITA

Espacio único y gratuito de aprendizaje en donde niños en edad escolar entre 6 y 12 años aprenden sobre hábitos saludables de manera divertida, explorando temas como el origen de los alimentos, nutrición, reciclaje, cocina y la importancia de la actividad física y la hidratación. Nuestro alcance para 2025 será de 1,500 niños.

NESCUELITA

S O M O S

PARTE DE TU HISTORIA



CIRCULARIDAD

Vamos más allá de la sostenibilidad, ayudamos a proteger, renovar y restaurar ecosistemas, poniendo a las personas en el centro de nuestras decisiones. La Iniciativa RE: Re.Pensar, Re.Ducir y Re.Ciclar, son valiosos ejemplos de nuestro impacto positivo en las personas, el ambiente y la economía.

MÁS QUE SOSTENIBILIDAD
re.generación

70 años



Nestlé Ecuador



INICIATIVA POR LOS JÓVENES

La Iniciativa por los Jóvenes refleja el compromiso de Nestlé con las nuevas generaciones, impulsando empleo, emprendimiento y agroemprendimiento. Desde 2015, hemos beneficiado a más de 273,000 jóvenes con oportunidades laborales, pasantías, formación dual y mentorías.

needs YOUth

La responsabilidad desde casa

LAS COMPAÑÍAS DEMUESTRAN SU COMPROMISO POR EL COMPORTAMIENTO ÉTICO, TRANSPARENCIA Y CUMPLIMIENTO DE NORMATIVAS.



» La composición de la fuerza laboral de Grupo Entregas mantuvo un equilibrio con un 37% de mujeres y un 63% de hombres.

Una ruta a la equidad y eficiencia

LA EMPRESA DE LOGÍSTICA GRUPO ENTREGAS IMPULSA LA PARTICIPACIÓN EQUITATIVA DE GÉNERO EN NIVELES DIRECTIVOS Y EQUILIBRIO EN LA FUERZA LABORAL.

Grupe Entregas consolidó un modelo de gestión fundamentado en la equidad, la eficiencia operativa y la rendición de cuentas. La empresa de logística, que en Ecuador maneja la licencia de FedEx, destaca que de esta manera manifiesta su compromiso con la gobernanza corporativa.

La compañía indica que robusteció su estructura organizativa y promovió la participación equitativa de género en los niveles directivos, con un incremento en la representación femenina, que alcanzó un total de nueve mujeres en 2024.

Asimismo, la composición de la fuerza laboral mantuvo un equilibrio con un 37% de mujeres y un 63% de hombres, en concordancia con su política de responsabilidad social.

En el ámbito de la profesionalización del sector y el desarrollo de talento humano, Grupo Entregas consolidó su programa formativo a través de la *Escuela de Courier*, que experimentó un crecimiento del 21% en inscripciones, alcanzando 80 participantes en 2024 frente a los 66 registrados en 2023.

Internamente, la compañía intensificó sus programas de formación y capacitación, acumulando un total de 6.009 horas de formación, beneficiando a 340 colaboradores, lo que representó un aumento significativo respecto a los 292 capacitados en 2023.

Grupo Entregas resalta que en el año 2024 consolidó su liderazgo en la industria logística mediante una gestión institucional caracterizada por la transparencia, la ética empresarial y la sostenibilidad.

CORTESÍA

P

Certificación que impulsa un futuro más sostenible



ECUADOR CARBONO CERO
REDUCCIÓN

Mexichem Ecuador S.A (Plastigama Wavin) ha recibido la Certificación de Reducción de Huella de Carbono con alcance organizacional, reafirmando nuestro compromiso con el medio ambiente y un Ecuador más sostenible.



Calidad
ISO 9001



Medio Ambiente
ISO 14001



Seguridad y Salud
ISO 45001



Laboratorios
ISO/IEC 17025



Energía
ISO 50001



www.plastigamawavin.com

orbia

Building &
Infrastructure



CORTESÍA

Transparencia y comunicación

>> Produbanco destaca que cuenta con un robusto sistema de gobierno corporativo.

CUMPLIMIENTO NORMATIVO, PROTECCIÓN DE DATOS Y GESTIÓN ANTISOBORNO, SON ALGUNAS DE LAS INICIATIVAS DE PRODUBANCO EN GOBERNANZA.

Produbanco cuenta con un robusto sistema de gobierno corporativo, destaca Jorge Alvarado, vicepresidente Legal, Compliance y Asuntos Corporativos de la institución financiera.

Este sistema de gobierno corporativo, agrega el directivo, ha sido consolidado a través del refuerzo continuo de los principios de transparencia y comunicación, que fortalecen la institucionalidad del banco.

Entre las iniciativas de Produbanco en el ámbito de gobernanza se encuentran: **Cumplimiento normativo y Plan Es-**

tratégico: En 2024 el banco cumplió con todos los requerimientos normativos solicitados por los organismos de control y se implementó el Plan Estratégico 2024-2026, que incluye enfoques en diferentes frentes para seguir generando experiencias memorables para los clientes.

Evaluación y Capacitación del Directorio: La gestión del Directorio se evalúa constantemente. Además, han recibido capacitaciones sobre inteligencia artificial, sostenibilidad, fraudes, ciberdelincuencia y cumplimiento normativo.

Fortalecimiento del sistema de gestión de Protección de Datos Personales: Este programa está implementado en todas las líneas de interacción de los productos y servicios financieros, mediante la utilización de herramientas y políticas transversales a los procesos del banco.

Sistema de Gestión Antisoborno (SGAS): Se implementó un Sistema de

Gestión Antisoborno (SGAS) como un método de control y prevención de actos de soborno y corrupción, en los procesos con proveedores.

Igualdad de Género y Protocolos contra Violencia Laboral: Produbanco ha implementado mecanismos para promover la igualdad de género y la equidad salarial. También se han establecido protocolos de acción frente a denuncias de violencia y acoso laboral.

Certificación como Empresa B: Produbanco ha consolidado su liderazgo como el único banco privado certificado como Empresa B en Latinoamérica.

Desarrollo de la Taxonomía Verde: En colaboración con GreenLab, se desarrolló la Taxonomía Verde, que permite estandarizar los criterios de elegibilidad y reporte de proyectos verdes, asegurando que no generen impactos negativos en aspectos sociales o ambientales.



EL MEJOR CHOCOLATE para EL MUNDO



ethical consumer
#1 RANKING



>> MGTR. ANA MARÍA CORREA VACA
COORDINADORA DE
CARRERA - FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES
- UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA ECOTEC

Gobernanza ética: el nuevo estándar empresarial

En un contexto global marcado por desafíos económicos, sociales y ambientales, la ética ha dejado de ser un valor aspiracional para convertirse en un pilar fundamental de la estabilidad y sostenibilidad de las organizaciones. La ausencia de principios éticos ha generado irregularidades financieras, debilitando la confianza ciudadana en las instituciones y aumentando la incertidumbre en la sociedad. La pérdida de valores en diversos sectores resalta la necesidad urgente de formar líderes íntegros, capaces de tomar decisiones no solo rentables, sino también responsables con su entorno y sostenibles a largo plazo.

Frente a esta realidad, la formación de profesionales éticamente comprometidos se convierte en una tarea prioritaria. Desde la academia, es imperativo preparar a futuros líderes que no solo dominen conocimientos técnicos, sino que también actúen con integridad y fomenten prácticas que garanticen la transparencia y el respeto por los principios éticos. Sin embargo, la educación no es el único factor clave; la cultura organizacional también juega un papel fundamental en la consolidación de estos valores dentro de las empresas. Para que la ética trascienda el ámbito teórico y se refleje en la práctica, es necesario que las organizaciones adopten un enfoque estructural en su gestión.

Las empresas, como actores clave del desarrollo económico y social, tienen la responsabilidad de adoptar una conducta ética que oriente sus decisiones y relaciones con empleados, inversionistas, clientes y la comunidad en general. No basta con tener códigos de ética o declaraciones de valores; estos principios deben traducirse en acciones concretas que se reflejen en todos los niveles de la organización. La

transparencia, la equidad y la rendición de cuentas no solo fortalecen la reputación corporativa, sino que también generan confianza y aseguran la sostenibilidad del negocio.

La evidencia muestra que aquellas organizaciones que integran la ética en su modelo de gestión obtienen beneficios tangibles. De acuerdo con un estudio de Deloitte (2024), el mercado valora más a las empresas con una orientación hacia la sostenibilidad. Por cada 10 puntos que se incrementa el "ESG Score" de una compañía, su EV/EBITDA aumenta entre 0,4 y 0,7 puntos, lo que equivale a un crecimiento de entre el 2,7 % y el 4,7 % en su valoración. En sectores como el de servicios, este impacto es aún mayor, con incrementos de hasta el 6,6 %. Sin embargo, el lado opuesto también es evidente: las empresas que descuidan la ética pueden ver caer su valoración bursátil y perder la confianza de los inversionistas. Esto demuestra que actuar con responsabilidad no solo es una exigencia moral, sino también una estrategia clave para la estabilidad y el crecimiento empresarial.

Ignorar la ética en la toma de decisiones tiene costos elevados. No solo afecta la credibilidad ante consumidores e inversionistas, sino que compromete la sostenibilidad de la empresa.

Por otro lado, las compañías que hacen de la ética su principio rector consolidan su liderazgo y fortalecen su competitividad. En Ecuador, empresas como Corporación Favorita, Nestlé, Pronaca, Cervecería Nacional y Produbanco-Grupo Promérica, entre otras, han sido destacadas en el Ranking Merco Empresas Ecuador 2024 por

su sólida reputación corporativa (Merco, 2024). Estas organizaciones implementan prácticas como la independencia en los consejos de administración, la publicación de información financiera transparente y la adopción de mecanismos de control interno efectivos. Cuando la ética es parte del ADN corporativo, se forjan relaciones duraderas con clientes, proveedores e inversionistas, asegurando la resiliencia ante los desafíos del mercado.

La rentabilidad y la responsabilidad no son
conceptos opuestos,

sino dos caras de la
misma moneda en
la construcción de
modelos empresariales
exitosos.

La pregunta que queda por responder es: ¿están las empresas preparadas para asumir este desafío? La evidencia respalda que aquellas que lo hacen obtienen mejores resultados a largo plazo. En un escenario donde la sostenibilidad ya no es una opción, sino un requisito, la diferencia entre el éxito y el fracaso radica en la capacidad de las organizaciones para alinearse con estos principios y actuar con responsabilidad desde hoy. La ética empresarial no solo es el nuevo estándar, sino la base sobre la cual se construirá el futuro de los negocios y la sociedad en su conjunto.

EL PAÍS CRECE CUANDO SUMAMOS JUNTOS

Sumar Juntos es una iniciativa de Banco Pichincha para llevar agua a comunidades rurales del país, mejorando su calidad de vida. Empezamos con 14 sistemas de agua potable que han beneficiado, hasta ahora, a más de 5.000 personas en todo el país.



BANCO
PICHINCHA

SUMAR
JUNTOS

Rankings sectoriales

ALIMENTACIÓN

| 2024 | Empresa |
|------|-------------------------------|
| 1 | NESTLÉ |
| 2 | PRONACA |
| 3 | PACCARI |
| 4 | NIRSA SA (ATÚN REAL) |
| 5 | MODERNA ALIMENTOS |
| 6 | ALPINA PRODUCTOS ALIMENTICIOS |
| 7 | LA FABRIL |
| 8 | EL ORDEÑO |
| 9 | INDUSTRIAS LACTEAS TONI |
| 10 | GRUPO DANEC |

ASEGURADORAS

| 2024 | Empresa |
|------|---------------------|
| 1 | ZURICH |
| 2 | CHUBB |
| 3 | SEGUROS EQUINOCCIAL |

ASEO Y COSMÉTICA

| 2024 | Empresa |
|------|-----------------------|
| 1 | UNILEVER ANDINA |
| 2 | YANBAL |
| 3 | NATURA ECUADOR (AVON) |
| 4 | COLGATE PALMOLIVE |
| 5 | KIMBERLY CLARK |

AUTOMOTRIZ

| 2024 | Empresa |
|------|----------------------------|
| 1 | TOYOTA |
| 2 | GENERAL MOTORS DEL ECUADOR |
| 3 | CASABACA |

BEBIDAS

| 2024 | Empresa |
|------|---------------------|
| 1 | CERVECERÍA NACIONAL |
| 2 | COCA-COLA |
| 3 | ARCA CONTINENTAL |
| 4 | TESALIA CBC |

CADENAS DE FARMACIAS Y DISTRIBUIDORAS

| 2024 | Empresa |
|------|-----------------------------|
| 1 | GRUPO DIFARE |
| 2 | CORPORACIÓN GPF-FEMSA Salud |
| 3 | FARMAENLACE |

COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR

| 2024 | Empresa |
|------|--|
| 1 | CORPORACIÓN FAVORITA |
| 2 | TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS (TIA) S.A |
| 3 | CORPORACIÓN EL ROSADO |
| 4 | ALMACENES DE PRATI |
| 5 | PYCCA |
| 6 | MARATHON SPORTS |
| 7 | AGRIPAC |
| 8 | QUALA |
| 9 | ALMACENES JUAN ELJURI |

CONGLOMERADO / HOLDING

| 2024 | Empresa |
|------|-------------------|
| 1 | CONSORCIO NOBIS |
| 2 | GRUPO FUTURO |
| 3 | GRUPO VILASECA |
| 4 | REYBANPAC |
| 5 | CORPORACIÓN NOBOA |



SERVICIOS LOGÍSTICOS

| 2024 | Empresa |
|------|------------------------|
| 1 | GRUPO ENTREGAS (FEDEX) |
| 2 | DHL |
| 3 | TIPTI |

TRANSPORTE AÉREO

| 2024 | Empresa |
|------|---------|
| 1 | LATAM |
| 2 | AVIANCA |

MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

| 2024 | Empresa |
|------|---------------------------|
| 1 | HOLCIM |
| 2 | NOVACERO |
| 3 | GRUPO INDUSTRIAL GRAIMAN |
| 4 | ACERÍA DEL ECUADOR ADELCA |

FARMACÉUTICO

| 2024 | Empresa |
|------|-------------------------------|
| 1 | LABORATORIOS BAGÓ DEL ECUADOR |
| 2 | ROCHE |
| 3 | BAYER |
| 4 | PFIZER |

FINANCIERO

| 2024 | Empresa |
|------|-----------------------------|
| 1 | PRODUBANCO- GRUPO PROMERICA |
| 2 | BANCO PICHINCHA |
| 3 | BANCO GUAYAQUIL |
| 4 | BANCO INTERNACIONAL |
| 5 | DINERS CLUB |
| 6 | BANCO DEL PACIFICO |
| 7 | BANCO BOLIVARIANO |
| 8 | CITIBANK |
| 9 | BANCO PROCREDIT |
| 10 | BANCO DE LOJA |

INDUSTRIAL

| 2024 | Empresa |
|------|--------------------------------|
| 1 | GRUPO FAMILIA / ESSITY ECUADOR |
| 2 | INDURAMA |
| 3 | CONTINENTAL TIRE ANDINA |
| 4 | CARTONES NACIONALES CARTOPEL |



47 años
nutriendo vidas
y cultivando bienestar



Comprometidos con la
sostenibilidad y la más alta
calidad en cada paso



Somos Una Elección **RESPONSABLE** »
Consulta nuestra memoria de sostenibilidad **AQUÍ**



Cimientos para un mejor futuro

EL SECTOR CONSTRUCCIÓN IMPLEMENTA ACCIONES COMO ECONOMÍA CIRCULAR, MATERIALES INNOVADORES Y TECNOLOGÍA.

Las empresas del sector construcción fortalecen desde sus cimientos las prácticas en sus actividades. Cementeras, acerías, fabricantes de tuberías y más implementan acciones como la utilización de materiales recicla-

bles y renovables, economía circular, y el uso eficiente de la energía y el agua. Además, estándares de seguridad, políticas de inclusión en el sector y medidas preventivas y de salud ocupacional. Que las empresas responsables de los materiales de construcción actúen con iniciativas sostenibles es clave, pues el impacto que una casa, complejos habitacionales o edificios tienen en el medioambiente se remontan desde su construcción. Incluso desde el momento en que extraen los materiales necesarios para una construcción, comienza el impacto en el

medioambiente. Las actividades como el transporte de estos materiales también deben garantizar un uso responsable de las materias primas y de la energía.

Materiales innovadores Los elementos reciclados, ecológicos y tecnologías como el hormigón bajo en carbono y la madera certificada están cada vez más presentes en el sector construcción. Esta oferta constituye un valor agregado a los materiales en momentos en que las empresas optan por ser más responsables en temas ambientales.

Además, depende de los mercados, hay regulaciones más estrictas.

Importancia de las certificaciones Con certificaciones ambientales, las empresas del sector de construcción tienen un sello para sobresalir. Contar con certificaciones ambientales y normativas ISO es crucial para garantizar que los materiales y procesos utilizados en la construcción sean sostenibles.

Seguridad laboral Las condiciones de empleo de los trabajadores de las empresas del sector construcción también entran en las prácticas de responsabilidad ESG. Además de la obligación de cumplir con políticas laborales, la tecnología entra como un aliado: cascos inteligentes, exoesqueletos y sensores portátiles disminuyen riesgos en las actividades y, además, aumentan la productividad.



Zurich Seguros Ecuador impulsa la sostenibilidad como parte de su ADN

Construimos juntos un futuro mejor, protegiendo el esfuerzo de los ecuatorianos

Para la estrategia corporativa de Zurich Seguros en Ecuador, la sostenibilidad no es una simple adenda, sino el hilo conductor que entrelaza cada estrategia y acción. La visión de la compañía trasciende la mera protección de bienes materiales, abrazando un compromiso holístico con el bienestar de la sociedad y la salud del planeta. Esta filosofía, arraigada en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), se manifiesta en un esfuerzo continuo por construir un legado de prosperidad compartida.

En un mundo donde los desafíos ambientales y sociales son cada vez más apremiantes, Zurich Seguros se constituye en un faro de responsabilidad, demostrando que el éxito empresarial puede y debe ir de la mano con el cuidado del entorno y el apoyo a las comunidades.

La sostenibilidad se palpa en cada aspecto de las operaciones de Zurich. La compañía ha implementado un riguroso sistema de monitoreo y reducción de su huella de carbono, optimizando los viajes de negocio y apostando por una flota vehicular híbrida y eléctrica. La digitalización y la gestión eficiente de recursos han permitido reducir drásticamente el consumo de papel, minimizando el impacto ambiental de sus oficinas. Además, la alianza con ReciVeci fortalece su compromiso con la economía circular, fomentando el reciclaje y la gestión responsable de residuos.

Pero el compromiso de la compañía trasciende las fronteras de sus instalaciones. La aseguradora se ha convertido en un actor clave en la promoción del desarrollo sostenible en Ecuador, impulsando proyectos que abordan desafíos cruciales como el cambio climático, la educación y la salud. A través de alianzas estratégicas con fundaciones, Zurich Seguros apoya iniciativas que mejoran la calidad de vida de poblaciones vulnerables, desde la lucha contra el cáncer hasta la provisión de apoyo psicopedagógico a familias en riesgo.

Las campañas de reforestación y los "Reciclatones" movilizan a empleados y familias, fomentando una cultura de responsabilidad ambiental y empoderando a la comunidad para ser parte del cambio. El voluntariado corporativo se ha consolidado como una poderosa herramienta de transformación social, con cientos de "Zurichers" dedicando su tiempo y talento a causas nobles.

Zurich Seguros también lidera proyectos comunitarios de gran envergadura, como la mejora de la resiliencia ante inundaciones en zonas vulnerables, la transformación de escuelas en comunidades marginadas y la promoción de la salud mental entre los jóvenes. Estas iniciativas, alineadas con los ODS, generan un impacto positivo y duradero en la sociedad ecuatoriana.

En un mundo donde la incertidumbre y la complejidad son la norma, Zurich Seguros se consolida como un socio confiable y responsable, comprometido con la construcción de un futuro sostenible para todos. Su enfoque integral, que combina la excelencia empresarial con la responsabilidad social y ambiental, es un ejemplo inspirador de cómo las empresas pueden ser agentes de cambio positivo en la sociedad.



Economía circular y reducción de residuos

PLASTIGAMA REDUJO EN MÁS DEL 90% LOS DESECHOS ENVIADOS A RELLENOS SANITARIOS EN 2024.

Plastigama Wavin ha implementado prácticas de economía circular para minimizar las emisiones por sus actividades productivas. Desde 2020, la empresa realiza un análisis del ciclo de vida de sus productos en diversas plantas del grupo Orbia, al que pertenece. Con esta metodología, mide el impacto ambiental de cada producto y toma acciones para reducirlo.

En ese mismo año, implementó un programa de reducción de residuos en planta con el objetivo de minimizar los residuos generados en las operaciones.

La empresa redujo en más del 90 % los residuos enviados a rellenos sanitarios en 2024. Para lograrlo, se desarrollaron iniciativas de reciclaje para materiales aprovechables como empaques, pallets y chatarra, y se implementó una gestión de desechos compostables en conjunto con proveedores de alimentos. Además de acciones dentro de casa, la empresa también ofrece en el mercado productos de bajo impacto ambiental. Uno de ellos es Aquacell 400, que es un sistema innovador que permite la captación de agua lluvia y ayuda a prevenir inundaciones.



» Plastigama Wavin lidera diversas acciones para reducir su huella de carbono. CORTESÍA



Finanzas con propósito

El cambio climático y la desigualdad social exigen un cambio en el paradigma financiero. Las finanzas sostenibles ofrecen soluciones innovadoras para alinear objetivos económicos con el bienestar del planeta y la sociedad.

Iniciativa regional

En el segundo semestre del 2024, el BID Invest, miembro del Grupo BID, lanzó la red regional Enlaces para impulsar las finanzas sostenibles en América Latina y el Caribe. Este programa incluye la participación de bancos comerciales públicos y privados, y de entidades financieras. Busca sumar esfuerzos, crear sinergias y fomentar el equilibrio entre el desarrollo económico, el cuidado por las personas y la protección del ambiente. Más de 10 iniciativas se han adherido, que representan a alrededor de 200 enti-

LA INVERSIÓN RESPONSABLE TRAE IMPACTOS POSITIVOS Y MAXIMIZA LOS BENEFICIOS PARA TODOS.

dades financieras de distintos países. Por Ecuador está Asobanca y los bancos que esta representa. Para conocer la situación regional, Enlaces realizó el informe Estado de las Finanzas Sostenibles de la Banca en Latinoamérica y El Caribe, 2024, que recoge las respuestas de 105 bancos comerciales regulados en 23 países, incluido el Ecuador. El 73% de los encuestados declaró tener al menos un producto para empresas con impacto ambiental positivo, utilizados principalmente en proyectos de energías renovables (64 bancos), eficiencia energética (51 bancos) y con menor participación propuestas de biodiversidad (5 bancos). El 56% de las entidades encuestadas tiene al menos un producto financiero con impacto social para las micro, pequeñas y medianas empresas. En los productos financieros dirigidos a las personas, un 47% de los encuestados

tienen una opción verde para sus clientes, y un 68% productos sociales. Del catálogo de productos de finanzas sostenibles para personas destacaron los préstamos a mujeres, microcréditos, vivienda social y préstamos a poblaciones vulnerables en el ámbito social; y vehículos verdes, vivienda, entre otros, en el ambiental. Es el caso del Banco de Loja, que con su producto Influye Mujer, promueve la equidad de género y empodera a las emprendedoras del Sur del país, a través de créditos con condiciones preferentes, aperturas de cuenta de manera fácil y accesible, seguros para protección de su familia, educación financiera, capacitación y más beneficios. Este programa, que lleva 4 meses, ha colocado más de \$8 millones en crédito para fortalecer los negocios, junto con capacitación a 896 mujeres rurales de la provincia de Loja.



Financiar el futuro

PRODUCTOS A LA MEDIDA PARA IMPULSAR EL CRECIMIENTO SOSTENIBLE DE LOS CLIENTES Y SUS NEGOCIOS ES LA OFERTA DE BANCO PICHINCHA.

Migrantes y sus familias, emprendedoras y proyectos verdes, son los beneficiarios de productos financieros que buscan impactar positivamente en el desarrollo del país.

Con el producto Remesas, Banco Pichincha facilita el dinamismo de la economía ecuatoriana y permite que los hogares de menos ingresos tengan un acceso seguro al dinero que envían sus familiares. La entidad ha contribuido con el flujo de remesas por más de \$1.700 millones y ha apoyado a cerca de 780.000 compatriotas en el exterior.

A partir de la estrategia "Ser Impulso Mujer", el banco ha colocado \$947 millones para impulsar el crecimiento de 128 negocios liderados por emprendedoras. Son productos financieros adaptados a sus necesidades y realidades, como cuentas de ahorro sin costo y créditos flexibles, con procesos simples para que ellas no le teman a la bancarización. Con este enfoque, 8.575 nuevas clientes mujeres han recibido formación en microfinanzas, y hoy son 717.000 clientes activos en este segmento.

El crecimiento sostenible del agro es otro de los intereses de Banco Pichincha. La cartera de agronegocios ha colocado \$2.376 millones, con 122.099 desembolsos agrícolas, de los cuales el 73% se han destinado a microempresas, para apoyar a pequeños productores. Los productos para el campo están diseñados específicamente para esa realidad, respaldados por equipos especializados en el ciclo de los cultivos.

Financiar el futuro es promover negocios cuya esencia sea la sostenibilidad. Para ello, el banco cuenta con Bio créditos, dirigidos a iniciativas ambientales y proyectos que buscan la eficiencia en los negocios y la competitividad en áreas como energía renovable, transporte, agricultura, construc-

ción y vivienda. Se han desembolsado \$396 millones en este segmento; de ese monto, el 80,7 % se ha destinado a la agricultura sostenible, seguido del financiamiento a vehículos con tecnologías eficientes, iniciativas sostenibles en el manejo de recursos y residuos, y proyectos inmobiliarios de construcción amigable con el ambiente.

Para continuar con el propósito de estos productos, Banco Pichincha logró financiamiento para impulsar y cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, a través de la emisión de bonos temáticos por \$250 millones hasta la fecha. Además, gracias a sus líneas de financiamiento con la banca multilateral, ha podido acceder a más de \$1.000 millones en financiamiento sostenible durante los últimos 5 años.



» Banco Pichincha promueve el emprendimiento femenino, con productos diseñados para atender sus necesidades particulares.

CORTESÍA



Con el producto Bio Créditos ha financiado proyectos de construcción sostenible.

1

1

Prácticas limpias

Jabonería Wilson obtuvo la certificación de carbono neutro el año pasado. La empresa destaca que es crucial para una compañía del sector de productos de limpieza tener esta certificación porque permite diferenciarla en un mercado competitivo.

“Esta certificación posiciona a la empresa como un líder en sostenibilidad, lo que puede atraer tanto a consumidores como a otras empresas que buscan reducir su impacto ambiental”, indican desde Jabonería Wilson.

Además, agrega la empresa, tener esta certificación facilita el acceso a nuevos mercados, especialmente internacionales, y mejora la reputación de la marca, generando mayor confianza entre los clientes y socios comerciales.

Para reducir su huella de carbono,

PARA REDUCIR SU HUELLA DE CARBONO, JABONERÍA WILSON HA TRABAJADO EN MÚLTIPLES FRENTES, COMO REDUCIR EL CONSUMO DE ELECTRICIDAD Y DISEÑAR RUTAS DE DISTRIBUCIÓN MÁS EFICIENTES.

Jabonería Wilson ha trabajado en múltiples frentes: implementó mejoras en sus procesos productivos para reducir el consumo de electricidad y combustibles fósiles; diseñó rutas de distribución más eficientes para disminuir el consumo de diésel; redujo el uso de plástico en las tartrinas de productos; lanzó fórmulas más sostenibles en uno de sus jabones; y de-



CORTESÍA

sarrolló criterios de sostenibilidad para la cadena de suministro.

La empresa, además, ha implementado un plan de compensación mediante la inversión en proyectos ambientales que contribuyen a absorber la misma cantidad de CO2 que genera. Estos proyectos incluyen: reforestación y conservación de bosques, y proyectos de energía renovable.

P





GRUPO ENTREGAS

¡Soluciones logísticas

diseñadas para el éxito de nuestro clientes!

Importación

Exportación

Courier corporativo nacional

Manejo de inventario

Almacenamiento y distribución

Entregas certificadas

Digitalización de documentos

Casillero internacional

Ecommerce

Empresa



Certificada



“Las empresas con altos estándares ESG suelen ser más atractivas para inversionistas y consumidores”

¿Cómo debemos entender los factores ESG y qué relación tienen con la sostenibilidad?

Antes de cualquier cosa, es importante no mezclar los conceptos Responsabilidad Social, Sostenibilidad y ESG. La responsabilidad social es un modelo de gestión donde las empresas tienen en cuenta los impactos (positivos y negativos) resultantes de su operación y desarrollan estrategias, planes y proyectos para minimizarlos o maximizarlos. La sostenibilidad es un objetivo empresarial que tiene que ver con la viabilidad del negocio en el tiempo. Una empresa sostenible es la que crea valor económico, ambiental y social a corto y largo plazo, logrando bienestar y progreso en las generaciones presentes y futuras. Los factores ESG son criterios que se utilizan para evaluar el desempeño y la responsabilidad de una empresa en áreas clave relacionadas con la sostenibilidad y la ética. Es decir, nos ayudan a evaluar qué tan sostenible es una empresa. Las empresas con altos estándares ESG suelen ser más atractivas para inversionistas y consumidores que valoran la sostenibilidad y la responsabilidad social.

¿Cuáles han sido los principales

EVANGELINA GÓMEZ-DURAÑONA, DIRECTORA EJECUTIVA DE CERES, DESTACA LA IMPORTANCIA DE LOS FACTORES MEDIO AMBIENTE, SOCIAL Y GOBERNANZA EN EL SECTOR PRIVADO.

factores abordados por las empresas ecuatorianas en el 2024?

Es muy importante tener en cuenta que cada empresa prioriza los factores ESG en base a una metodología, basada en la identificación de la doble materialidad. La doble materialidad es un concepto clave en la sostenibilidad empresarial que se refiere a la necesidad de considerar tanto el impacto de las actividades de una empresa en el medio ambiente y la sociedad, como el impacto de estos factores externos en el rendimiento financiero de la empresa. De allí que los factores priorizados van a depender del giro del negocio. Sin embargo, si tuvieramos que mencionar algunos, podríamos identificar temas como el cambio climático, la gestión de emisiones, la eficiencia energética, la economía circular y la gestión de residuos, dentro de lo que sería el tema ambiental. En la parte social, podríamos mencionar el capital humano, la cadena de suministro sostenible, y el relacionamiento con la comunidad: con

más acciones relacionadas con la reducción de brechas, la inclusión social, la educación, la erradicación de la desnutrición crónica infantil, etc. En lo que se refiere a gobernanza, tenemos temas como la transparencia y la ética empresarial.

¿Por qué el interés de las empresas en trabajar en estas áreas?

Habría que analizar varios factores. Por una parte, los inversores buscan empresas que cumplan con criterios ESG, ya que estas tienden a ser más resilientes a largo plazo. Por otra parte, las empresas tienen más normativa y presión del mercado, los consumidores son cada vez más críticos al momento de realizar una toma de decisión. Finalmente, la gestión de riesgos ya no es vista únicamente desde lo regulatorio sino de cómo los temas ambientales sociales y de gobernanza pueden impactar en la continuidad del negocio. El mundo actual atraviesa una gran cantidad de cambios y retos que no muchas organiza-



ciones pueden sortear. La pandemia, por ejemplo, impactó de manera repentina en la supervivencia de una gran cantidad de negocios, y solo quienes estaban mejor preparados lograron salir adelante. Así mismo, hoy muchas empresas están invirtiendo tiempo y dinero en el diseño de planes de adaptación para hacer frente al cambio climático.

¿Qué áreas o aspectos falta por trabajar o reforzar desde el sector privado?

Hay que comprender que la gestión de la sostenibilidad no tiene que ver con acciones aisladas. Muchas organizaciones no alcanzan a ver a la sostenibilidad

como un modelo de gestión completo. En el país existe un compromiso muy importante por parte de las empresas de diferentes sectores y tamaños, pero tenemos una deuda importante en las Pymes y en las cadenas de valor. Necesitamos empujar a trabajar con ellas, pues representan un gran porcentaje del sector productivo del país. Por otra parte, la transparencia es algo que debemos impulsar con más énfasis, también la adaptación al cambio climático y adelantarnos a las normativas que vendrán en los próximos años.

¿Cómo los factores ESG se relacionan con la ética empresarial?

Una empresa ética y alineada con los

factores ESG no solo mejora su reputación, sino que también genera confianza y sostenibilidad a largo plazo. De hecho, en la G tenemos la respuesta: la gobernanza de una empresa tiene que ver con el gobierno corporativo y el comportamiento corporativo. En este último se espera que las empresas midan y reporten sobre la gestión de la ética empresarial, porque un comportamiento ético genera un clima de confianza para el quehacer de los negocios. Las empresas con buen gobierno corporativo evitan corrupción, conflictos de interés y aseguran que sus decisiones benefician a todos los stakeholders (accionistas, empleados, clientes, sociedad).



CORTESÍA

>> Visita de la delegación ecuatoriana al Centro de Interpretación del Mañana de la Agricultura, sede IICA en Costa Rica, para aprender de digitalización agrícola.

Sembrar hoy, pensando en el mañana

EN UN MUNDO DONDE LA SEGURIDAD ALIMENTARIA ES CLAVE, LA AGRICULTURA SOSTENIBLE EMERGE COMO LA RESPUESTA.

"Para ser sostenible, la agricultura debe satisfacer las necesidades de las generaciones presentes y futuras, y al mismo tiempo garantizar la rentabilidad, la salud ambiental, y la equidad social y económica", así define la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) a esta necesidad (no tendencia) de cambiar la forma en la que aprovechamos el suelo.

Al adoptar prácticas sostenibles en la agricultura se fortalece la seguridad alimentaria, asegurando la disponibilidad, el acceso, la utilización y la estabilidad, y se impulsa un desarrollo que respeta el medio ambiente, la sociedad y la economía.

Inka Mattila, representante residente del Programa de las Naciones Unidas para

CONTINÚA PÁGINA 44

PUBLIRREPORTAJE

BURNEO DISEÑO PRODUCTIVIDAD, CALIDAD, DISEÑO Y GARANTÍA REALES

La **comodidad** en el trabajo, tanto en la oficina como en el hogar, es fundamental para promover la salud, la productividad y bienestar general. Sin importar el entorno, el objetivo es crear un espacio que favorezca una postura adecuada, reduzca el estrés y permita realizar las tareas de manera eficiente.

Todas estas referencias ofrece @BurneoDiseñoEcuador / Desolsa S.A., empresa especializada en sillas y mobiliarios ergonómicos y de alta calidad para oficinas y espacios en el hogar. Es distribuidor exclusivo de marcas reconocidas como Herman Miller - Miller Knoll, Bestuhl, Execution y Arper.

Materiales sostenibles

Todos sus productos están elaborados con materiales reciclados y reciclables, cuentan con certificaciones de fabricación, de mecanismos y de uso, destaca Patricia Burneo Barragán, gerente general de la empresa.

La presencia de Burneo Diseño se encuentra en proyectos importantes de compañías nacionales y extranjeras; lo que demuestra la confianza en el mercado, por su transparencia, su servicio de especificaciones técnicas, innovación tecnológica y la garantía en cada uno de sus productos: Herman Miller son 12 años, Bestuhl, Execution y Arper son 5 años. Características que hacen de @BurneoDiseñoEcuador / Desolsa S.A., una empresa íntegra.

Bestuhl, desde Corea con pasión

Lo hecho en Corea es de lo mejor que se puede encontrar. El nivel de exigencia, cuidado de detalle y tecnología desarrollada dan como resultado productos que sorprenden de principio a fin. Y este es el caso de la marca Bestuhl.

¿Por qué decimos que es de las mejores del mundo? Bestuhl se ha especializado en desarrollar productos ergonómicos del más alto nivel. Por 15 años, esta marca, ha sido elegida a nivel corporativo, así como de aquellos entusiastas que buscan lo mejor para su hogar en el Ecuador.

Su portafolio, está conformado por sillas operativas, sala de reuniones, escritorios Sit to Stand, superficies de trabajo multiusos. Por ejemplo, la S35 es una silla operativa ajustable con una malla transpirable en el respaldo y asiento, cuyo diseño ergonómico ofrece una distribución del peso uniforme, tanto en asiento como en espalda.

¿Qué significa esto? Que al sentarse en una de estas sillas, uno sentirá una comodidad única y se olvidará de dolores de espalda. Nuestra salud no tiene precio. Invertir en este mobiliario es cuidar de nosotros, de nuestros colaboradores, así como de nuestros seres queridos. Esta es la promesa de @BurneoDiseñoEcuador / Desolsa S.A., la empresa líder en ergonomía en el Ecuador por casi dos décadas, que trabaja sin intermediarios y realiza envíos gratis a nivel nacional.



Silla S 35.

"EL CONSUMIDOR ECUATORIANO SABE LO QUE QUIERE: CALIDAD A LARGO PLAZO, DISEÑO, ERGONOMÍA Y COMPROMISO CON EL PLANETA. Y ESO ES LO QUE OFRECEMOS CON NUESTROS PRODUCTOS, QUE TIENEN GARANTÍA Y TODO NUESTRO RESPALDO".

Patricia Burneo, gerente general de Burneo Diseño-Desolsa S.A.

DESCUENTOS

10 %

de descuento por pago a 12 meses sin intereses, con la tarjeta de crédito de su preferencia.

20 %

en Miller Knoll y Herman Miller por pago al contado.

30 %

en Bestuhl

GARANTÍAS

12

años en Herman Miller y Miller Knoll

5

años en Bestuhl, Execution y Arper

BURNEO CARRION DISEÑO

arper

HermanMiller

bestuhl MillerKnoll

Cumbayá (Quito): Av. Interoceánica y Diego de Robles, Plaza Cumbayá, Local 12. Guayaquil: Km 2.5 vía a Samborondón - Plaza nova, 2 piso, local 3A

098 808 4522

info@burneodiseno.com

@burneodisenoecuador

www.burneodiseno.com / www.patriciaburneo.com

Patricia Burneo Barragán, gerente general de Burneo Diseño - Desolsa S.A.



Oficinas corporativas del Grupo Vilaseca.



Instalaciones de la multinacional CHUBB Seguros Ecuador.

el Desarrollo (PNUD), explica los proyectos más destacados que impulsa la entidad en Ecuador, de la mano del Gobierno Nacional, gobiernos locales, el sector privado, la academia, y organizaciones campesinas:

“Una de las iniciativas más emblemáticas es Pago Por Resultados REDD+, liderada por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica (MATE) en coordinación con el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), que cuenta con el apoyo financiero del Fondo Verde para el Clima GCF (por sus siglas en inglés). Esta iniciativa busca impulsar prácticas sostenibles en las cadenas de valor de café, cacao y ganadería, en el marco del Plan de Acción REDD+, un conjunto de líneas estratégicas que promueven acciones de mitigación del cambio climático y que apuntan a la convergencia de las agendas ambiental y de desarrollo del país, con un enfoque territorial”.

La funcionaria destaca que en estos últimos ocho años el PNUD ha promovido una transformación integral del sector agrícola, beneficiando a más de 70.600 productores y sus familias, y logrando la transición de

93.100 hectáreas hacia sistemas productivos sostenibles.

“El último año ha sido clave para consolidar a Ecuador como un referente en producción sostenible y libre de deforestación”, afirma Mattila. Algunos de los principales impactos:

- Café sostenible y exportaciones récord: En 2024, Ecuador exportó 52.5 toneladas de café a Italia, originario de Zamora Chinchipe, triplicando las toneladas del 2023 (17.25), lo que lo convierte en el pionero en este tipo de exportaciones.

- Primer manjar de leche sostenible del Ecuador, con trazabilidad y cálculo de huella de carbono. Junto con la UTPL y la empresa ECOLAC, el PNUD apoyó a 99 ganaderos amazónicos en la adopción de prácticas sostenibles en más de 3.015 hectáreas de pastos.

De acuerdo con la funcionaria, Ecuador está a la vanguardia en producción sostenible.

Modelo resiliente e innovador

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA, impulsa iniciativas de un modelo agrícola sostenible en Ecuador.

Patricio Espín, Especialista en Agricultura, Bienestar Rural y Territorios, menciona entre los proyectos destacados el de Innovando Amazonía que fortalece las capacidades agropecuarias de 23 emprendimientos amazónicos, con una inversión de \$1.5 millones y que generó más de \$1 millón en ventas anuales, con la comercialización de peces amazónicos, guayusa, especias y frutas, todo bajo un modelo sostenible.

“Las iniciativas que ejecutamos promueven una reducción del impacto ambiental, el fortalecimiento económico y comercial y la mejora en la calidad de vida de productores rurales.



>> Con apoyo del PNUD, Ecuador ha logrado la transición de 93.100 hectáreas hacia modelos de producción sostenibles y la conservación de 86.360 hectáreas de bosque, indica Inka Mattila, representante residente del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

CORTESÍA

Agripac

La RSE de Agripac está orientada a generar un impacto positivo con el medio ambiente y las comunidades locales, promoviendo un desarrollo sostenible y el bienestar de las personas que interactúan con la empresa.

En Agripac, las actividades y propuesta de valor están diseñadas para fomentar la sostenibilidad en el sector agroindustrial de Ecuador, donde se han implementado diversas iniciativas con el objetivo de fortalecer el agro, garantizar la seguridad alimentaria y promover el bienestar social y ambiental.

Alexandra Armstrong, directora de Sostenibilidad menciona que: “su compromiso con la sostenibilidad va más allá de las acciones actuales; buscamos transformar el sector agroindustrial con prácticas responsables e innovadoras. Nos enfocamos en impulsar la economía circular, optimizar el uso de los recursos naturales y fortalecer el liderazgo femenino en la agroindustria. Creemos que el crecimiento sostenible solo es posible cuando generamos valor para las personas, las comunidades y el ambiente.”

Entre las principales acciones que ejecuta Agripac en sostenibilidad, se incluyen:

- Capacitaciones técnicas en el manejo y uso responsable de insumos agrícolas y veterinarios, garantizando prácticas seguras y eficientes en el sector.
- Cuenta con una iniciativa enfocada en apoyar a mujeres en la agroindustria, proporcionándoles formación y herramientas para su crecimiento profesional y económico.
- Asegura prácticas empresariales éticas y sostenibles en toda su cadena de valor, fomentando la responsabilidad social entre proveedores y aliados.
- Implementación de programas que reflejan su compromiso con la mitigación del cambio climático, reduciendo residuos y midiendo la huella ambiental para optimizar procesos.

Concienciación a su público de interés

Para garantizar la transparencia y difusión de estas iniciativas, utilizan diferentes estrategias de comunicación dirigidas a sus principales públicos; con sus colaboradores mediante comités internos de sostenibilidad que fomentan una buena cultura corporativa; y, capacitaciones y boletines sobre responsabilidad social y mejores prácticas

Sostenibilidad en el sector agroindustrial



Impulso en capacitación a mujeres.

ambientales.

Mientras que, con sus clientes y consumidores, a través de campañas de concienciación sobre el uso responsable de insumos agrícolas y veterinarios. Etiquetado y comunicación en puntos de venta sobre prácticas sostenibles en nuestros productos.

En tanto que, con sus inversionistas y stakeholders, por medio de la publicación de la Memoria de Sostenibilidad alineada a los estándares internacionales como GRI y Pacto Global.

Presentaciones en foros y eventos sobre sostenibilidad en el sector agroindustrial; y, la participación en rankings y certificaciones que validan esfuerzos en responsabilidad social y ambiental.

Metas a futuro

Como parte de su compromiso con la sostenibilidad, en Agripac se han definido metas estratégicas que guiarán acciones en los próximos años, tales como:

CAMBIOS LOGRADOS | En 2024, se obtuvieron importantes avances en iniciativas de sostenibilidad, generando impactos significativos en diferentes áreas:

- **5.412** agricultores capacitados en temas técnicos y manejo responsable de insumos. El 30.9% fueron mujeres
- **19%** de las PYMES que acceden a financiamiento en Agripac son mujeres.
- **30%** en posiciones de liderazgo están ocupadas por mujeres en roles de jefatura y gerencia, impulsando la equidad de género dentro de la organización.
- **70%** de reciclaje en residuos a través de nuestro programa Objetivo Basura Cero.
- **68.15%** en recuperación de los envases de agroquímicos puestos en el mercado.
- **7%** en reducción de huella de carbono corporativa en 2022, estableciendo 2021 como línea base.
- **85%** de los proveedores de materia prima estratégica han firmado la política de origen, que brinda lineamientos de prácticas responsables en 2024.



» Más de 2.600 agricultores se han capacitado y graduado en prácticas de agricultura sostenible.

CORTESÍA

El cacao del futuro

LA SOSTENIBILIDAD DE LOS CULTIVOS ES EL OBJETIVO DE NESTLÉ.

Con su iniciativa Plan Cacao, 7.500 agricultores se han beneficiado a partir de tres pilares: *Mejores fincas*, que con sus programas de agro emprendimiento y escuelas de campo han capacitado en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA's) como la prevención del crecimiento de malezas, la conservación de la humedad del suelo, la reducción de la erosión, la estabilización de la temperatura y el aumento de la materia orgánica. *Mejores vidas*, con capacitaciones en salud, competencias agrícolas, seguridad ocupacional. Y *Mejor cacao*, gracias a la Certificación Rain Forest Alliance, ofrece entrenamiento a los cacaoteros en temas relacionados a trazabilidad, biodiversidad, fermentación y calidad. La empresa trabaja solamente con productores que están en zonas libres de deforestación.

A través de este plan, Nestlé ha promovido la adopción de prácticas de agricultura regenerativa en más de 34.000 hectáreas y asegurar así un equilibrio ecológico a largo plazo. Como resultado, a partir de este año el 100% del cacao producido cumple con los rigurosos estándares de Plan Cacao (60% cuenta con la certificación internacional Rainforest Alliance y el 40% con NCP verified).

La reducción de emisiones de CO2 también es una meta que la empresa busca lograr desde prácticas de agricultura sostenible. En el 2023 se fijó el desafío de plantar un millón de árboles maderables hasta el 2027, y, ya en el 2024 sembró 500.000 árboles; para este año, proyecta la plantación de 750.000 más.

Cultivar el mañana

LA RESPONSABILIDAD AMBIENTAL DETRÁS DE UN DELICIOSO PRODUCTO.

Un gran sabor empieza con materia prima de calidad, y además sostenible. Esto lo sabe Paccari que utiliza solamente cacao orgánico, cultivado sin pesticidas ni químicos sintéticos, y con procesos de agricultura innovadores, avalados por la certificación Demeter Biodynamic.

Para adoptar una agricultura regenerativa, la empresa trabaja directamente con pequeños agricultores quienes son capacitados en métodos de cultivo agroecológicos, que protegen la biodiversidad y cuidan la salud del suelo. Pero la sostenibilidad es también remediar los posibles impactos, por lo que la empresa participa en proyectos de reforestación y conservación en las áreas donde se cultiva su cacao, para combatir el cambio climático y proteger los hábitats naturales, y dejar una huella de cuidado y responsabilidad en su cadena productiva.

No hay sostenibilidad sin el respeto a las personas. Así lo entiende Paccari, que mantiene una relación de comercio justo y directa con los agricultores, sin intermediarios, garantizándoles un pago equitativo y preciso, que les permita mejorar sus condiciones de vida y la de sus familias y el desarrollo de sus comunidades.

CORTESÍA



» Paccari cuenta con certificaciones internacionales que aseguran que el cacao utilizado en sus productos es libre de pesticidas y fertilizantes sintéticos, y que los agricultores reciben un pago justo por su trabajo.

Sembrar desarrollo

CERVECERÍA NACIONAL BUSCA REDUCIR CON SUS PROGRAMAS E INICIATIVAS EL DESEMPLEO Y LA POBREZA EN EL PAÍS.

Con su programa Siembra por Contrato, lanzado en 2020, la empresa ha impulsado no solo la dinamización del agro, sino también el desarrollo sostenible y la conexión entre la industria y el sector agrícola. Más de 2.000 agricultores, en diversas provincias, y 170.000 personas de la cadena productiva se han beneficiado.

El acceso a tecnologías innovadoras y programas de capacitación son fundamentales para la transformación sostenible del sector, junto con prácticas de agricultura inteligente para optimizar recursos, incrementar la eficiencia de los cultivos y mejorar la rentabilidad del campo.

Este programa ha logrado un incremento significativo en la productividad de los cultivos, superando el 40% en comparación con la producción de agricultores no participantes.

Este crecimiento considerable se evidencia en uno de los mayores logros de Cervecería Nacional. Su producto “Nuestra Siembra”, la primera bebida de moderación elaborada con ingredientes ecuatorianos 100% naturales, como maíz, arroz y cebada, cultivados por más de 300 agricultores locales.

“A través de Siembra por Contrato, no solo hemos promovido la modernización del agro, sino que también se ha creado un ecosistema de cooperación que fortalece la relación con los agricultores. Esto permite establecer acuerdos de adquisición directa de materias primas de alta calidad, impulsando el crecimiento económico,” afirma Sandra Cañizares, gerenta de Marca Corporativa, Comunicación y Sostenibilidad de la empresa.

La agricultura sostenible prioriza la producción y el consumo local de la mano de procesos innovadores que potencien la calidad. Así, desde hace dos años, la empresa ha trabajado en el desarrollo de cebada maltera nacional y ya realizó su primera cosecha. Es

de la variedad voyager de origen mexicano, sembrada en Chillanes, Gualaceo y Riobamba. El objetivo final es reemplazar la importación de esta materia prima, variedad que no existía en el país, y para al año 2030 comenzar una migración hacia el uso de esta cebada maltera nacional. Este proceso técnico y de investigación ha sido coordinado con el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) y Agrocalidad del Ministerio de Agricultura, entre otros actores.

El cuidado del agua es fundamental en su operación.

Con tecnología recupera y reutiliza en actividades secundarias 2.300 metros cúbicos.

El agua

Para Cervecería Nacional este recurso es indispensable en su línea de negocio, por lo que su cuidado es primordial dentro de sus prácticas de sostenibilidad. Como medidas para su conservación y buen uso, cuenta con un Sistema de Tratamiento Biológico que incorpora tecnologías de nanofiltración y ósmosis inversa de última generación. Gracias a este proceso, se recuperan 2.500 metros cúbicos de agua, una cantidad equivalente al consumo mensual de 1.000 familias. El agua recuperada se utiliza en procesos secundarios como jardinería y limpieza, lo que permite reducir su huella hídrica directa en un 22%. Además, la empresa colabora con organizaciones como FONDAGUA y FONAG, para la conservación y recuperación de fuentes hídricas en Guayaquil y Quito.



CORTESÍA



» Su programa Siembra por Contrato contribuye a la sostenibilidad del negocio y genera oportunidades de crecimiento a los agricultores.

» Grupo Danec busca que sus iniciativas generen un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

CORTESÍA



Producción basada en buenas prácticas

UNA EMPRESA QUE CRECE DE LA MANO DE LA CONSERVACIÓN Y EL COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD

Con 50 años de trayectoria, Grupo Danec le apuesta a un crecimiento sostenible para mantener su liderazgo en el mercado. Desde el origen de su producción, su responsabilidad ambiental se evidencia con la Certificación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), un proyecto con el que la empresa busca certificar a 20 fincas en el 2025 y completar las 40 en un futuro cercano. Estas fincas garantizarán eficiencia y sostenibilidad en sus procesos de siembra y cultivo, como la garantía de no usar la quema para preparación de tierras ni para la eliminación de desechos, así como garantías laborales para los trabajadores. En relación al bienestar de las personas que hacen parte de la cadena de agricultura sostenible, con su programa de Cultivos Inclusivos han incorporado a nuevas comunidades, proporcionando estabilidad económica a más familias indígenas y colonos.

Producir más alimentos con menos recursos

TRAZABILIDAD, PROGRAMAS SOCIALES Y CUIDADO AMBIENTAL SON LAS ESTRATEGIAS DE AGRIPAC PARA FOMENTAR LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR AGROINDUSTRIAL.

Con una población mundial en constante crecimiento, es vital fomentar prácticas agrícolas que aseguren que todas las personas tengan acceso a una alimentación adecuada sin comprometer el equilibrio ambiental. Con esto coincide Alexandra Armstrong, directora de Sostenibilidad de Agripac, quien afirma que la agricultura sostenible es indispensable en el mundo actual. “En la empresa trabajamos para fortalecer a los agricultores con herramientas y conocimientos que les permitan ser más productivos y resilientes, para que el sector agroalimentario crezca de manera sostenible y equitativa”. Con sus iniciativas de sostenibilidad, al 2023 lograron capacitar a 5.310 clientes, incluyendo agricultores, acuicultores y cuidadores de mascotas, en temas técnicos y de manejo responsable de recursos, junto a otros 1.370 en el manejo adecuado de productos químicos y técnicas como el triple lavado de envases. A través del Plan Maíz, 1.755 agricultores recibieron una inversión de \$4.1 millones en financiamiento, que permitió la producción de 5.020 hectáreas de este producto. La empresa también impulsa proyectos de empoderamiento femenino, además de su Política de Originación, que asegura prácticas empresariales éticas y sostenibles en toda la cadena de valor, junto con la cuantificación de su huella de carbono.

CORTESÍA



» 1.755 agricultores son parte del Plan Maíz, que fortalece a pequeños y medianos agricultores con asesoramiento técnico y acceso a financiamiento.

1

1

Cosechas responsables

La empresa Reybanpac, productora y exportadora de banano, implementa iniciativas para la gestión eficaz de los recursos naturales, la preservación de la biodiversidad, el manejo eficiente de los residuos y la adopción de técnicas de agricultura de precisión. Reybanpac invirtió en 2021 en una biofábrica para el uso de microorganismos en sus cultivos. “Esto nos permite el mejoramiento de la fertilidad del suelo, la prevención de enfermedades en plantas y raíces, y la reducción en el uso de nematicidas”, explica José Antonio Vargas, gerente general de Reybanpac. Para este año, la meta es llegar al cero uso de nematicidas en plantaciones gracias a esta iniciativa. La empresa también cuenta con un modelo de economía circular para la reducción de desperdicios. Una parte de la fruta no apta para exportación se destina para alimentar el ganado de la división de lácteos del grupo empresarial, y otra a terceros para elaborar alimentos procesados a base de banano. Como parte de las iniciativas de agricultura sostenible, Reybanpac optimiza el consumo de agua en los procesos productivos a través sistemas de riego eficientes y ha implementado plantas de recirculación de agua en las empacadoras. El campo social también es parte de prácticas agrícolas responsables y por ello Reybanpac cuenta con la certificación GRASP de GLOBALG.A.P., así como RAINFOREST ALLIANCE, y participa en auditorías del estándar SMETA, que está basado en la Iniciativa de Comercio Ético para mejorar la vida de los colaboradores y la cadena de suministro.

REYBANPAC OPTIMIZA RECURSOS EN SUS OPERACIONES DIARIAS Y CAPACITA A JÓVENES DE SECTORES RURALES

CORTESÍA



» La fundación Wong ha desarrollado el programa Agrofuturo, que busca fortalecer la formación técnica agrícola de adolescentes y jóvenes en áreas rurales.

Además, junto con la Fundación Wong, trabaja en proporcionar educación de calidad en área rurales. La fundación ha desarrollado el programa Agrofuturo, que busca fortalecer la formación técnica agrícola de adolescentes y jóvenes de 15 a 29 años en áreas rurales, con un bachillerato técnico en producción agrícola, un bachillerato técnico productivo con especialización en emprendimiento agrícola y programas de asistentes técnicos en banano y ganadería láctea.

Para este año, la empresa tiene previsto expandir sus iniciativas para el cuidado de la salud del suelo y bioseguridad en sus plantaciones, así como continuar con implementación de plantas de recirculación de agua en las empacadoras. “Mantendremos también nuestras buenas prácticas agrícolas como la optimización de recursos a través de la agricultura de precisión, así como nuestro programa de economía circular y proyectos de responsabilidad social”, indica Vargas.

Compromiso empresarial que cambia vidas

ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO ENFRENTAN SUS CAUSAS GRACIAS AL APOYO DE LAS EMPRESAS.

El compromiso empresarial con las causas sociales es un pilar fundamental para construir una sociedad más equitativa. A través de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), las empresas pueden marcar una diferencia significativa en la vida de miles de personas.

Una pelea contra el tiempo

SOLCA es una entidad privada sin fines de lucro con más de 70 años de trayectoria, pionera en Ecuador y referente internacional en la lucha contra el cáncer. Su propósito: salvar la mayor cantidad de vidas.

El apoyo de la empresa privada es fundamental para fortalecer su capacidad de atención e impacto. Algunos de los proyectos logrados:

- **Hope:** Construcción del Primer Hospital Oncológico Pediátrico. Mientras avanza su edificación, gracias a un convenio con LATAM pacientes han podido ser trasladados a otros países para recibir tratamiento.
- **El Comité de Damas de SOLCA** recibe respaldo del sector empresarial para la realización de eventos de recaudación.
- **Campañas de prevención** con Corporación El Rosado, Banco de Machala y Banco Guayaquil, que han permitido la detección temprana de cáncer en sus colaboradores.
- **Campañas de donación** voluntaria de sangre que realizan empresas como LATAM, CEN, Servientrega y Cervecería Nacional, gracias a las que Solca asegura el abastecimiento de hemocomponentes para sus pacientes.



CORTESÍA

>> Solca fortalece sus servicios e instalaciones gracias al aporte de la empresa privada.

“Al vincularse con SOLCA, las empresas no solo invierten en el bienestar de sus colaboradores y sus familias, sino que también contribuyen activamente a una causa social de gran impacto”, menciona Hulda de la Torre, gerenta general SOLCA Matriz Guayaquil.

Nuevas oportunidades

La Junta de Beneficencia es una organización privada sin fines de lucro, que nació en Guayaquil en el año 1888, y hoy actúa en las 24 provincias del país, con atención en salud, educación, inclusión, y alimentación. En 2024 impactó la vida de más de dos millones de ecuatorianos, de manera gratuita.

Para la institución, que la empresa privada decida trasladar sus esfuerzos de

responsabilidad social para apoyar sus programas de servicios sociales, es la mejor vía para no desperdiciar esfuerzos. En el área educativa, el Programa de Bachillerato Dual permite a los jóvenes participar de un modelo educativo donde se combina la teoría con la práctica en entornos laborales, es un trabajo en conjunto con la Cámara Alemana y sus empresas se suman al proyecto para que los jóvenes hagan sus prácticas ahí.

El incentivo al deporte viene de la mano del Club Atlético de Madrid, una iniciativa que ha transformado el desarrollo del talento juvenil en Ecuador.

En cuanto a la lucha contra la desnutrición infantil, varias empresas apoyan este programa de erradicación en la Provincia de Santa Elena, que ha beneficiado a 10 mil personas.



>> La Junta de Beneficencia cuenta con el semillero deportivo más grande del país, con una metodología de enseñanza de primer nivel.

CORTESÍA

Por **Andrés Sarzosa**
Especialista de Sostenibilidad CERES

EL CÁLCULO DEL RETORNO DE LA SOSTENIBILIDAD DIFIERE DE LA COMPRESIÓN TRADICIONAL ECONÓMICA DE CALCULAR LOS INDICADORES ECONÓMICOS, YA QUE SE INCORPORA FACTORES MÁS ALLÁ DEL ÁMBITO FINANCIERO.

Tradicionalmente, la toma de decisiones empresariales se ha basado casi exclusivamente en indicadores de rentabilidad económica. Este enfoque, aunque válido desde una perspectiva financiera convencional, resulta incompleto cuando evaluamos acciones en el marco de la sostenibilidad. Si bien el retorno económico sigue siendo relevante, una evaluación completa debe incorporar el valor generado en las dimensiones ambiental y social.

Las empresas que implementan prácticas sostenibles frecuentemente reportan beneficios como la reducción de costos operativos, acceso a nuevos mercados con regulaciones cada vez más exigentes en los ámbitos ambientales y sociales de toda la cadena productiva, y el fortalecimiento de la reputación y lealtad de marca. Por ello se puede afirmar que la rentabilidad de las acciones empresariales de sostenibilidad debe ser evaluadas y consideradas en la toma de decisión más allá únicamente de la visión económica. Incorporar las otras dimensiones de la sostenibilidad en la evaluación de proyectos no solo responde a cumplimientos regulatorios o de moda, sino que construye organizaciones con mejor respuesta ante riesgos emergentes. Las empresas que ignoran estos factores enfrentan crecientes vulnerabilidades regulatorias, reputacionales y operativas que impactan su viabilidad financiera y operación.

Con frecuencia, al momento de la toma



La rentabilidad integral de la sostenibilidad empresarial

de decisiones en un proyecto, nos preguntamos cuáles son los indicadores de rentabilidad (tasa interna de retorno, valor actual neto, etc.) que tiene dicho proyecto, y se selecciona por las alternativas que presentan mayores valores de rentabilidad económica/financiera. Lo que muy pocas veces nos preguntamos es que pasaría en el caso de no decidir hacerlo, aunque los indicadores económicos no sean tan representativos y tengan otros índices que garanticen la operación y funcionamiento seguro de la organización.

Quizás más significativo es el costo de oportunidad de no actuar. Las organizaciones que ignoran factores Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ASG) enfrentan riesgos crecientes: vulnerabilidad ante la pérdida de competitividad en mercados que priorizan la sostenibilidad, mayor exposición a interrupciones en cadenas de suministro por eventos climáticos, dificultad para atraer inversión responsable, pérdida en el compromiso del talento humano, problemáticas de acceso a recursos naturales, entre otros.

El cálculo del retorno de la sostenibilidad difiere de la comprensión tradicional

económica de calcular los indicadores económicos, ya que se incorpora factores más allá del ámbito financiero. El retorno de la sostenibilidad es una herramienta de la toma de decisiones empresariales que cuantifica los beneficios de triple impacto (incluida la financiera) en la organización a mediano y largo plazo. El retorno de la sostenibilidad servirá como métrica crítica de evaluación de éxito de las iniciativas y proyectos desarrollados; estas métricas estarán vinculadas a la resiliencia y continuidad de negocio, elevando el rendimiento de la organización. La evaluación del retorno de la sostenibilidad ayuda a las organizaciones a reducir sus riesgos ASG, y con esto poder acceder a financiamiento sostenible. De acuerdo con la tendencia actual de inversiones de tripe impacto, al menos el 89% de inversores incorporan factores ASG en la toma de decisiones.

Medir el retorno de las iniciativas y acciones de sostenibilidad es crucial para que

las empresas comprendan los beneficios de sus inversiones en gobernanza, protección social y ambiental. Sin embargo, las empresas enfrentan varios desafíos en este proceso, incluida la falta de métricas estandarizadas, las dificultades para cuantificar los beneficios intangibles y la complejidad de la recopilación de información interna y de las cadenas de suministro. Además, las expectativas de las partes interesadas pueden complicar la evaluación del retorno. Para reducir esta problemática existen herramientas y directrices que guían los procesos de evaluación y definición de los indicadores que una organización le interesa reportar de acuerdo con sus asuntos materiales.

La Organización Internacional de Normalización (ISO por sus siglas en inglés) ha publicado los principios de implementación de ASG (IWA 48) como una guía a la hora de integrar prácticas ambientales, sociales y de gobernanza en la cultura organizacional. Estas directrices no sólo ayudan a las organizaciones a mejorar su desempeño empresarial, sino a prepararse al lenguaje universal de evaluación y reporte de indicadores no financieros. La sostenibilidad empresarial ya no es una cuestión de moda, sino una necesidad estratégica que construye resiliencia y ventaja competitiva a largo plazo, equilibrando responsabilidad social y ambiental que genera rentabilidad económica y garantiza la continuidad del negocio.

Más que una etiqueta, un aval de compromiso corporativo

De acuerdo con el Foro sobre Estándares Sostenibles de las Naciones Unidas (UNFSS por sus siglas en inglés), las certificaciones de sostenibilidad o conocidas como “Normas Voluntarias de Sostenibilidad” (NVS, o VSS en inglés) especifican requerimientos que productores, vendedores, fabricantes, minoristas o proveedores de productos y servicios deben cumplir. Estos requerimientos abarcan aspectos como el respeto por los derechos humanos, la salud y seguridad de los trabajadores, el impacto medioambiental, relaciones con la comunidad, uso del suelo y otros.

Contar con una certificación supone varios impactos. Quienes cuentan con una pueden diferenciarse de su competencia, fortalecer su reputación corporativa, conquistar a clientes preocupados por el futuro, acceder a créditos especiales, desarrollar innovación en sus procesos y productos, entre otros. Pero el mayor impacto debe verse en mejoras en el ámbito ambiental o social de su zona de influencia o grupos de interés.

Procesos productivos certificados

Punto Verde es la marca institucional que otorga el Ministerio del Ambiente a personas naturales, jurídicas (del sector público o privado) y asociaciones comunitarias, comunidades u organizaciones, que optimicen el uso de recursos naturales en sus procesos y disminuyan el impacto ambiental.

La certificación se logra mediante la aplicación de buenas prácticas, así como la promoción de la economía circular inclusiva y la optimización de los recursos na-

EN UN MUNDO DONDE LA SOSTENIBILIDAD ES CLAVE, LAS CERTIFICACIONES SON LA BRÚJULA QUE GUÍA A LAS EMPRESAS HACIA PRÁCTICAS RESPONSABLES.



• **Certificaciones** •

turales. Las entidades pueden postular en cualquiera de estas iniciativas:

- Eco eficiencia
- Producción y consumo sostenibles
- Cambio Climático
- Modelos de Gestión
- Armonía paisajística con enfoque verde
- Investigación, innovación y tecnología
- Iniciativa ambiental destacada

(Economía Circular, construcciones sostenibles, campañas de comunicación que inciden en hábitos y comportamientos)

Una ventaja competitiva

Nelly Casaretto, directora general de AENOR Ecuador, empresa certificadora española presente en 86 países, asegura que las organizaciones ecuatorianas buscan principalmente acreditar su responsabilidad ambiental con la medición de su huella de carbono, y con la certificación de Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001 e ISO 50001 de Gestión Energética.

“Las certificaciones, en algunos casos son un requisito imprescindible para poder vender, ya sea por consideraciones legales o exigencias del mercado (los compradores lo solicitan), pero lo cierto es que la naturaleza de estas certificaciones tiene un carácter voluntario”, afirma Casaretto. Y es que para las empresas estos reconocimientos son una herramienta eficaz que contribuye a incrementar su competitividad, mejorar la satisfacción de los clientes y generar confianza.

Un distintivo para la gestión de residuos

La Unión de Gestores de Residuos y Desechos del Ecuador creó el Sello Buen Gestor, de la mano de CERES como desarrollador técnico. Este distintivo de excelencia demuestra el compromiso de una empresa gestora de residuos con la protección del medio ambiente y la sociedad, la reducción de impactos negativos, la eficiencia en la gestión de recursos y la promoción de la economía circular. Diferenciándose así frente a otros gestores ambientales.

Desde su lanzamiento en el 2024, más de 20 empresas se han registrado para iniciar su proceso de postulación.

CORTESÍA



INFORME

REVISTA DE EMPRENDIMIENTO, ECONOMÍA Y NEGOCIOS

EMPRESARIAL



**Somos
confianza,
credibilidad, compromiso
y responsabilidad.
Fortalecemos
su imagen
y reputación.**

EL UNIVERSO

Paute con nosotros:

Guayaquil: 0985830249

Jb.eluniverso@masmedios.com.ec

Quito: 02-2555-990





Propósito

**Primer lugar del sector financiero
en el ranking de empresas
más responsables **MERCO ESG**.**

Generamos valor con enfoque sostenible
para trascender en la vida de las personas.

En Pro de ti

Produbanco 
Grupo Promerica