

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN CUATRO AEROLINEAS DE AMÉRICA LATINA

Presentado por:
DIANA CAROLINA ÁLVAREZ CRISTANCHO

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
COLOMBIA
2014

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN CUATRO AEROLINEAS DE AMÉRICA LATINA

Presentado por:
DIANA CAROLINA ÁLVAREZ CRISTANCHO

Tutora:
CAROLINA ORTIZ RIAGA
Docente de tiempo completo

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
MONOGRAFIA OPCIÓN DE GRADO
COLOMBIA
2014

Tabla de contenido

Resumen	4
Introducción	4
Marco conceptual	5
Responsabilidad social empresarial	5
Global Reporting Initiative (GRI)	18
Objetivo General	20
Objetivos Específicos	20
Metodología	21
Resultados	22
Análisis de cada aerolínea	22
Análisis Comparativo	31
Conclusiones	35
Referencias	37

Resumen

La presente monografía muestra el resultado de una investigación realizada bajo el concepto de responsabilidad social empresarial, donde se observa la reseña histórica de su desarrollo y la aplicabilidad en cuatro aerolíneas latinoamericanas, tomando como base los análisis de reportes de sostenibilidad de los años 2011 y 2012. De acuerdo a la revisión documental realizada, se enfoca la investigación en aspectos medioambientales, ya que el transporte aéreo es una de las actividades principales generadora de CO₂ en sus operaciones.

Para complementar el desarrollo de la investigación se realizó un estudio del Pacto Global, específicamente en el área de medio ambiente tomando como dirección los tres principios que la componen.

Palabras claves:

Responsabilidad social empresarial, medio ambiente, pacto mundial empresarial

Introducción

El mundo en la actualidad está sufriendo las consecuencias que ha traído la contaminación ambiental, generada a través de los años por el crecimiento de la industria y la tecnología, crecimiento que ha carecido de unas políticas gubernamentales efectivas referentes a la preservación del medio ambiente, lo cual transforma en prioridad el estudio de las acciones que la sociedad pueda tomar sobre el tema, referenciando en nuestro entorno aquellas actividades que potencialmente son generadoras de contaminación. Al hacer un análisis de ellas, se pueden realizar aportes para disminuir su impacto ambiental.

La presente investigación corresponde al análisis del concepto de responsabilidad social empresarial en cuatro aerolíneas latinoamericanas, de acuerdo al análisis realizado a los reportes de sostenibilidad de los años 2011 y 2012 de cada una de las empresas, estudiando específicamente el manejo ambiental aplicado bajo los principios del Pacto Global y los indicadores del GRI.

La importancia del tema radica en el conocimiento que se puede obtener sobre la industria de la aviación, analizando los aportes que realiza esta industria para minimizar el impacto ambiental generado en sus operaciones, mostrando de esta forma lo primordial de aplicar la responsabilidad social empresarial con el fin de identificar las falencias en el control ambiental, generando alternativas con el fin de mejorar la efectividad de estos controles.

El análisis tiene como objetivo evidenciar el contenido de los reportes generado por las empresas, de acuerdo a los tres principios referentes al área de medio ambiente del Pacto Global, asociado estos con los indicadores del GRI. Se elaboró a una matriz comparativa, para poder tener una mejor referencia de las prácticas que realizan respecto al tema de medio ambiente

La importancia de la responsabilidad social empresarial en la administración de empresas radica, en la definición de pautas para realizar un correcto análisis que lleve a la organización a tener una mejor efectividad en sus procesos, de igual forma facilita la toma de decisiones, dirigidas a obtener como beneficio una favorable imagen corporativa.

Las organizaciones deben tener una cultura representativa en el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad, esta debe ser una política prioritaria reflejada en su misión institucional, su cultura institucional y sus estrategias de calidad

Marco conceptual

Responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social de la empresa es el compromiso que ésta tiene de contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general, es la capacidad de valorar las consecuencias que tienen en la sociedad las acciones y decisiones que se toman para lograr los objetivos y metas propias de las organizaciones. Toda empresa tiene la responsabilidad de encontrar un enfoque para los problemas sociales básicos que esté de acuerdo con su competencia y que ciertamente, convierta los problemas sociales en oportunidades para las empresas. (Martinez Herrera, 2005)

Edmund Burke (citado por Martinez, 2005), afirma que para alcanzar su visión empresarial, una compañía exitosa debe también tener una visión social una comprensión analítica de los asuntos sociales y comunitarios, de su impacto en la compañía y de las estrategias para alcanzar esa visión; la adecuada convivencia en una comunidad, la sensibilidad pública al daño ambiental, el estado de las relaciones racionales en una comunidad, la inhabilidad de los sistemas educativos locales para llenar las cambiantes necesidades de recurso humano de una compañía, el apoyo creciente de la comunidad a las regulaciones que afectan decisiones del negocio, el crimen, el consumo de drogas, etc. Son asuntos que pueden interferir en la capacidad de una compañía para crear y aun sobrevivir.

Una vez que la empresa comienza a hacer una planeación alrededor de su acción social responsable, debe escoger el mejor mecanismo de asignación de recursos según sus posibilidades, de forma tal que los programas no se vean afectados por los cambios económicos de la compañía. Los empresarios deberían apuntar al desarrollo comunitario y humano como mecanismo participativo para que los individuos mejoren sus niveles de calidad de vida.

El autor plantea que conviene realizar un balance social, es decir, una técnica de evaluación periódica y sistemática del personal de la empresa y de la proyección de ésta en el comunidad, con fines de información a los diferentes públicos, concertación a diversos niveles y planificación tanto del personal como del conjunto de actividades de la institución. En conclusión, por Responsabilidad Social Empresarial se entiende el compromiso de los empresarios con los valores éticos que dan un sentido humano al

empeño por el desarrollo sostenible, Hoy se busca que la RSE, sea parte de la estrategia de la empresa, integrando rendimiento económico, bienestar social y protección medioambiental. (Martinez Herrera, 2005)

Perdiguero & Garcia (2005) mencionan que en primer lugar debe destacarse que esta visión, propuesta por los poderes públicos europeos sobre las responsabilidades empresariales es congruente con las conclusiones de la investigación académica y con las líneas de desarrollo teórico de mayor interés, las que se atribuye un carácter normativo a dos líneas de fundamentación del concepto de RSE. La primera línea es la relacionada con el enfoque de los stakeholders o grupos participantes, con el que resulta poco discutible que, frente a la simplicidad de la visión imperante de la economía durante los años noventa, se ha recuperado con una cierta frescura la idea de la empresa como una institución compleja con obligaciones legítimas hacia sus propietarios y accionistas, pero también con responsabilidades innegables hacia el conjunto de los individuos y grupos involucrados y/o afectados por sus actividades y decisiones.

En este sentido, se propone que la responsabilidad concierne a la totalidad de las relaciones de las empresas con los grupos participantes y podría desplegarse en cuatro niveles. El primero nivel correspondería a la responsabilidad en las relaciones con los trabajadores y sobre la organización y la calidad del trabajo. El segundo la responsabilidad que afectan la calidad, seguridad y utilidad social de los productos y servicios. El tercer nivel junto a la contribución de la empresa al desarrollo social y el cuarto nivel corresponden a la actitud responsable, de honestidad e integridad de la empresa con el conjunto de los grupos participantes, especialmente con los consumidores.

La segunda línea de fundamentación del concepto de RSE es la relacionada con el avance y la creciente aceptación intelectual de las ideas sobre el desarrollo sostenible. Si con el enfoque de los grupos participantes se propone una visión más compleja sobre la gestión empresarial, al incorporar un principio de respeto y equilibrio entre todos los intereses y expectativas plurales que convergen en la empresa, con el desarrollo sostenible se introduce un nuevo principio normativo de responsabilidad que tiene un alcance mucho mayor que las obligaciones empresariales establecidas en la legislación reguladora de la actividad económica. (Perdiguero & Garcia, 2005)

Carapaica Gil. (2009) menciona que existen tres elementos fundamentales para la creación del consenso de la RSE.

1. Voluntariedad:

El desarrollo de las acciones de responsabilidad social empresarial debe ser voluntario por parte de las empresas, basándose en la idea central de que las mismas son organizaciones que responden a criterios éticos de comportamiento, los cuales son moldeados día a día en su interacción con el entorno, conformando una cultura ética empresarial adecuada a las realidades, exigencias y requerimientos de los llamados grupos de interés o "stakeholders".

2. Identidad y Sostenibilidad:

La responsabilidad social empresarial debe ser necesariamente entendida como un esquema integral de responsabilidades compartidas entre todos los actores que concurren en la actividad empresarial, quienes conforman una compleja red de relaciones y de valores en cada uno de los eslabones de la cadena de valor. La cadena de valor empresarial, más que una herramienta para la evaluación de las ventajas competitivas, es un mecanismo de apoyo para el desarrollo de las acciones de responsabilidad social empresarial, permitiendo la identificación del impacto económico, social y medioambiental de los procesos, la evaluación de sus fortalezas opciones, debilidades y amenazas, así como el diseño y la implementación de las estrategias y cursos de acción que permitan alcanzar el desarrollo sostenible.

3. Relación con los "grupos de interés"

Los cambios generados a nivel internacional en el entorno de negocios han desplazado el enfoque tradicional de la empresa basada en los accionistas ("shareholders") por el enfoque de los grupos de interés ("stakeholders"), bajo el cual se asume que las empresas no rinden cuentas única y exclusivamente a sus accionistas, sino que también deben tomar decisiones compartidas con todos los actores sociales de su entorno, empleados, proveedores, gobiernos nacionales y regionales, clientes, consumidores y organizaciones sociales, entre otros.

La RSE renueva la concepción de la empresa, otorgando a ésta una dimensión amplia e integradora, que va más allá de la mera cuestión económica en la que se incorpora perfectamente la triple faceta de la sostenibilidad económica, social y medioambiental. El desarrollo sostenible se sitúa como fin a alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable, en el que los distintos grupos de interés, stakeholders, son el centro de atención esencial para la gestión.

El principio de transparencia constituye la pieza básica en la que se sustenta el comportamiento socialmente responsable de las organizaciones, las organizaciones poco transparentes no asumen el concepto ni los objetivos de la RSE. Los recientes escándalos financieros han mostrado la necesidad de profundizar en este aspecto desde un enfoque amplio.

Las regulaciones y normativas, han centrado principalmente su interés en un solo grupo de interés, los inversores. El gobierno corporativo socialmente responsable, sin embargo, busca la satisfacción de todos los grupos de interés, mediante el establecimiento de relaciones de poder equilibradas, asociando la creación de valor económico para el accionista con el compromiso social de la actividad empresarial. La dirección estratégica de la empresa orientada a satisfacer necesidades diversas, a veces contrapuestas, de los distintos grupos de interés, introduce factores diferenciales de innovación, que desarrollados adecuadamente con los aspectos de dirección y gestión, otorgan a la empresa ventajas competitivas duraderas.

Husted, (2003) afirma que el concepto de RSE debe asociarse más a un movimiento en proceso como un medio de transformación social, que a un concepto en búsqueda de definición. Por consiguiente, al realizar cualquier estudio en el ámbito de la responsabilidad social empresarial es necesario tener en cuenta que las definiciones habituales se desprenden principalmente en tres dimensiones del término de RSE: la sociedad, la responsabilidad y sector empresarial. Todos ellos están sometidos a cambios continuos que son determinantes de su evolución conjunta.

La toma de conciencia de la responsabilidad social empresarial, parte del reconocimiento de que una empresa no es solamente una institución que se dedica a vender productos o servicios para obtener ganancias, sino que dependiendo y nutriéndose de su entorno, se espera que influya positivamente en éste. En ocasiones se ha dicho que la empresa debe ser un ente de naturaleza social, con una misión de servicios de comunidad y con un compromiso de solidaridad y preocupación por el bienestar colectivo empresarial acerca de los mismos. Se espera que la empresa actual se ocupe, no sólo de su crecimiento económico, sino también del bienestar comunitario.

En la ética empresarial que se origina en esta concepción, las utilidades constituyen una justa retribución al capital y contribuyen al desarrollo de la sociedad a través de la justa remuneración del trabajo, de equilibrar su división entre el tiempo de dedicación y la realización personal de los trabajadores, de respetar el medioambiente, de aportar tangibles e intangibles a colectivos desfavorecidos y a través de muchas otras acciones.

Cuando las empresas son socialmente responsables, los beneficios no sólo repercuten en su gestión y resultados económicos, sino que también revierten a la sociedad. La responsabilidad social puede influir en diversas áreas por ejemplo, desde contribuir a la democracia a reforzar el respeto de los derechos fundamentales, pasando por la mejora de la cohesión social, la lucha contra la pobreza, la ayuda al desarrollo, fomentar el respeto de las condiciones de competencia, tecnológica, propiciar la innovación o preservar el medioambiente.

Las prácticas de la responsabilidad social empresarial son transversales y graduales en relación a las posibilidades de la empresa, manteniendo siempre como base una gestión responsable del negocio, que en ningún caso es exclusiva de las grandes compañías. (Tefarikis, 2009). Beneficios para las empresas derivadas de la adopción de la responsabilidad social empresarial.

Mejora la imagen y reputación de una empresa, se destaca la preferencia de los consumidores por las empresas comprometidas con el medioambiente o sociales, en la actualidad no hay duda de que los resultados de las empresas dependen a menudo de la reputación e imagen de ellos.

Asegura mayor satisfacción de los clientes, las empresas que mejoran su funcionamiento social interno, aseguran en la mayoría de los casos, un servicio más adaptado a lo que pide el cliente.

Distintos estudios han comprobado que si se estimula la productividad de los trabajadores, generando flexibilidad en los horarios, la salud, respeto, diversidad en el lugar de trabajo, tienen un impacto positivo en la productividad. (Tefarikis, 2009).

Una visión objetiva de la responsabilidad social empresarial requiere evaluación y medición, pero dadas las actuales características de la economía, las empresas deben preocuparse no sólo de mostrar qué es lo que hacen con las utilidades que obtienen, sino, además con las que obtienen, para lo que es necesario estudiar todo el proceso de negocio que éstas desarrollan. (Morales, 2009). El modelo propuesto por Morales y sus colaboradores, distingue tres niveles bajo los cuales debe desarrollarse la responsabilidad social empresarial.

1. Nivel Institucional
2. Nivel de eficiencia operativa
3. Nivel filantrópico

El nivel institucional, determina el comportamiento mínimo que cada sociedad espera y puede exigir por parte de las empresas en cuanto el cumplimiento de las leyes, políticas, contratos códigos de conducta y acuerdos de negocio.

El segundo, establece relaciones eficientes, en cuanto procura que el mayor retorno del capital invertido en un negocio provenga de una combinación eficiente de los factores productivos. Ellos se traducen en un comportamiento responsable con trabajadores, proveedores y consumidores

El tercero, establece que las empresas pueden verse comprometidas con la sociedad, relacionándose de manera responsable con ella.

Peinado-Vara, (2006) plantea, al examinar la situación de la responsabilidad social empresarial de las empresas en Latinoamérica, que es difícil generalizar. La realidad económica y social a la que se enfrentan los países de la región es muy distinta. Lo mismo ocurre en los distintos enfoques de la RSE. Las prácticas empresariales responsables han sufrido una evolución desde la filantropía empresarial más tradicional pasando por la ciudadanía corporativa hasta llegar a los comportamientos responsables como parte de la estrategia empresarial desde la óptica de América Latina.

El continente ha despertado con respecto a la responsabilidad social empresarial, si bien es cierto que otras regiones del mundo se encuentran por delante y que América Latina, independientemente del nivel de su desarrollo económico, se encuentra más rezagada. En la mayoría de los casos las empresas que se destacaron son las más grandes y entre éstas sobresalen las que reciben instrucciones de su casa matriz.

Las prioridades para las empresas y las expectativas de las partes interesadas en Latinoamérica son similares a la de los países desarrollados. Existen temas universales como el medioambiente, derechos humanos, condiciones laborales y trabajo forzado que cobran mayor importancia.

✓ Medioambiente

En el caso del impacto ambiental, algunas grandes empresas han tomado iniciativas para reducir las emisiones dañinas o el consumo de recursos energéticos e hídricos. Este es el caso de CEMEX aunque se trate más de una excepción que de la norma general. Como empresa multilateral productora y distribuidora de materiales de construcción y cemento. Sus operaciones tienen un impacto medioambiental muy significativo en emisiones de CO₂, uso intensivo de energía, impacto de las canteras, transporte y otros procesos. La compañía ha desarrollado un sistema de gestión de la sostenibilidad que incluye usar materiales sustitutos que necesiten de menos energía en su proceso.

En el mismo campo medioambiental, un tema relevante para países como Brasil y Colombia es la pérdida de la biodiversidad. Natura en Brasil es una compañía de cosméticos e higiene personal con un sistema de venta directa a través de vendedores en más de 5.000 ciudades. La empresa busca contribuir al desarrollo sostenible enfocándose en la conservación ambiental y la biodiversidad. Peinado-Vara. E. (2006).

Peinado-Vara, (2006) plantea que es posible que existan diferentes enfoques a la hora de promover la responsabilidad social empresarial en Latinoamérica y el Caribe pero si se trata de convencer a los empresarios o gerentes de las empresas nada mejor que utilizar argumento empresarial. La Responsabilidad social empresarial no es sólo rentable, es necesaria para mejorar la competitividad de las empresas y contribuir a mejorar la vida de muchas personas. En situaciones económicas desfavorables aparece una oportunidad única para pensar qué provocó la situación por la que Latinoamérica no puede ignorar los temas de transparencia y gobernabilidad corporativa. Sin duda alguna, el tema ambiental cobra cada día mayor importancia, pasando prácticas filantrópicas a imperativos de la sociedad para revertir los daños causados al medio ambiente y garantizar la sustentabilidad de la sociedad. No obstante, a pesar de ellos aún se evidencia en algunos sectores empresariales que el tema de la conservación está presente en el discurso, pero todavía en la práctica el tema está relativamente integrado a la estrategia central de los negocios.

Según Cecilia Córdoba. (2010) en materia ambiental, el sector empresarial se enfrenta a dos retos: por un lado debe incorporar el componente ambiental en la estrategia de la empresa realizando inversiones en investigación y desarrollo de tecnologías limpias, modificaciones de procesos, gestión de residuos, reciclaje, ahorro energético y manejo del agua entre otros y por las empresas deben posicionarse competitivamente en un mercado en expansión.

Para emprender esos retos las empresas están comprendiendo que no contar con una política de gestión ambiental significa una amenaza para el crecimiento económico y el bienestar de la población.

Al respecto considera Roberto Artavia (2010) que en la definición del plan de acción y de las estrategias de las empresas, el balance ambiental constituye un elemento clave para el desarrollo sostenible y debe contemplar las siguientes áreas, la conservación intergeneracional del ámbito ambiental, el manejo y uso sostenible de la biodiversidad, la administración de los recursos críticos, la eco eficiencia y los cambios en los sistemas de medición.

Gestión ambiental empresarial:

La gestión ambiental hace referencia a las actuaciones de una empresa que contribuyen a mejorar la calidad ambiental al reducir el impacto de la actividad empresarial sobre el medio ambiente. El medio ambiente es el entorno en el que una organización opere. La gestión ambiental empresarial es el pilar fundamental para convertir a la empresa en una organización amigable con el medio ambiente y una carencia de esta lleva a consecuencias económicas adversas para la empresa.

Por el contrario, se puede establecer procesos que permite una mejora constante de las actividades de la empresa enmarcadas dentro de metas específicas, elevando al mismo tiempo su competitividad. El primer paso siempre debe ser asegurarse que la empresa cumpla con las leyes nacionales y luego busque nuevas formas de mejorar su relación con el medio ambiente.

La definición de la estrategia ambiental de la empresa implica asumir los principios del desarrollo sostenible, lo cual según Ogalla Segura conlleva los siguientes compromisos.

- ✓ Satisfacer las necesidades de las partes interesadas sin comprometer las posibilidades de que futuras generaciones puedan satisfacer sus necesidades.
- ✓ Adoptar los principios del desarrollo sostenible voluntariamente, antes de que obligue la ley, porque es de interés a largo plazo.
- ✓ Aceptar las propuestas de la responsabilidad social empresarial, como centro de la estrategia de la gestión de la organización Ogalla Segura (2009)

Las empresas están variando sus estrategias tradicionales por unas de carácter sostenible en función de la rentabilidad que ofrecen estas últimas, especialmente en el largo plazo y por la eficiencia que puede aportarle la adopción de mejores prácticas de producción, comercialización, adquisición de insumos, relación de las partes involucradas e interesadas, manejo de clientes, disponibilidad de recurso para inversiones responsables, entre otros.

Oportunidades empresariales entorno ambiental:

Una de las oportunidades de las que han echado mano las empresas es manejar la tecnología como estrategia empresarial para incrementar la productividad y reducir los costos ambientales, a través de plantas de tratamiento para evitar la contaminación de las aguas, el tratamiento de residuos tóxicos y peligrosos, entre muchas otras acciones. Puesto que consideran que la contaminación puede evidenciarse la ineficiencia de la empresa y llevar al traste su actividad productiva y su participación en el mercado.

Zopatti, (2010) sostiene que dependiendo del tipo de acción a desarrollarse serán diferentes las inversiones que las compañías deberán realizar. Algunas de ellas, campañas de concientización o buenas prácticas, pueden requerir menores inversiones que un proceso de reconversión industrial o un nuevo desarrollo de un servicio. Sin embargo, no siempre es claro el resultado final de una acción, ya que en muchos casos la imagen de una compañía puede verse influenciada por acciones en un plazo y ante condiciones diferentes a las esperadas.

Toda empresa debe tener claro que la responsable realización de prácticas y actividades para el desarrollo de su operación contribuye en gran medida tanto a su desarrollo sostenible como a la conservación y preservación del ambiente natural en el que se desenvuelven, por el cual es indispensable considerar que el grupo de interés medioambiental juega un papel importante dentro de la operación empresarial y que la reducción de los impactos negativos en sus procesos, favorece la misma.

Las empresas operan en el entorno en el cual debe manifestar un comportamiento ético para todas las entidades y personas involucradas en los procesos económicos, buscando siempre reducir aquellos impactos negativos que desfavorecen la conservación del medio ambiente. La responsabilidad social empresarial busca que las empresas integren aspectos medioambientales en sus objetivos y estrategias incorporando prácticas más sanas dentro de sus procesos productivos a través de mejores condiciones no solo al interior de la unidad económica, sino también al exterior.

Francisco Noguera Rocha, docente de la Universidad Sergio Arboleda, presentó un proyecto que busca establecer un conjunto de disposiciones que promuevan la responsabilidad social de las empresas con relación a la protección, mantenimiento y conservación del medio ambiente en el distrito capital.

“La responsabilidad social empresarial se puede definir como el compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, el bienestar, y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general. Es un asunto en donde la empresa no sólo ha de tener una visión empresarial, sino también una visión social para optimizar sus resultados en un contexto dado” Noguera (2013).

Max-Neef, (2000) uno de los más prestigiosos economistas alternativos y ecológicos, señala que “en la contabilidad macroeconómica no se incluyen los servicios ambientales prestados por la naturaleza, es decir, la absorción gratuita de contaminantes, su capacidad de proporcionar agua, energía, elementos y compuestos

químicos, riqueza genética. Esas condiciones naturales de la producción permanecen invisibles para los economistas. Sólo si son destruidas, sólo al surgir una percepción social de que la economía ha entrado en colisión con la ecología, sólo entonces algún que otro economista empieza a musitar algo acerca de las "externalidades" y la atribución de "derechos de propiedad" sobre la naturaleza

Por lo tanto la responsabilidad social de las empresas tiene que ver fundamentalmente con las decisiones de las organizaciones que afectan a terceros, es decir, son las acciones de la organización para influir en la sociedad en la que existe. En materia del ambiente natural se necesita de una normatividad que garantice un desarrollo sostenible, entendido este como el enfoque en el que las organizaciones realizan actividades que se pueden sostener a largo plazo o renovarse a largo plazo en forma automática. El desarrollo sostenible se fundamenta en la premisa "Satisfacción de necesidades en el presente sin comprometer la capacidad para satisfacer las necesidades de las generaciones futuras"

Cada vez las empresas se preocupan más por el medio ambiente, algo que lleva a que se busquen mecanismos para mitigar el impacto y reducir los altos niveles de contaminación. La reconocida empresa norteamericana Google no se queda atrás en ese compromiso, al revelar datos de sus emisiones de carbono y políticas verdes, la empresa logro rebajar su huella de carbono un promedio de un 10% desde el año 2009. El cálculo de la huella de carbono, es algo que toma cada vez mayor importancia, ya que busca concretar el total de gases de efecto invernadero que emiten las empresas de forma directa o indirecta.

La Responsabilidad Ambiental Empresarial (RAE) es un área específica de la RSE, que trata de considerar todos los impactos ecológicos que generan la producción y operaciones de las empresas, maximizando los positivos y minimizando los negativos.

La preocupación por la conservación y protección del medioambiente es un objetivo compartido por toda la sociedad, no sólo a nivel local, regional, sino también a nivel global en concreto, la UE cada vez pone más medios y recursos para la implementación de las buenas prácticas medioambientales en las empresas. Las buenas estrategias de RSE en general, y de RAE en particular, pueden suponer importantes beneficios, tanto para la sociedad y el medio ambiente, como para la empresa que las lleva a cabo. Actualmente muchos inversores requieren que los proyectos a financiar sean neutrales a los impactos sobre la biodiversidad y el medio ambiente cuando menos, y si aportan impactos positivos mejor.

Y cada vez más los consumidores tienen más en cuenta las buenas prácticas ambientales de las empresas. Por tanto, la relación de la empresa con el medio ambiente es un factor fundamental para la competitividad, tal y como reflejan numerosos informes de prestigiosas instituciones

Nuestro país dispone de recursos naturales y culturales muy ricos y diversos, que están íntimamente ligados. Esto hace fundamental que se implemente la visión holística e integradora de la restauración ecológica en las estrategias medioambientales de las empresas, incluida la RSE, para poder aprovechar los fondos que se destinan a ellas de forma adecuada y eficiente. De este modo no sólo se generan beneficios aislados para el medio ambiente, si no también beneficios económicos y sociales.

Es fundamental destacar en este punto la importancia de hacer una gestión adecuada y eficaz de las estrategias de RAE en la empresa, para poder optimizar los recursos destinados a las mismas. Un ejemplo muy ilustrativo de esta eficacia en RAE es el de la empresa Häagen Dazs, cuyos helados se realizan exclusivamente con productos naturales. Aproximadamente el 50% de sus ingredientes dependen de la polinización de las abejas. Dado que las abejas están desapareciendo a gran velocidad, el suministro de los productos necesarios para sus helados puede verse afectado. Häagen Dazs fue capaz de detectar en este hecho una oportunidad tanto para invertir en RAE como para mejorar el proceso productivo de sus ingredientes. Mejoró dos aspectos importantes de su empresa con una sola acción: crear una página web para ayudar a que las abejas sigan polinizando los cultivos que son la base de su industria. Una solución sencilla, barata y eficaz, que además beneficia a otros sectores que dependen también del servicio eco sistémico de la polinización.

Es necesario dejar atrás el mito de la separación entre medio ambiente y sociedad, crear alianzas entre los distintos actores sociales y ambientales, y que las empresas sean conscientes de que los ecosistemas no tienen únicamente un valor estético, sino que dependen de ellos y de los servicios que éstos ofrecen (productivos, educativos, culturales, sanitarios).

Gómez, Fontanills. (2012) sostiene que la responsabilidad social y sostenibilidad empresarial el aspecto medioambiental es de aplicación a cualquier tipo de organización y no solo a aquellas cuya actividad tiene una clara relación con el uso de recursos naturales. Algunas industrias, como por ejemplo la energética, tienen un impacto obvio medioambiental, pero en realidad toda organización genera impactos medioambientales.

Estos impactos pueden ser negativos, cuando su actividad produzca efectos adversos en el medio ambiente (como por ejemplo, la generación de residuos), pero también positivos (como por ejemplo, el proceso de reforestación de un bosque después de un incendio). Las empresas responsables son aquellas que integran la gestión ambiental en la gestión de la empresa con el objetivo de eliminar, al menos minimizar y mitigar sus impactos negativos en el medio ambiente y potenciar los positivos.

Integrar la gestión ambiental en la empresa puede mejorar su competitividad y obtener entre otras, las siguientes ventajas.

Reducir costes para la empresa y el usuario final, al mejorar la eco-eficiencia de la organización, o lo que es lo mismo, la reducción de la cantidad de recursos necesarios para realizar el mismo producto o servicio. Generar nuevas fuentes de ingresos, como por ejemplo, identificando residuos que puedan ser utilizados por otras empresas como materias primas y por tanto, además de suprimir los gastos de su gestión, obtener un ingreso por la venta de los mismos;

Participar en la cadena de valor de otras organizaciones (como proveedores y clientes), incluyendo las administraciones públicas, que han empezado a incluir cláusulas ambientales en sus procesos de compra y contratación. Desarrollar productos y procesos innovadores de mayor calidad a través de incorporar la variable ambiental en el proceso de diseño, lo que los diferenciará de los de la competencia, posibilitará acceder a nuevos mercados, etc.;

Mejorar su reputación, lo que puede permitir conseguir más clientes y reducir el riesgo de perder los que tiene debido a una mala imagen de la empresa. Una organización responsable enfoca su actividad de tal forma que potencia sus impactos medioambientales positivos y elimina o mitiga los negativos, lo cual mejorará su competencia y sostenibilidad.

Los temas que una empresa debería considerar referente a aspectos medioambientales y las acciones que puede tomar al respecto, se pueden resumir como sigue:

Eficiencia en el consumo de recursos: El consumo ineficiente de recursos conlleva un gasto innecesario para una empresa. Un uso más eficiente de recursos reportará por sí mismo un ahorro en costes. Desde una perspectiva solidaria, una empresa responsable debe esforzarse en eliminar o minimizar su consumo de recursos, especialmente aquellos que actualmente son limitados de los que, para el futuro se prevé una creciente escasez. Además, esto también resultará en un beneficio económico futuro para la empresa, porque a medida que se incremente la escasez de un determinado recurso, también aumentará su precio. En la medida que una empresa pueda disminuir su dependencia de un determinado recurso también estará potenciando su propia sostenibilidad.

Cambio climático y emisiones de efecto invernadero: El cambio climático y emisiones de efecto invernadero nos afecta a todos. Las empresas responsables ponen en práctica acciones más allá de sus obligaciones legales para adaptarse al cambio climático y reducir sus emisiones de efecto invernadero.

Generación y gestión de residuos: La generación de residuos es la otra cara de la moneda del consumo de recursos. Obviamente cuanto menos se consume, menos residuos con efectos nocivos se generarán y menos será necesario eliminar. La empresa responsable intentará minimizar la generación de residuos como consecuencia de su actividad, y gestionará los que se produzcan de la forma menos dañina y más respetuosa para el medio ambiente.

Biodiversidad y espacios naturales: Conservar la biodiversidad existente en el planeta no sólo es importante desde el punto de vista ecológico, sino también desde el punto de vista económico, al ser fuente de materias primas. Por eso, el uso de los recursos naturales debería hacerse de una manera sostenible, es decir, de manera que permita nuestro desarrollo sin comprometer el desarrollo de las generaciones futuras. El impacto sobre la diversidad vendrá determinado por el tipo de actividad llevada a cabo (p.ej. una industria extractiva tendrá un mayor riesgo de generar un impacto en la biodiversidad que una empresa de servicios) y por cómo se realice dicha actividad (p.ej. una agricultura intensiva genera un mayor impacto negativo, en el medio, que una agricultura ecológica). Una estrategia para preservar la biodiversidad debe integrar elementos tanto de prevención y gestión, como de restauración de daños, provocados por las actividades de la empresa.

Eco-diseño y análisis de ciclo de vida: El eco-diseño es aquel diseño que considera los impactos ambientales en todas las etapas del proceso de diseño y desarrollo de productos (y servicios) para lograr productos (y servicios) que generen el mínimo impacto ambiental posible a lo largo de todo su ciclo de vida. La importancia de este concepto reside en que muchos de los impactos de un producto no se generan en su fase de fabricación, sino en otras etapas de su ciclo de vida (por ejemplo, el 90% de los impactos de un coche se generan en su fase de uso). Por tanto, un análisis del ciclo de vida nos permitirá detectar en qué fase del ciclo de vida del producto se generan las principales cargas ambientales y en consecuencia qué aspectos del sistema evaluado deberían centrar los esfuerzos de mejora ambiental.

Sensibilización y educación ambiental: La formación y sensibilización ambiental son elementos claves para que una empresa pueda mejorar continuamente su comportamiento ambiental. Es un tema transversal, es decir, que afectará en mayor o menor grado a todas las personas que forman parte de la empresa, y por eso es recomendable elaborar un plan de formación a partir de la detección de las necesidades de formación de todo el personal, que debe estar relacionado, además, con aquellos aspectos que la empresa haya identificado como significativos y que pretenda mejorar. Gómez, Fantanillis. (2012).

Libro verde de la comisión Europea (2002) afirma que aunque cada vez hay más empresas que reconocen su responsabilidad social, muchas de ellas aún no han adoptado las prácticas de gestión pertinente. Cuando las empresas tienen que integrar la responsabilidad social en la gestión cotidiana de toda su cadena de producción, sus

trabajadores y directivos necesitan medidas de formación y reciclaje para adquirir las cualificaciones y competencias necesarias. Las empresas pioneras pueden ayudar a generalizar las prácticas socialmente responsables difundiendo las mejores prácticas.

Aunque la responsabilidad social sólo puede ser asumida por las propias empresas, las demás partes interesadas, en particular los trabajadores, los consumidores y los inversores pueden desempeñar un papel fundamental en su propio interés o en nombre de otros interesados en ámbitos tales como los de las condiciones laborales, el medio ambiente o los derechos humanos, las empresas deben adoptar prácticas socialmente responsables. Esto requiere una verdadera transparencia sobre el comportamiento social y ecológico de las empresas.

La disminución del consumo de recursos o de los desechos y las emisiones contaminantes puede reducir el impacto sobre el medio ambiente. También puede resultar ventajosa para la empresa al reducir sus gastos energéticos y de eliminación de residuos y disminuir los insumos y los gastos de descontaminación. Distintas empresas han determinado que un menor consumo de materias primas puede redundar en un aumento de la rentabilidad y competitividad.

Pacto Global

El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. Por su número de participantes, 12,000 en más de 145 países, el Pacto Mundial es la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo. El Pacto es un marco de acción encaminado a la construcción de la legitimación social de las corporaciones y los mercados. Aquellas empresas que se adhieren al Pacto Mundial comparten la convicción de que las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades más prósperas.

Las empresas, el comercio y la inversión son pilares esenciales para la paz y prosperidad. Pero en muchas áreas las empresas están ligadas a serios dilemas, como pueden ser la explotación, la corrupción, la inequidad y otras barreras que frenan la innovación y el espíritu empresarial. Las acciones empresariales responsables construyen confianza y capital social, al mismo tiempo que contribuyen al desarrollo y mercados sustentables.

El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria que incluye dos objetivos:

1. Incorporar los diez principios en las actividades empresariales que la empresa realiza, tanto en el país de origen, como en sus operaciones alrededor del mundo.
2. Llevar a cabo acciones que apoyen los objetivos de desarrollo de Naciones Unidas, como por ejemplo los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Para lograr este objetivo, el Pacto Mundial ofrece oportunidades de aprendizaje y participación, a través de mecanismos diversos, tales como diálogos sobre políticas, entrenamiento en temas puntuales, participación en redes locales y alianzas para proyectos. Los diez principios del pacto Mundial, están basados en declaraciones y convenciones universales aplicadas en cuatro áreas.

Derechos Humanos

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia
2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos

Estándares Laborales

3. Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación

Medio Ambiente

7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promueven una mayor responsabilidad ambiental
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Anticorrupción

10. Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno. (United Nations Global Compact, 2007).

Global Reporting Initiative (GRI)

La Iniciativa del Reporte Global, en inglés Global Reporting Initiative (GRI) es una organización creada en 1997 por la convocatoria de la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (PNUMA). El GRI ha desarrollado la “Guía para la elaboración de un informe de sostenibilidad”, cuya primera versión surgió en el 2000, la segunda en el 2002 y la tercera en el 2006. Su misión es mejorar la calidad, rigor y utilidad de los

reportes de sustentabilidad para que alcancen un nivel equivalente al de los reportes financieros. Se basa fundamentalmente en la implementación del triple balance económico, social y medioambiental.

Los informes elaborados en base al GRI sostienen 4 principios Principios para determinar los asuntos e Indicadores sobre los que la organización debería informar:

1. Materialidad: La información contenida en la memoria deberá cubrir aquellos aspectos e Indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquéllos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

2. Participación de los grupos de interés: La organización debe identificar a sus grupos de interés y describir en la memoria cómo ha dado respuesta a sus expectativas e intereses razonables.

3. Contexto de sostenibilidad: Se consulta sobre la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora o al deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional o global. La mera información sobre las tendencias del desempeño individual (o sobre la eficiencia de la organización) no dará respuesta a esta pregunta.

4. Exhaustividad: La cobertura de los Indicadores y la definición de la cobertura de la memoria deben ser suficientes para reflejar los impactos sociales, económicos y ambientales significativos y para permitir que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la organización informante durante el periodo que cubre la memoria.

Principios para garantizar la calidad y la presentación adecuada de la información divulgada.

1. Equilibrio: La memoria deberá reflejar los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.

2. Comparabilidad: Se deben seleccionar, recopilar divulgar los aspectos y la información de forma consistente. La información divulgada se debe presentar de modo que permita que los grupos de interés analicen los cambios experimentados por la organización con el paso del tiempo, así como con respecto a otras organizaciones.

3. Precisión: La información debe ser precisa y suficientemente detallada como para que los diferentes grupos de interés de la organización puedan valorar el desempeño de la organización informante

4. Periodicidad: La información se presentará a tiempo y siguiendo un calendario periódico de forma que los grupos de interés puedan tomar decisiones con la información adecuada

5. Claridad: La información debe exponerse de una manera comprensible y accesible para los grupos de interés que vayan a hacer uso de la memoria

6. Fiabilidad: La información y los procedimientos seguidos en la preparación de una memoria deberán ser recopilados, registrados, compilados, analizados y presentados de forma que puedan ser sujetos a examen y que establezcan la calidad y la materialidad de la información.

Este trabajo está enfocado sobre los principios del medio ambiente, descritos en United Nations Global Compact, que a continuación se mencionan:

Principio 1: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente

Principio 2: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promueven una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 3: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente. (Instituto de ética y calidad en el agro, 2006).

La reseña histórica evidencia que los temas investigados para el desarrollo de esta monografía, como lo es Responsabilidad Social Empresarial, el Pacto Global y el GRI, son fundamentales en la estructura de la compañía para contribuir al mejoramiento de calidad de vida del empleado, de su familia, y de la comunidad en general; Y fomentar así iniciativas para que los problemas sociales, sean oportunidades de mejoramiento, en factores como, bienestar social, protección ambiental y rendimientos económicos.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la responsabilidad social empresarial de cuatro aerolíneas latinoamericanas, en lo que se refiere a acciones tendientes al cuidado del medio ambiente.

Objetivos Específicos

Realizar una revisión documental de los informes de sostenibilidad de las cuatro aerolíneas para identificar sus prácticas de responsabilidad social empresarial.

Diseñar una matriz de análisis de la información concerniente a prácticas de manejo medioambiental.

Comparar las prácticas medioambientales de las cuatro aerolíneas estudiadas

Metodología

Se realizó una investigación descriptiva de tipo documental en la que se analizarán los informes de sostenibilidad de las cuatro compañías escogidas, que materializa la actitud responsable y comprometida que mantiene con sus grupos de interés y la sociedad. Para su construcción fueron utilizados los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI) versión 3, denominada GRI G3, considerando un nivel de auto declaración "B" con base en los contenidos reportados.

Para entender mejor su sentido, cabe explicar que los diferentes reportes cubre los aspectos económicos, sociales y medioambientales más importantes para las compañías a tratar en esta investigación, así como también permite la identificación de los riesgos e impactos generados por las operaciones de las Compañías, Su contenido incluye información agregada a nivel corporativo (negocio de pasajeros, negocio de carga y otros negocios)

Tanto la estructura como los contenidos mostrados en los reportes, son el resultado de un proceso de análisis de temas ambientales, sociales y económicos relevantes o materiales para la Compañía. Este análisis dio como resultado un mapeo de aspectos según el nivel de importancia para la empresa y el grado de madurez de dichos temas.

Se procedió a realizar la investigación del concepto de responsabilidad social empresarial, analizando qué aerolíneas estaban aptas para el estudio de acuerdo a los reportes emitidos por ellas. Posteriormente se realizó un estudio documental en el que se analizaron los diferentes informes de sostenibilidad de las cuatro compañías, tomando como referencia los años 2011 y 2012. Se extractaron de los informes, los indicadores de manejo medio ambiental y se elaboró una matriz que se analizó de acuerdo a los principios del Pacto Global y los indicadores del GRI, con el fin de determinar cuál de las compañías tenía un mejor comportamiento frente al medio ambiente.

Para revisar cada una de las cuatro aerolíneas se realizaron unos cuadros comparativos donde se evidencia los avances de 2011 y 2012. Bajo tres categorías:

1. Tecnología
2. impactos ambientales
3. iniciativas de mejoramiento

Resultados

Análisis de cada aerolínea

LAN AIRLINES

Es una aerolínea chilena que opera un grupo de compañías aéreas con sociedades en ARGENTINA, COLOMBIA, ECUADOR y PERÚ, ofrece destinos en Latinoamérica, Norteamérica, el caribe, Oceanía y Europa. Tiene su sede en CHILE, región metropolitana, su base de operaciones está en el aeropuerto Internacional Comodoro Arturo Merino Benítez desde el año 2000, es miembro activo de la alianza Oneworld y tiene varios acuerdos con otras aerolíneas, lo que le permite cubrir una gran cantidad de destinos en el mundo, sus centros de conexión son Santiago, Lima, Buenos Aires-Aeroparque, Quito, Guayaquil, Miami, Madrid y Bogotá.

Fundada el 5 de marzo de 1929 por el gobierno chileno como línea Aérea Nacional, pronto se transformó en LAN CHILE, tras la apertura a diferentes mercados (que derivarían en la creación de LAN PERÚ, LAN ECUADOR y LAN ARGENTINA), cambió de nombre y pasó a llamarse LAN Airlines en 2005.

A continuación se presentan las prácticas realizadas por LAN, manifestadas en su informe de sostenibilidad, de acuerdo a los indicadores GRI

Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Categoría: TECNOLOGIA

INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2011	INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2012
En este año la compañía cuenta con una flota moderna Boeing 737 que permite disminuir las emisiones contaminantes.	En este año la compañía incorporo una nueva tecnología llamada Boeing 787, donde su eficiencia es más alta en el ahorro del combustible.
	Esta tecnología disminuye la emisión de gases de CO2, pero también mejora los niveles de ruido, consumo de agua y energía, razón por la cual logra mejorar el impacto ambiental para este año.
Consta de 135 aviones de pasajeros y 14 aeronaves de carga	Consta de 147 aviones de pasajeros y 16 aeronaves de carga

En esta categoría tecnológica, se evidencia avance en el año 2012, en la mejora de la RSE y en el impacto del medio ambiente. Esta compañía denota una evolución progresiva con iniciativas que contribuyen al bienestar en la sociedad.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental

Categoría: IMPACTOS AMBIENTALES

INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2011	INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2012
<p>Se usa combustible tradicional, llamado jet A1, cuyo consumo genera emisiones directas de gases invernaderos. Este combustible genera:</p>	<p>La compañía realiza su primer vuelo comercial con biocombustible.</p>
<p>Mayor contaminación que impacta en el consumo de energía directa de cada itinerario.</p>	<p>Esta implementación en el cambio del combustible, permitió confirmar que el uso de esta tecnología disminuyó la contaminación del CO2 y mejoró los niveles de ruido en despegues y aterrizajes</p>
<p>Aumenta el nivel de residuos peligrosos. No permite controlar directamente los elementos primarios para el buen funcionamiento de la aeronave, como lo son, detergentes y solventes.</p>	<p>Comienza a cambiar la flota antigua, para implementar este servicio. Para ello realiza la validación con los agentes reguladores.</p>
<p>Aumenta el ruido, ya que el motor requiere mayor esfuerzo e incrementa las revoluciones a la hora del despegue y aterrizaje.</p>	<p>Diseña y planea el proyecto a partir del año 2012 con finalización en el año 2020</p>
<p>Para la categoría; Impacto ambiental, se realiza un estudio minucioso en el cambio del combustible, y se evidencia resultados de mejora en los factores del medio ambiente tales como, contaminación del aire y acústica del ruido. Este cambio permitió tener mejores prácticas de control para medir las consecuencias en el impacto ambiental y mejorar el servicio.</p>	

Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Categoría: INICIATIVAS DE MEJORAMIENTO

INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2011	INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2012
<p>En el reporte de compañía de este año no se reportan iniciativas de cambio en la flota tecnológica ni en el uso del combustible. Por razones netas financieras.</p>	<p>La motivación de la compañía no fue ampliar la flota actual con sus limitantes, sino adquirir nueva flota con mejores mecanismos que cuiden el medio ambiente.</p> <p>Razón por la cual la compañía reporta la adquisición de nueva flota, 3 Boeing, 10 Airbus A320.</p> <p>Capacitaciones a todos sus empleados, en las habilidades técnicas del programa, realizando focos Group para abrir espacios a nuevas iniciativas sobre este concepto.</p> <p>En estas campañas sé género lluvia de ideas en el cliente interno, con prácticas de cuidado ambiental a través del reciclaje, para alinear este concepto a toda la compañía.</p>

Se destaca el año 2012, la integración del modelo de sostenibilidad para otras áreas de la compañía y no solo para el área técnica, con actividades de inclusión del cliente interno y externo quienes hacen parte fundamental del modelo.

AVIANCA

Fundada y creada en Colombia, es la primera aerolínea fundada en América y la segunda en el mundo. Desde 1919, Avianca surca los aires del mundo y se destaca por ser la aerolínea más grande de Suramérica, es considerada entre las aerolíneas más grandes e importantes de América y del mundo, con una flota de 152 aeronaves de pasajeros y 5 de carga y más de 100 destinos en 25 países de América y Europa.

En 1994 se estableció una alianza estratégica que vinculó a las tres empresas más importantes del sector aeronáutico en Colombia: Avianca, SAM (Sociedad Aeronáutica de Medellín) y Helicol (Helicópteros Nacionales de Colombia). Esto dio vida al Sistema Avianca, el cual contó con servicios en las áreas de carga (Avianca Carga) y correo (Servicios Postales, luego bajo la marca Deprisa) así como con aeronaves tipo: Boeing 767 -200 y -300, Boeing 757, McDonnell Douglas MD-83, Fokker 50 y Helicópteros Bell.27 Además el Sistema Avianca cubría en Colombia destinos ahora extintos como: Arauca, Leticia, Capurganá, Bahía Solano, Nuquí, Caucasia y Chigorodó; y en el mundo a distintas ciudades de América y Europa. En diciembre de 1998 Avianca puso en servicio el Centro de Conexiones en Bogotá.

Avianca forma parte de Synergy Group, un grupo empresarial Colombo-Brasilero creado en 2003 y dirigido por Germán Efromovich. El grupo cuenta además con seis aerolíneas filiales, dos en Colombia, una en Brasil y dos en Ecuador: Helicol, Tampa Cargo Avianca Brasil, AeroGal y VIP. En el año 2007, la compañía anunció la compra de 60 aeronaves al fabricante europeo Airbus, que se han ido incorporando paulatinamente desde 2008. Al mismo tiempo se llevó a cabo la compra de 10 aviones tipo Boeing 787. En 2010 se anuncia la entrada de la aerolínea a Star Alliance, la red global de aerolíneas más grande del mundo. La marca Avianca es propiedad de Holding Avianca y usada por las aerolíneas que la componen

A continuación se presentan las prácticas realizadas por AVIANCA, manifestadas en su informe de sostenibilidad, de acuerdo a los indicadores GRI

Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Categoría: TECNOLOGIA

INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2011	INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2012
<p>La compañía en ese año renueva la flota, adquieren diez A318, cinco A319, siete A320, Y dos A330.</p> <p>Con este cambio se evidenció para ese año una disminución de contaminación 58%.</p>	<p>La compañía reporta continuidad en el crecimiento en el proceso de modernización a la flota, incorporando nuevas aeronaves.</p>

Para la categoría de tecnología: Con los cambios reportados en esos dos años se evidenció claramente un desarrollo de nuevas alternativas de servicio que favorece al medio ambiente. Y la adquisición de nuevas flotas incrementó la frecuencia de rutas e itinerarios que de la misma forma traerían un mejor beneficio para todos.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental

Categoría: IMPACTOS AMBIENTALES

INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2011	INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2012
Uso de combustible jet A1, teniendo en cuenta que es el recurso que genera mayor contaminación (67%).	Continúan utilizando el combustible jet A1, aún no se refleja mejora en la disminución de CO2.
Las autoridades ambientales intervienen por inadecuados procedimientos en el mantenimiento de hidrocarburos contaminados por efluentes de agua.	Por el contrario se incrementa el uso de esta combustible por el incremento de los itinerarios y rutas al incrementar su flota.
Siendo conscientes de los limitantes de las aeronaves, implementaron para este año mejoras de combustión en sus equipos terrestres. (Tractores, buses y camiones).	Una estrategia para reducir el impacto ambiental planteada por la compañía fue, usar el carreteo sin encender las aeronaves y utilizar el flaps para generar disminución en resistencia del aire y no generar mayor consumo de combustible Reducir los tiempos de despegue y aterrizaje, disminuir el cargue de agua que requiere el avión, disminuir el uso del freno para no generar consumo de combustible.

En cuanto a la categoría de impacto ambiental no se evidencia mejora significativa en el cuidado de las sostenibilidad del medio ambiente, afectado por el uso del mismo combustible y las acciones de mejora implementadas por la compañía son apoyos terrestres para minimizar el impacto.

Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Categoría: INICIATIVAS DE MEJORAMIENTO

INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2011	INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2012
En el reporte no se evidencian iniciativas de mejoramiento.	Reportan nueva tecnología en los aviones.

El reporte de iniciativas de mejoramiento para la compañía escasea en plantear alternativas que minimicen el impacto ambiental y las acciones tomadas se basan en disminuir consumo de combustible.

AEROMEXICO

Aeroméxico (Aerovías de México S.A de C.V) Fundada 1934, a noviembre de 2010 es una aerolínea de México y la única de América Latina en volar a Asia Oriental; tiene como base el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, en conjunto con sus subsidiarias Aeroméxico Conectó posee una flota mayor a 100 aeronaves, en julio de 2012 hizo un anuncio público para invertir \$11,000 millones de dólares y adquirir nuevos equipos de la empresa Boeing, los nuevos 737-8 MAX, 737-9 MAX (90) y 787-9 Dreamliner (19), esto con la intención de renovar su flota de aeronaves. La aerolínea ofrece vuelos directos hacia/desde México, Estados Unidos, Canadá, el Caribe, Centro y Sudamérica, Europa y Asia, adicionalmente ofrece vuelos de código compartido con las empresas asociadas a la alianza Skyteam de la que es miembro fundador junto a Delta Airlines, Air France y Korean Air.[3] tiene su sede corporativa en el emblemático paseo de la reforma en la Colonia Cuauhtémoc de la Ciudad de México.

Factor Medio Ambiente

A continuación se presentan las prácticas realizadas por AEROMEXICO, manifestadas en su informe de sostenibilidad, de acuerdo a los indicadores GRI.

Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Categoría: TECNOLOGIA

INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2011	INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2012
<p>Su flota es muy antigua, usan aeronaves Boeing 767, que por su condición de excesivo uso, requiere de constantes chequeos aeronáuticos</p> <p>La compañía invirtió en una mejora tecnológica para la flota Boeing 737, llamado WIN GLETS, que se implementa en las puntas de las alas del avión, y permite reducir las turbulencias del aire y esto genera reducción de combustible y de emisiones de CO2.</p> <p>La compañía reporta un proyecto para</p>	<p>Para este año no reportan adquisición de tecnología.</p>

modernizar la flota moderna para los próximos 30 años.

En la categoría tecnológica de esta compañía se evidencia que es una compañía tradicional que no está preparada para asumir las nuevas tendencias de cuidado del medio ambiente. Y su proyección de cambio está proyectada a muy largo plazo (30 años)

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental

Categoría: IMPACTOS AMBIENTALES

INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2011

INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2012

Comienzan a utilizar el biocombustible, aun cuando su flota no es apta o no cumple con la tecnología pertinente. Esto genera que la reducción del CO2 no sea significativa.

Siguen con el uso del biocombustible

Aun cuando la compañía utiliza biocombustible para el cuidado del medio ambiente la reducción de CO2 es menor al resto de las otras compañías, dado por las condiciones antiguas de la flota actual en cuanto a su tecnología.

Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Categoría: INICIATIVAS DE MEJORAMIENTO

INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2011

INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2012

Proyectan su nueva flota para los próximos 30 años.

Confirman que su flota será los 737MAX, son una generación de motores silenciosos y altamente eficientes que adicional a eso generan una reducción del 13% del consumo de energía

Entrega a toda su tripulación tabletas electrónicas para disminuir en el impacto

ambiental, donde reducen la impresión de más de 2000 manuales, adicional disminuyen el peso que lleva la aeronave y esto genera disminución de combustible.

Aun cuando la compañía tiene la intención de integrar políticas del medio ambiente implementa acciones que luego tiene q reevaluar, porque disminuye unos factores pero incrementa otros. Ej. Disminuye el uso del papel pero incrementa el uso de energía al interior de la aeronave.

COPA AIRLINES

Fue fundada en 1947 bajo el nombre *Compañía Panameña de Aviación*. Inició vuelos domésticos a 3 ciudades de Panamá utilizando aviones Douglas DC-4. En 1960 amplió a 3 las frecuencias semanales a las ciudades de San José, Kingston, Barranquilla y Medellín, gracias a la incorporación de 1 avión Avro 748 y 1 Electra 188.

En la década de los 70's decide retirarse del mercado doméstico, dedicándose únicamente a operar destinos internacionales, en 1980, amplía sus destinos a Cartagena en Colombia, Puerto Príncipe en Haití, Santo Domingo, San Juan en Puerto Rico y Miami en los Estados Unidos. Se adquiere el primer avión Boeing 737-100., los 737-200 llegaron a mediados de los 80's, alcanzando 26 aviones a la flota con esta especificación.

A continuación se presentan las prácticas realizadas por COPA AIRLINES, manifestadas en su informe de sostenibilidad, de acuerdo a los indicadores GRI

Factor Medio Ambiente

Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Categoría: TECNOLOGIA

INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2011

Operan con una de las flotas más modernas Boeing 737-800, lo cual reduce la resistencia aerodinámica, esto genera que los vuelos sean más eficientes y que su contaminación tenga un impacto menor

INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2012

Operan con la misma tecnología.

Se evidencia que el año 2011, obtienen una de las mejores tecnologías que les permite tener cambios que favorecen el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental

Categoría: IMPACTOS AMBIENTALES

INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2011	INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2012
---	---

Utilizan el combustible tradicional jet A1,

La compañía no genera cambios en su combustible.

La compañía cuenta con una de las mejores tecnologías que genera que sus avances frente a otro tipo de combustible no varié de un año a otro. Sus impactos ambientales son buenos y generan bastante disminución de emisiones de CO2 aun cuando el combustible es el tradicional

Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Categoría: INICIATIVAS DE MEJORAMIENTO

INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2011	INFORME DE SOSTENIBILIDAD AÑO 2012
---	---

Generan campañas de sensibilidad ambiental para facilitar nuevas expectativas que pueda presentar la organización.

Tienen como objetivo realizar intervenciones para el buen manejo del medio ambiente dentro y fuera de las instalaciones. Lo que genera mayor interactividad con las personas y poder avanzar en nuevas tendencias para aportar a la RSE.

Tienen previsto realizar nuevas metodologías para el despegue y aterrizaje de la aeronave para ayudar a obtener menor consumo de combustible.

Es una compañía que constantemente presenta ideas de mejora aprovechando su mejor recurso tecnológico y sensibilizando mediante campañas de cuidado ambiental a todo su equipo de trabajo.

En general Se observó que los reportes no son tan estrictos como lo reportan las entidades, no tienen los mismos estándares y no se cumple a cabalidad el orden de la información y de los años a presentar ante el reporte, se evidencia que reportan según

lo que tengan en el momento y lo demás lo dejan igual que el año anterior o sencillamente no lo reportan aun cuando si deben hacerlo, las compañías no les dan el valor que deberían tener frente al tema de responsabilidad social empresarial, esto los beneficia a todos como compañía y como sociedad.

También es importante resaltar que cambios drásticos en estas organizaciones no se pueden generar año tras año, debido al costo significativamente que tienen al generar cambios en la flota, adicional que por contrato deben durar con las aeronaves mínimo 10 años y aun así la compañía LAN en el año 2014 genero cambios en sus flotas asumiendo las cláusulas de permanencia que tenían pero esto lo generaron porque el beneficio al medio ambiente era considerable adicional por que el costo en el combustible se redujo a un porcentaje de vital importancia.

La aerolínea Avianca tiene la flota apta pero no tiene el recurso del biocombustible una herramienta muy necesaria para la disminución del CO₂, pero su renovación de flota es cada 10 años y por este motivo los reportes tampoco son tan variables año tras año

La compañía Aeroméxico maneja biocombustible pero no tienen la flota apta lo que genera son varias preguntas, como generan disminución de CO₂ si la flota no es apta si lo que disminuye en combustible aumenta en ruido, consumo de energía y consumo de agua.

Para la compañía de Copa Airlines tienen la flota apta pero no usan la tecnología de biocombustible, esto no es tan grave ya que con las aeronaves generan menor impacto al medio ambiente, pero si es de vital importancia que la organización por lo menos lo planteen como mejora y proyectada en varios años para que de esta manera proyecte evolución en la parte tecnológica.

Análisis Comparativo

Este cuadro comparativo se realiza con base en tres factores:

1. Informe de sostenibilidad
2. Clientes
3. Colaboradores

Factor: Informe de sostenibilidad

De acuerdo al informe que presenta cada compañía, esta es la descripción de cada uno de ellos

AVIANCA	LAN	AEROMEXICO	COPA AIRLINES
<p>El plan corporativo de responsabilidad social y sostenibilidad de Avianca orienta la construcción de relaciones de confianza con sus grupos de interés.</p>	<p>Para LAN el cuidado del medio ambiente es una preocupación constante que está presente en todos nuestros procesos. Por esta razón les interesa gestionar y minimizar nuestro impacto, a través de acciones responsables tanto al interior de la compañía como quienes nos relacionamos.</p>	<p>El informe tiene como objetivo informar a las partes interesadas sobre las acciones a favor del medio ambiente y de la comunidad como una empresa detonadora de la economía mexicana así como sentar las bases del futuro</p>	<p>Copa está comprometida con el medio ambiente e indica que el reporte es de vital importancia porque pueden confirmar sus debilidades y generar actividades para que el desarrollo sea óptimo.</p>
<p>Respecto al reporte del GRI y de los principios ambientales no son concretos los indicadores no muestran datos exactos en cada año varían y no los reportan todos</p>	<p>La compañía es consciente que la operación genera un impacto al medio ambiente debido a la utilización de recursos y generación de emisiones y residuos, por lo cual se hace responsable de la gestión de los recursos.</p>	<p>Después de realizar el primer informe donde invita a los competidores nacionales a sumarse al esfuerzo de ofrecer mayor transparencia a nuestras partes interesadas sobre el desempeño de la organización</p>	<p>Mencionan que se enfocan en una serie de iniciativas dirigidas a la disminución del CO2 para disminuir el impacto ambiental.</p>
<p>Manejan una flota actual, y utilizan una nueva tecnología de biocombustible</p>	<p>Manejan una flota actual, y utilizan una nueva tecnología de biocombustible</p>	<p>Utilizan una nueva tecnología de biocombustible</p>	<p>Manejan una flota actual</p>

Factor: "Clientes"

AVIANCA	LAN	AEROMEXICO	COPA AIRLINES
<p>Uno de los principales pilares que tienen para los clientes es la seguridad</p>	<p>El cuidado de las personas, operacionales y nuestros pasajeros es fundamental en nuestra compañía, por eso la seguridad es uno de nuestros principales valores y es una máxima intransable en nuestra operación diaria.</p>	<p>Para la aerolínea es de vital importancia la seguridad de sus pasajeros.</p>	<p>En esta aerolínea no mencionan los clientes pero si indica que para ellos es de vital importancia la seguridad de los pasajeros.</p>
<p>Manejan un servicio a bordo exclusivo para los VIP, donde considero que no debería ser así ya que el medio ambiente no es de clases sociales para todos los clientes el trato debe ser el mismo porque finamente están usando un servicio que la compañía brinda.</p>	<p>La compañía ofrece un servicio de calidad y confiable y brindamos la mejor experiencia a cada uno de nuestros pasajeros y clientes de carga.</p>	<p>De acuerdo al principio de seguridad que manejan no olvidan que también deben aportar a la sociedad con una disminución en la contaminación que generan por este motivo indican que para esto manejan el Biocombustible que este recurso es inevitable para poder dar esa gran paso a la mejora en el ambiente</p>	<p>No tienen mayor cubrimiento con los clientes ya que se enfocan es la parte operacional que tiene la organización</p>
<p>Hace falta brindar información pertinente del medio ambiente a los clientes finalmente ellos también deberían estar involucrados en el proceso.</p>	<p>Para los pasajeros es de prioridad esforzarnos por implementar prácticas que garanticen una relación eficiente, fluida y amigable, entregando siempre los más altos estándares de servicio</p>		

Factor: “Colaboradores”

AVIANCA	LAN	AEROMEXICO	COPA AIRLINES
Se evidencia que existe una cultura de aporte al medio ambiente donde son incentivados para que lo hagan no porque es norma de la compañía sino porque realmente es importante para la sociedad	Para la compañía es de vital importancia desarrollar capacitaciones e involucrar a las personas en el desarrollo del medio ambiente y de todo lo relacionado con la responsabilidad social de la compañía	Para Aeroméxico es muy importante el enfoque de los colaboradores donde la cultura de alto desempeño brindando capacitaciones y dando reconocimientos por medio de comunicaciones y de competencia laboral.	Generan conciencia de la importancia del medio ambiente y de la vital ayuda que se debe realizar frente a la sociedad generan actividades de reciclaje.
Hacen actividades pertinentes al concepto del medio ambiente pero es importante que en los reportes lo mencionen	Cuido mi Destino es un programa que tiene como objetivo involucrar y profundizar el concepto de conciencia turística	La aerolínea brinda capacitaciones para fomentar el reciclaje y adoptar mejoras en el uso de los recursos.	Brindan capacitaciones para mantenerlos al tanto de las normatividades que deben reportar

Conclusiones

El mundo actual da un giro importante para la administración de las empresas hoy día, integrando la responsabilidad social empresarial, entendida como el compromiso de los empresarios con los valores éticos que dan un sentido humano al empeño por el desarrollo sostenible haciendo parte estratégica de la compañía, integrando el rendimiento económico, bienestar social y protección del medio ambiente. Todo esto para contribuir con el mejoramiento de calidad de los empleados, de sus familias y de la comunidad en general. La compañía debe fomentar iniciativas para que los problemas sociales o ambientales sean oportunidades de mejoramiento.

En esta monografía revisamos el sector de aviación, estudiando cuatro compañías; conociendo sus modelos de sostenibilidad basados en tres categorías: Tecnología, impacto ambiental e iniciativas de mejoramiento, en donde se evidencia que cada una de ellas bajo los recursos actuales, comienza a implementar, modificar o integrar acciones de cambio frente a las solicitudes de la vertiente del cuidado medio ambiente. Algunas de ellas adaptándose más rápido que otras, y asumiendo nuevas formas de trabajo, y otras más tradicionales y convencionales que hacen resistencia al cambio y tal vez su temor a arriesgar desde lo financiero, o social u otros, no les permite avanzar.

Claramente las nuevas empresas que no ven en el medio ambiente, una amenaza sino una oportunidad de incalculables beneficios, son aquellas que están a la vanguardia y que son adaptables a los nuevos cambios o necesidades que demanda el mundo actual, con beneficio no solo para sus accionistas, sino para la sociedad a quien sirven. En este enfoque encuentra formas que la diferencian, que le ayudan a gestionar mejorar los valiosos recursos que gestiona, una compañía que piensa en ganar el hoy y ganar el mañana.

Las organizaciones que dan el paso al cambio, son aquellas que integran a las personas de manera responsable y que comprenden que su comportamiento afecta también directa o indirectamente a la compañía, y por ello, parte de su contribución ayuda al desarrollo sostenible.

Muchas empresas han comenzado ya a evaluar sus capitales, identificando experiencias donde aplicar este modelo de desarrollo, organizándose para facilitar la alineación de sus compañías en torno a esta oportunidad, generando sistemas para conocer mejor las expectativas que las partes interesadas y han depositado en ellos y consiguiendo, en muchos casos, los primeros beneficios tangibles, diferenciación, nuevos productos y servicio, mayor confianza de los inversores, del cliente interno y externo en temas de cuidado ambiental.

Los nuevos retos y oportunidades que aparecen en la empresa actual han dado lugar a la necesidad de orientar el crecimiento hacia un modelo de desarrollo generador de valor a largo plazo. Tras la evolución reciente de las sociedades en las que los estados han perdido peso en la transformación del modelo socioeconómico, nace la necesidad

de hacer que el mercado trabaje a favor de un modelo de desarrollo que satisfaga las necesidades de cuidado ambiental

Este modelo de desarrollo, que denominamos sostenible, ofrece un nuevo panorama para empresas que desean tener éxito como organizaciones que generan valor para las sociedades en las que operan.

Este modelo es apoyado por el pacto mundial que ofrece oportunidades de aprendizaje y participación, a través de mecanismos diversos como diálogos sobre políticas, entrenamiento en temas puntuales participación de redes locales y alianzas para proyectos enfocado en cuatro vertientes. Derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción.

La presión medioambiental es creciente y las exigencias socio laborales son tenues. La experiencia de desarrollo de la RSE permite observar que la sociedad ejerce una creciente presión a las empresas sobre aspectos medioambientales. Sin embargo, las demandas de calidad socio-laboral en sus prácticas internas o de subcontratación, son débiles, por no decir inexistentes.

Una buena manera de ratificar esta afirmación es comprobar la naturaleza de la publicidad de las grandes marcas. Compañías eléctricas, automovilísticas, líneas aéreas, constructoras, grandes firmas comerciales del mueble o de cualquier otro producto, se comunican con los ciudadanos en su marketing comercial, destacando logros medioambientales o características ecológicas. Más allá de la veracidad de sus anuncios, es lo cierto que la elección de estos temas para conquistar los mercados certifica la existencia de una ciudadanía concienciada y cada vez más exigente con estos temas.

Las emisiones de CO₂ de los automóviles o de las compañías aéreas, la naturaleza renovable y verde de la energía, el tratamiento reciclable de envases y materiales de diversos productos, o la certificación de las maderas y de otros materiales de construcción, etc. Ponen en evidencia que las características medioambientales están sometidas al ojo crítico de la opinión pública y que de ahí se deriva un compromiso creciente de las empresas por superar los mínimos legales y alcanzar cuotas de excelencia sostenible. Tan es así, que bien podría decirse que muchas empresas están configurando sus políticas de RSE exclusivamente sobre aspectos medioambientales.

Sera necesario tener equilibrio entre el crecimiento económico, la protección del medio ambiente y el desarrollo de una sociedad más incluyente.

Referencias

AEROMÉXICO. (2011.2012). Informe de Responsabilidad Social. Recuperado de http://www.aeromexico.com/mx/descarga/pdf/informe_aeromexico.pdf

AVIANCA.(2011). Informe de sostenibilidad. Recuperado de http://www.aviancaholdings.com/images/informes_anuales/120509Informe_Aviaanca.pdf

AVIANCA.(2012). Informe de reporte de sostenibilidad. Recuperado de http://www.aviancaholdings.com/images/informes_anuales/120509Informe_Aviaanca.pdf

COPA AIRLINES. (2011). Informe de Sostenibilidad. Recuperado de <http://www.copaair.com/sites/CC/interactivelibrary/lp-RSE/Informe-Pacto-Global2012.pdf>

COPA AIRLINES. (2012). Informe de Sostenibilidad. Recuperado de <http://www.copaair.com/sites/CC/interactivelibrary/lp-RSE/Informe-Pacto-Global2012.pdf>

Córdoba, Artavia, Segura & Zopatti. (2010). Gestión de la Responsabilidad Social empresarial y casos de buenas prácticas. Recuperado de http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/asisehace_gestionrseybuenaspracticass.pdf.

Gómez, Fantanillis. (2012). Integrando la gestión de la Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial en la práctica. Recuperado de http://www.eoi.es/wiki/index.php/Aspectos_medioambientales_en_Responsabilidad_Social_y_Sostenibilidad_Empresarial

Husted, Bryan (2003). La Responsabilidad Social Empresarial, teoría. Recuperado de <http://www.gem-spain.com/Mis%20archivos/Informes20Especiales/Responsabilidad/pdf>.

Instituto de Ética y calidad en el agro. (2006). Global Reporting Initiative (GRI). Recuperado de <http://www.eticagro.org/modules/smartsection/item.php?itemid=36>.

LAN. (2011). Informe de sostenibilidad. Recuperado de http://www.lan.com/files/sostenibilidad/2011/reporte_sostenibilidad_2011.pdf

LAN. (2012). Informe de sostenibilidad. Recuperado de http://www.lan.com/files/sostenibilidad/2011/reporte_sostenibilidad_2012.pdf

Libro verde de la comisión Europea (2002). Fomentar un marco para la responsabilidad social de las empresas. Recuperado de <http://europa.eu.int/eur-lex/es/information/faq.htm>

Martínez Herrera, H. (2005). El marco ético de la responsabilidad social empresarial. Recuperado de <http://www.cursosderse.com/2010/03/libros-gratis-de-responsabilidad-social-y-sostenibilidad/>

Morales. (2009). La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina. Recuperado de http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/La_responsabilidad_social_de_la_empresa.pdf.

Noguera, rocha (2013). Iniciativa para exigir responsabilidad social ambiental a las empresas. Recuperado de http://www.usergioarboleda.edu.co/medioambiente/juridico_ambientales_colombia_responsabilidad_ambiental.htm.

Peinado-Vara, E. (2006) RSE en América Latina. Recuperado de http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/La_responsabilidad_social_de_la_empresa.pdf.

Perdiguero, T. & García A. (2005). La Responsabilidad Social de las Empresas y los nuevos desafíos de la Gestión Empresarial. Recuperado de <http://www.cursosderse.com/2010/03/libros-gratis-de-responsabilidad-social-y-sostenibilidad/>

Telefarikis. (2009). Los beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado de <http://mipymeonline.bligoo.com/content/view/538276/Los-beneficios-de-la-RSE-en-las-Pymes.html#.U-0iIJR5NJI>.

United Nations Global Compact. (2007). El Pacto Mundial. Recuperado de http://www.unglobalcompact.org/languages/spanish/los_diez_principios.html