

**EL COMPROMISO Y SATISFACCIÓN DE LAS EMPRESAS DE HOY, UN TEMA
QUE PONE EN RIESGO LAS GENERACIONES FUTURAS**

PRESENTADO A:
PATRICIA CARREÑO

PRESENTADO POR:
KATERINE BIBIANA GALLEGOS RODRIGUEZ

**ENSAYO COMO REQUISITO PARA OPTAR TITULO DE ESPECIALISTA EN
COMERCIO INTERNACIONAL**

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANDA
ESPECIALIZACION EN GERENCIA EN COMERCIO INTERNACIONAL
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN
BOGOTÁ D.C.
2012**

AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a Dios por estar siempre presente en mi camino, a cada una de las personas que me brindaron su amistad, apoyo, animo y compañía en esta etapa de formación de mi vida; en especial a mi familia por su amor, paciencia y fuerza para lograr mis objetivos.

De igual manera, mis más sinceros agradecimientos a la Universidad y cada una de los profesores y personas de la Facultad que por medio de su colaboración y desempeño nos guiaron en el desarrollo del trabajo.

Por último a mis compañeros, los cuales a través de experiencias y una sincera amistad me recordaron que nunca es tarde para aprender y hacer lo que te gusta, a pesar de las circunstancias.

Contenido

- 1 INTRODUCCIÓN..... 7
- 2 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL 11
- 3 CASO COLOMBIA: EMPRESAS PÚBLICAS DE MEDELLIN 14
- 4 GLOBAL REPORTING INITIATIVE – GRI..... 18
 - 4.1 CASO: ECOPETROL..... 21
- 5 POLITICAS PÚBLICAS..... 23
- 6 CONCLUSIONES 26
- 7 CITAS..... 29
- 8 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS 31

LISTA DE GRAFICAS

Grafica	1	Clasificación de las Actuaciones de RSE
Grafica	2	Marco Estratégico

LISTA DE TABLAS

Tabla	1	Relación entre beneficios y programas de RSE
Tabla	2	¿Quién quiere saber qué?

EL COMPROMISO Y SATISFACCIÓN DE LAS EMPRESAS DE HOY, UN TEMA QUE PONE EN RIESGO LAS GENERACIONES FUTURAS

“Vivir y trabajar juntos por el bien común, facilitando la cooperación y la prosperidad mutua para coexistir con una sana y justa competencia.”

Filosofía Japonesa Kyosei

1 INTRODUCCIÓN

En el contexto de la Responsabilidad Social Empresarial, en el pasado se tenía una concepción, en la cual la empresa solo se limitaba a su actividad económica buscando como único fin la generación de utilidades y negocios rentables sin dejar de lado el cumplimiento de la normatividad mínima legal establecida.

En la actualidad, sea transformado en un nuevo pensamiento, enfocado en el direccionamiento estratégico de las empresas y su relación con cada uno de los stakeholders. De tal modo, que es importante resaltar la concientización y generación de una nueva cultura empresarial donde gracias a los tratados de libre comercio y apertura económica, en especial, las empresas multinacionales han empezado a entender el impacto de sus actividades en el cambio y/o evolución de la sociedad, políticas y el medio ambiente.

Esto hace que las organizaciones, no solo vean su función económica si no la necesidad de que se involucren y/o participen en el largo plazo en iniciativas de desarrollo y mejoramiento de las comunidades, de la calidad de vida y del medio ambiente en el cual están involucrados. Lo cual sustentan y/o afirman los autores Michael E.Porter y Mark R.Kramer, así: **“Es verdad que se ha considerado por mucho tiempo que los objetivos económicos y sociales son distintos y a menudo compiten entre sí. Pero ésta es una dicotomía falsa. Representa una**

perspectiva cada vez más obsoleta en un mundo de competencia abierta basada en el conocimiento. Las empresas no funcionan aisladas de la sociedad que las rodea. De hecho, su habilidad para competir depende considerablemente de las circunstancias de los lugares donde operan.”

En el presente, se hace necesario, resaltar la situación del sector minero y petrolero; la cual ha generado el mayor daño al medio ambiente. La explotación, es considerada como una actividad no ambiental sostenible; se especifica cuando se realiza a pequeña escala (minería artesanal legal o ilegal) o en mediana y gran escala, que llevan a cabo las grandes multinacionales que invierten en la explotación de carbón, oro y ferroníquel. La minería destruye la cubierta y/o hábitat natural de los arboles, el suelo, contamina los cuerpos hídricos y su vida acuática por la acción de los sedimentos y químicos empleados. Así mismo, produce contaminación del aire, con afectación a la salud de la población localizada en sus áreas de influencia directa y aún la ubicada a lado y lado de los corredores férreos por los que se transporta. También se afecta drásticamente el paisaje, debido a la deforestación y grandes socavones de tierra que se realizan con maquinaria pesada; a lo que se suma la utilización de gran cantidad de maquinaria, que en determinadas ocasiones contribuye a la baja generación de empleo o mano de obra.

De este modo, el gran impacto ambiental se puede relacionar con las deficiencias en el cumplimiento de las funciones institucionales que deben llevar a cabo las autoridades ambientales del Gobierno, tales como el Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible, Corporaciones Autónomas Ambientales Regionales – CAR. Incluso, los gobiernos departamentales y municipales, los cuales, no son eficientes en la planificación y ordenación del territorio, que deberían estar enfocados en disminuir los daños ambientales y velar porque se cumplan los planes con los que están comprometidas las empresas multinacionales.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante evaluar las medidas y/o controles, que en la actualidad regulan tanto efectos positivos como negativos, y del tipo de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial sostenibles asumidas por las empresas multinacionales. Ya que estas, pueden asumir diferentes tipos de posturas, entre ellas la consolidación de nuevos procesos globales capaces de permitir relaciones gana-gana y/o políticas fijas en el largo plazo con cada uno de los participantes de la cadena de valor productiva que contribuyan y garanticen no solo el avance de la compañía si no también el desarrollo económico y competitivo del país; o bien sea la situación donde actúen como “depredadoras” donde evadan los parámetros nacionales de regulación y control de las condiciones de trabajo y/o medioambientales que ya existan, por medio de estrategias de relocalización y subcontratación enfocados en los bajos costos del factor trabajo.

Con todo esto; y como preparación ante dichas situaciones se resalta la suscripción de Colombia en el 2011 a las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, que a la fecha han sido adoptadas por 43 países. Estas son recomendaciones hechas por los gobiernos, que garantizan entre otras cosas, el normal funcionamiento de sus actividades en relación con las políticas publicas, la relación de confianza entre los actores, el aumento de la inversión extranjera, el desarrollo sostenible y la abstención de aceptar exenciones de tipo financiero, entre otros. Es importante aclarar que la implementación de estas líneas directrices es voluntaria, es más un compromiso, de modo que no establece ningún tipo de incumplimiento o multa a aplicar.

Sin embargo ante la buena situación económica de Colombia en los últimos años y el auge de inversión de capital extranjero, no solo las empresas nacionales sino también las multinacionales tienen mayor claridad respecto a la implementación y uso de las estrategias de RSE, consolidándolas de esta manera

como una ventaja competitiva en el mercado internacional logrando mantener en aumento de sus beneficios económicos y lo mejor del caso, creando valor para la compañía a través de la proyección de una imagen (marca) y fidelización de sus productos y servicios ante los grupos de interés, especialmente los clientes.

El texto que aquí se presenta, inicialmente muestra el significado e importancia de la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial enfocada en la sostenibilidad económica y ambiental a largo plazo de las organizaciones, con cada uno de los actores (es decir, stakeholders) que intervienen en la cadena de valor. Como ejemplo del funcionamiento, efectos o impactos de dicha estrategia; se hace relación al caso de la empresa Colombiana EMP (Empresas Públicas de Medellín) que a lo largo de los años se ha consolidado en el país como una de las empresas líderes del sector (servicios públicos); logrando su objetivo de contribuir con el mejoramiento de la competitividad y la creación de valor de su actividad comercial de la mano de la sociedad con la que interactúa

Luego, se hace necesario hablar del GRI (Global Reporting Initiative), organización no gubernamental que tiene como objetivo el logro de una economía global sostenible y transparente en el largo plazo; memorias de sostenibilidad que sirven como herramienta de ayuda para el buen desarrollo de la estrategia de R.S.E. Como caso práctico de estas, se nombra a la empresa colombiana del sector petrolero, ECOPETROL, la cual obtuvo en el 2011, la calificación más alta en la categoría A+, para este tipo de memorias. Por último, se expone de manera breve el papel del Estado frente a las políticas públicas, como y con que rapidez responde frente a las problemáticas sociales.

2 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

A través de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) “las empresas públicas no sólo pueden cumplir satisfactoriamente su objetivo social, sino que también estas prácticas contribuyen al mejoramiento de la competitividad y a la creación de valor de estas empresas” Caballero y Leguizamón, 2007, p.189. [1]

Permitiendo así a las compañías, el establecimiento de nuevas estrategias y principios de negociación enfocadas en la sostenibilidad económica y ambiental a largo plazo que no solo involucre a actores internos (tales como empleados, accionistas, asesores), si no también y de gran importancia a cada uno de los actores externos (proveedores, entidades publicas y/o gubernamentales, entre otros) que desarrollaron su labor en la cadena de valor; donde su objetivo será el mejoramiento de la calidad de los productos finales, la creación de procesos que signifiquen la creación de nuevas ventajas competitivas y el cumplimiento de pagos o compromisos adoptados con cada uno de los actores en la operación, logrando una sinergia en el proceso. Adicional a esto y de igual relevancia, se establecen elementos relacionados con la operacionalidad para el funcionamiento correcto de dichas estrategias; tales como la diversificación que expresa el posicionamiento de la marca en diferentes regiones del mundo, y la transparencia como valor agregado de trazabilidad a cada uno de los procesos por los cuales se constituye el producto y/o servicio final.

El Banco Interamericano de Desarrollo, hace referencia a la importancia de la estrategia de negocio de Responsabilidad Social Empresarial, se enfocan en que una empresa sea sostenible y que su funcionamiento contribuya con el desarrollo de la misma y de la sociedad; siempre y cuando vayan de la mano de las de las políticas publicas y de desarrollo institucional del país. Caballero y Leguizamón, 2007, Presentación 1 [2]

Lo que conlleva a que una empresa socialmente responsable debe consolidar su misión a largo plazo, debe ser extensa, debe abarcar tanto los impactos tangibles como los intangibles. Logrando de este modo, que sus actividades reflejen el valor agregado que le están dando a toda su cadena logística, basados en valores como la ética y solidaridad social. Confirma además, que en la actualidad, se establecen regulaciones sobre el manejo prudente de los recursos de la empresa, pero no existe la obligación de la maximización de beneficios.

Como complemento de las nuevas estrategias y con el fin de llevar la adecuada implementación y uso de los planes de Responsabilidad Social Empresarial se establecen ciertas características comunes del proceso, entre ellas: Caballero y Leguizamón, 2007, p.06 [3]

- El compromiso de las empresas de operar de tal forma que agreguen valor social a la comunidad.
- La decisión voluntaria de las empresas de adoptar prácticas de RSE.
- Los beneficios para la sociedad y grupos involucrados (stackholders): es decir, comunidades, consumidores, proveedores, empleados y familias.
- La conducta ética: incluye las expectativas de la sociedad acerca de lo que significa prácticas de negocio aceptables.
- La adaptabilidad: esta hace referencia a la importancia de adaptar la RSE al contexto y realidad de las sociedades en las que operan las empresas, es decir en diseñar modelos de RSE a la medida, según las particularidades del entorno en que se desarrollan.

En cuanto a las iniciativas de promoción de la Responsabilidad Social Empresarial, es decir, como comunica compromisos y establece relaciones con el público interesado se destacan tres elementos, los cuales hacen referencia: a la transparencia y valores, las medidas anticorrupción y la gestión de la RSE y por ultimo de gran valoración la ética corporativa, (que hace relación al cumplimiento

de las exigencias legales hacia el compromiso de un comportamiento ético basado en valores).

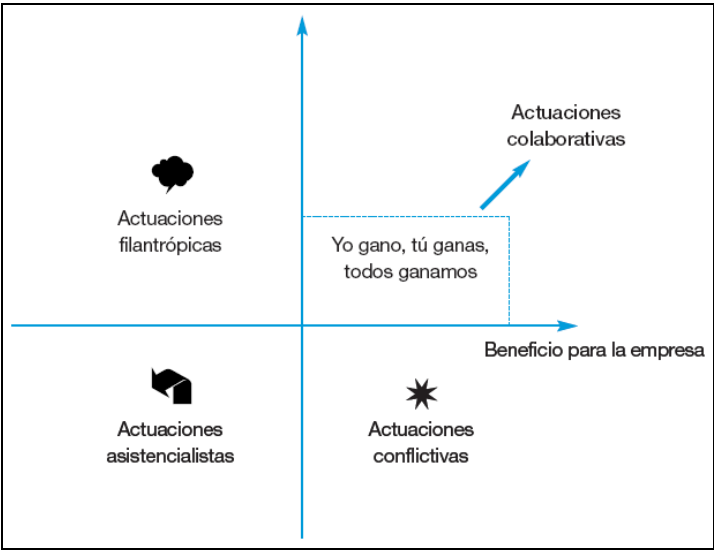
3 CASO COLOMBIA: EMPRESAS PÚBLICAS DE MEDELLIN

Como ejemplo a seguir de lo mencionado con anterioridad, se encuentra en Colombia a la empresa paisa: Empresa Públicas de Medellín, la cual a través de su estrategia de crecimiento con las personas, la sostenibilidad y sus productos, entre ellos: servicios de energía eléctrica, gas natural, agua potable, saneamiento básico, recolección, aprovechamiento y disposición final de basuras, y tecnologías de información y comunicación; ha logrado el desarrollo de cada una de las regiones donde realiza sus actividades, y se ha consolidado como la primera empresa con mejor reputación en el sector de servicios públicos y la quinta en el país. El enfoque de su estrategia está en la Responsabilidad Social Empresarial, donde las consecuencias económicas, ambientales y sociales frente a los grupos de interés hacen que sus lineamientos se cumplan e interrelacionen con el buen gobierno corporativo, la planeación de largo plazo, la firmeza técnica, jurídica, financiera y gerencial. Por medio del uso de R.S.E, la empresa logra llevar a cabo su objetivo social y contribuye al mejoramiento de la competitividad y la creación de valor dando como resultado el liderazgo del sector.

Como parte del logro de esta estrategia, se resalta el hecho que hace más de cinco años la EPM se adhirió al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, donde no solo su función es a nivel nacional si no a nivel internacional respecto al desarrollo sostenible y complementando a esto la contribución con la disminución en los niveles de pobreza. Lo que en cierta medida muestra, el excelente resultado de su gestión, sumándole la creación y establecimiento de la Dirección de Relaciones Externas y de la Fundación de Empresas Pública de Medellín; departamentos en los cuales se interactúa tanto con los actores interesados internos como externos, entre ellos: los propietarios, los socios, los directivos y funcionarios (como internos); los contratistas, proveedores, los clientes, los competidores, la sociedad y el Estado (como externos).

EPM enfoca sus esfuerzos en aquellos programas que son capaces de optimizar los efectos sobre las partes interesadas y sobre la empresa, evitando los programas asistencialistas por considerarlos desfavorable para ambas partes, ya que no necesariamente consiguen el propósito de generar oportunidades de desarrollo y sostenibilidad. Caballero y Leguizamón, 2007, p.193 [4] Lo cual permite el avance de sus relaciones y actividades en la búsqueda de acuerdos gana-gana como es el caso de la comunidad, los clientes y el Estado.

A continuación gráfico, en el cual se muestra la relación de beneficio para la empresa donde a través actividades colaborativas se llega a negociaciones y/o acuerdos gana-gana donde todas partes participan y se benefician encaminados hacia el mismo objetivo.



Grafica 1, Clasificación de las Actuaciones de RSE

Fuente: Dirección de Relaciones Exteriores, EPM

Como hallazgo de esta labor, se hace referencia también a la relación entre beneficio y programas más significativos de la Responsabilidad Social Empresarial, como se observa en el siguiente cuadro:

BENEFICIOS	PROGRAMAS DE R.S.E.
Aumento de los ingresos	Habilitación viviendas aguas
	Habilitación viviendas energía
Reducción de los costos operativos	Habilitación viviendas aguas
	Habilitación viviendas energía
	Encadenamientos productivos de arepería
	Educación al cliente
Eficiencia Operativa	Habilitación viviendas aguas
	Habilitación viviendas energía
Beneficios Tributarios	Conservación y mejoramiento de los recursos naturales
	Plan de saneamiento del río Medellín
	Otros programas ambientales
Mejoramiento imagen institucional	Actividades de desarrollo científico y tecnológico
	Telefonía pública gratuita
	Telefonía para personas con discapacidad auditiva y/o de habla.
	Encadenamientos productivos de arepería
	Alumbrado navideño
	Biblioteca EPM
Fundación EE.PP.M	
Mejora del clima organizacional y la productividad del personal	Seguridad y salud ocupacional
	Paquete de beneficios en materia de vivienda, ayudas escolares, deportes y recreación, capacitación, etc.

Tabla 1, Relación entre beneficios y programas de RSE

Fuente: Libro. El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe

El impacto de dichos beneficios se refleja primero en la rentabilidad de la empresa y segundo en la creación de valor económico de mayor calidad e importancia respecto a las demás compañías del sector (servicios de energía y acueducto); todo esto basados en el fortalecimiento de las alianzas y acuerdos con las instituciones que hacen cada vez más competitivo el entorno, permiten el mejor uso de los recursos existentes, la consolidación de mejores procesos que

enfocuen en el desarrollo sostenible local, la creación y mantenimiento de cultura corporativa que se traduzca en identidad, el surgimiento de nuevo capital social y el fortalecimiento de relación sociedad hacia el crecimiento. Entre más de los doce programas Responsabilidad Social Empresarial de la EPM se pueden resaltar algunos como el encadenamiento productivo de areperías, telefonía para discapacitados auditivos, habilitación-viviendas-aguas, programas de educación al cliente, alumbrado navideño, plan de saneamiento del río Medellín y telefonía pública gratuita.

Para concluir y como resultado a lo largo de más de 30 años de su existencia, las Empresas Públicas de Medellín son en la actualidad el ejemplo de Responsabilidad Social Empresarial más efectivo y eficiente en el país. Del éxito de su trabajo cabe resaltar los siguientes factores, inicialmente el compromiso por parte de la alta dirección, que siempre se encarga de que la comunicación de la estrategia de R.S.E. centralizada en su departamento de Dirección de Relaciones Externas sea clara, concisa y actualizada; lo que se traduce finalmente en que la sostenibilidad de las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial radica en la sinergia que se de como grupo y en la visión a largo plazo del modelo y alianzas con cada uno de los participantes, ya que de esta manera se promueven factores como la eficiencia, la productividad y lo más importante el cumplimiento de los logros establecidos en la estrategia.

4 GLOBAL REPORTING INITIATIVE – GRI

Como iniciativa global y herramienta para la implementación de la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, se destaca la labor que realiza Global Reporting Initiative, organización no gubernamental creada por CERES y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) en el año 1997 en Estados Unidos; con oficinas actualmente en diferentes partes del mundo, como es el caso de Australia, Brasil, China, India y Estados Unidos.

GRI con su objetivo de una economía global sostenible y transparente en el largo plazo, y como una organización que apoya el compromiso con el mejoramiento continuo de las organizaciones, donde estas gestionan responsablemente su desempeño e impactos económicos, ambientales y sociales; crea la iniciativa de impulsar los Reportes y/o Memorias de Sostenibilidad y de ESG (Medio ambiente, Social y Gobierno Corporativo) como una práctica proporcionando orientación y respaldo a estas. Global Reporting Initiative, 2011, p.02 [5] La estructura que incorpora las orientaciones, establece los principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y reportar su desempeño económico, ambiental y social. El GRI está comprometido con la mejora continua y con el incremento del uso de la guía, la cuál está disponible gratuitamente al público.

Todas estas observaciones se relacionan también con las razones, por las cuales las organizaciones deciden implementar y publicar las Memorias de Sostenibilidad. Entre ellas se resaltan: el compromiso y la transparencia; que se da como resultado de la necesidad de comunicación entre cada uno de los stakeholders de la cadena valor y su efecto en el mejoramiento de la credibilidad y la imagen de la compañía frente a los diferentes actores (inversionistas, clientes y personas de la sociedad). En consecuencia, hoy en día tiene un gran valor la

capacidad de una organización de exponer los aspectos económicos, medioambientales y sociales de su actividad de forma digna y coherente. Esto es válido para empresas de todo tamaño y sector. Global Reporting Initiative, 2011, p.10 [6] Hecho que se demuestra en la siguiente tabla, donde se relacionan los grupos de interés que están en la búsqueda y análisis de dichos reportes para la generación de nuevos procesos y toma de decisiones.

¿Quién quiere saber qué?	
Grupo de interés	Muestras de interés en recibir información sobre sostenibilidad
Inversores	<ul style="list-style-type: none"> • Carbon Disclosure Project—>200 inversores piden que se desvelen las emisiones de gases de efecto invernadero⁴ • Resoluciones de los accionistas solicitando una ampliación de la información⁵ • El Índice de Sostenibilidad Dow Jones y otros exigen información sobre sostenibilidad⁶ • Principios Equator- los principales prestamistas exigen debatir el impacto social y medioambiental de los grandes proyectos en los países en vías de desarrollo⁷
Entidades reguladoras del sector	<ul style="list-style-type: none"> • Numerosos países exigen datos medioambientales y sociales en los informes anuales (más adelante se ampliará la información sobre este tema)
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> • Uno de los dos grupos más interesados en las memorias de sostenibilidad⁸
ONGs	<ul style="list-style-type: none"> • Publish What You Pay—>200 ONGs de todo el mundo piden transparencia respecto del pago de impuestos y royalties⁹ • 79% de 56 ONGs sociales y medioambientales mundiales opinan que las Memorias de sostenibilidad de las Empresas son “muy” o “bastante” útiles¹⁰
Público general	<ul style="list-style-type: none"> • En una encuesta realizada a 21.000 personas, 50% dijeron que leer o escuchar información sobre una memoria de sostenibilidad mejoró su impresión sobre la empresa en cuestión, les llevó a comprar sus productos o a hablar positivamente de la empresa a otras personas¹¹
Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Numerosas clasificaciones empresariales tienen en cuenta criterios sociales y medioambientales

Tabla 2, ¿Quién quiere saber qué?

Fuente: Colecciones de Aprendizaje de GRI. La elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI: ¿Vale la pena el viaje?

Paralelamente otra de las razones, que tienen en cuenta las empresas para dicha implementación tienen que ver con su interés o estrategia de participación en nuevos mercados internacionales, donde la competitividad y diferenciación (valor agregado de su oferta de valor) juega un papel de gran relevancia y

funciona como indicador de calidad y gestión en cada una de sus actividades, inicialmente es de mayor inferencia en compañías multinacionales, sin embargo hoy en día las medianas y pequeñas empresas ya están asumiendo estas posiciones.

Otra de las razones, que no podemos dejar de lado es el cambio de conciencia de los empresarios, los cuales en la implementación de su estrategia de Responsabilidad Social Empresarial comprendieron la importancia de cual es su papel en la contribución en la solución de problemas en la sociedad o sector en el cual se están desempeñando; esto de la mano, de una buena administración y control de aspectos sociales, medioambientales y económicos.

Estas organizaciones preparan las Memorias de Responsabilidad según los direccionamientos de GRI para: Global Reporting Initiative, 2011, p.10 [7]

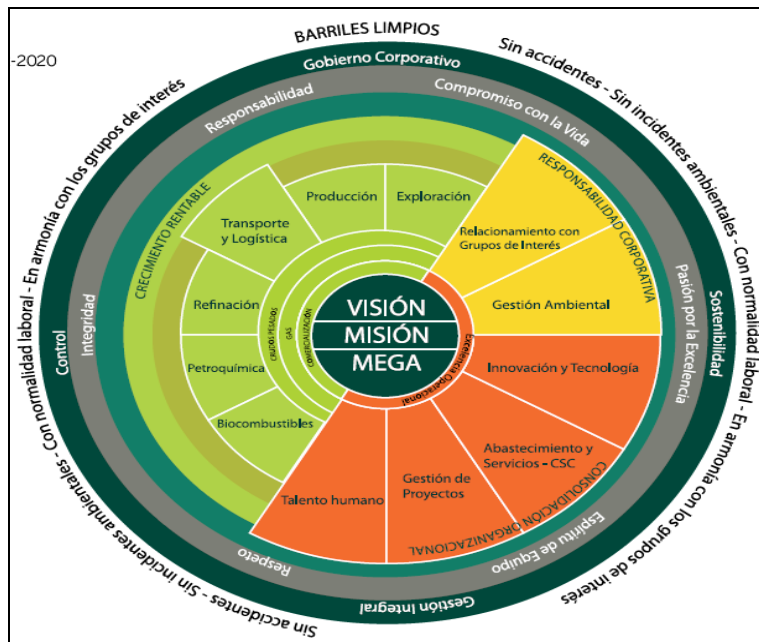
- Adoptar a tiempo las medidas necesarias para funcionar de modo más sostenible
- Facilitar la ejecución de una estrategia de sostenibilidad
- Generar mayor conciencia de los temas de sostenibilidad y propiciar el compromiso en todos los niveles de la organización
- Mejorar la capacidad de verificar los avances hacia objetivos concretos
- Identificar el ahorro de costos
- Identificar nuevos modelos de negocio, adaptados a los contextos de negocio del futuro

4.1 CASO: ECOPETROL

Muestra de la implementación del Global Reporting Initiative en Colombia, cabe señalar el caso de ECOPETROL. En agosto de 2011, Ecopetrol cumplió 60 años de historia. Actualmente es la compañía más grande de Colombia, integrada en la cadena del petróleo y ubicada entre las 40 petroleras más grandes del mundo y entre las cuatro principales en Latinoamérica. Según la firma especializada Platts pertenece al grupo de las 23 empresas energéticas de mayor desempeño mundial. Ecopetrol S.A., 2012, p.18 [8]

Con la implementación del Global Reporting Initiative como parte de la Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, ECOPETROL se posiciona como una de las empresas de la industria de gas y petróleo mundial con los más altos estándares de sostenibilidad y lineamientos en materia de derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción; y logra uno de sus objetivos para el 2015 antes de lo previsto. “El GRI, otorgó en marzo pasado al Reporte de Ecopetrol la categoría A+, la más alta posible dentro de los parámetros internacionales de este tipo de memorias y documentos” Ecopetrol S.A., 2012 [9].

El compromiso de ECOPETROL con su estrategia y estos lineamientos, de igual manera se ven reflejados en su Marco Estratégico 2012 – 2020, el cual esta construido con base en tres pilares: planeación por escenarios, valoración de opciones estratégicas; y estructuración del modelo de valoración de carteras de negocios. Lo que ratifica su mayor objetivo corporativo, que se enfoca en la producción de barriles limpios, sin incidentes ambientales, sin accidentes, con legalidad laboral y con la mayor armonía posible con sus grupos de interés, que se complementen con la función de sostenibilidad en los tres escenarios: económico, social y ambiental.



Grafica 2, Marco Estratégico

Fuente: Reporte Integrado de Gestión Sostenible 2011

5 POLÍTICAS PÚBLICAS

Así, pues, se muestra en gran medida los grandes cambios que están ocurriendo hoy en día en los diferentes escenarios mundiales, los cuales permiten a las empresas nacionales pensar en que el mercado o hasta la misma sociedad tiene mayor capacidad y alcance en el tipo de reacciones e impactos que causen el cumplimiento y/o desarrollo de actividades sostenibles; por tal razón los consumidores también constituyen un papel importante en dichos cambios ya que están más alerta, sensibles y conscientes del tipo de productos y/o servicios que quieren y desean consumir, es decir, cambios en los patrones de consumo.

Algunos de los efectos que han producido dichos cambios, hacen relación con el medio ambiente donde se han presentado fenómenos a gran escala que lo han debilitado y hecho más vulnerable, como el caso del calentamiento global. En los aspectos sociales se resalta hechos relacionados con casos de trabajo infantil, maltrato laboral y la escasez y/o explotación de recursos naturales, que se traduce en el incremento de los precios de los alimentos y los balances de poder internacionales.

Desde otro punto de vista, también podemos referir el hecho de las empresas multinacionales, en ocasiones pierden el foco y/o razón de ser, dejando que sus objetivos iniciales pasan a un segundo plano y sus acciones se ejecuten en contextos de corrupción, ilegalidad, hasta clientelismo, o en el peor de los casos enfocados en preferencias e intereses propios en el sistema político de cada país. Logrando así, un panorama distorsionado y poco confiable de las instituciones gubernamentales, quienes son o tienen como reto la regulación y cumplimiento de las Políticas Públicas.

Antes de continuar, se hace necesario exponer algunas definiciones de políticas públicas: la primera cita a Carlos Salazar Vargas en su *Las Políticas Públicas*, publicado en 1995 por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, donde dice (1995: 30) que las políticas públicas son "El conjunto de sucesivas respuestas del Estado frente a situaciones consideradas socialmente como problemáticas." La segunda es la definición de Alejandro Vargas Velásquez en su libro *Notas Sobre el Estado y las Políticas Públicas*, publicado en 1999; dice Vargas (1999: 57) que las políticas públicas son "el conjunto de sucesivas iniciativas, decisiones y acciones del régimen político frente a situaciones socialmente problemáticas y que buscan la resolución de las mismas o llevarlas a niveles manejables." Y por último una definición del profesor suizo-colombiano André-Noel Roth de su manual "best-seller" *Políticas Públicas: Formulación, Implementación y Evaluación*, publicado en 2002. Roth (2002: 27) explica que las políticas públicas son "un conjunto conformado por uno o varios objetivos considerados necesarios o deseables y por medios y acciones que son tratados, por lo menos parcialmente, por una institución u organización gubernamental con el fin de orientar el comportamiento de actores individuales o colectivos para modificar una situación percibida como insatisfactoria o problemática". Vieira, 2011 [10].

Lo cual, hace que el reto de las políticas públicas establezca relaciones entre funcionarios, políticos y empresarios. Donde los funcionarios necesitan de los políticos para alcanzar sus cargos y mantenerlos, los políticos necesitan de los empresarios para poder financiar sus campañas y los empresarios de los políticos para crear leyes que beneficien a sus empresas. Esta dinámica entre dichos actores ha sido uno de los principales obstáculos de las políticas públicas, ya que crea un "círculo vicioso" donde se concentra el poder y lo utiliza para el beneficio propio, excluyendo a la sociedad, e impidiendo la construcción y desarrollo eficaz y de buena calidad de procesos que fortalezcan la intervención o rol del Estado ante estos nuevos participantes.

Aunque hoy en día, gracias a la globalización, a la visión de posicionamiento de las grandes marcas, a las preferencias de los consumidores, a los nuevos direccionamientos de largo plazo y la construcción de relaciones gana-gana; no se puede generalizar dichas situaciones. De modo, que en Colombia se pueden nombrar y/o exponer casos exitosos de multinacionales que encabezan el buen uso e implementación de las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en las búsqueda del fortalecimiento de las relaciones y beneficios con cada uno de los stackholders; como es el caso de Carrefour, que viene impulsando el uso de bolsas reutilizables en Colombia, Target, Marks & Spencer, Migros y Walmart, entre otros, destacando el liderazgo en procesos de desarrollo sostenible, no solo de sus tiendas, sino a lo largo de sus cadenas de distribución y las de sus proveedores.

6 CONCLUSIONES

Como primer hallazgo, se evidencia que actualmente la mentalidad de los empresarios ha cambiado, dejando de lado pensamientos que no iban más allá, de que la función de una empresa se limitaba al cumplimiento de su actividad comercial, de las obligaciones financieras y la búsqueda de una retribución económica. Estos, ahora entienden que sus lineamientos deben ser sostenibles y planeados en el largo plazo; siendo coherentes con lo planeado respecto a: cultura organizacional, misión, visión, valores, estrategias de negocio y por supuesto la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial. Logrando de esta manera la sinergia esperada entre cada uno de los colaboradores, y la creación de mayores niveles de competitividad para cada compañía; lo que en última instancia se traduce en beneficios, tales como: disminución de riesgos, nuevos procesos creativos e innovadores, acceso a nuevas fuentes de financiación, operaciones más eficientes, un buen clima organizacional, entre otros.

Por consiguiente, un hallazgo más, hace referencia a la diferenciación positiva, la cual genera nuevas oportunidades de negocio. Esta diferenciación puede ser alcanzada por medio de una etiqueta con el sello de comercio justo, por el cumplimiento con un estándar o a través de una certificación otorgada por entidades independientes. De esta forma la diferenciación de las empresas sobre sus competidores, basada en una mayor responsabilidad con el medio ambiente, los empleados, proveedores, clientes, y otros grupos involucrados, puede generar oportunidades de negocio como el acceso a clientes institucionales o individuales estrictos en el cumplimiento de estándares laborales, ambientales o de otro tipo. Este acceso a nuevos mercados se puede traducir en mayores ingresos para la empresa por medio del incremento de su volumen de ventas, o del aumento del valor comercial de los productos o servicios. Caballero y Leguizamón, 2007, p.221.

[11]

Ahora bien, y no de menor importancia se encontró el impacto positivo de la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en la reputación, imagen y marcas de las organizaciones en relación con cada uno de los participantes de la cadena de valor. Ejemplo de este aspecto, se ve reflejado en la situación de Ecopetrol, donde su marca, representada en la iguana verde, fue valorada por Interbrand en 3.596 millones de dólares, lo que la convierte en la más valorada en Colombia y una de las primeras 20 de América Latina. Ecopetrol S.A., 2012, p.18 [12] Lo que confirma su posición en el sector petrolero y fidelización por parte de sus clientes. Mencionando también, el impacto que tiene sobre las otras empresas del sector; ya que estimula su interés en como participar y desarrollarse como proveedor de dichas compañías, y tal vez a escalas más pequeñas iniciar un proceso de Responsabilidad Social Empresarial con sus demás colaboradores; a través de actividades relacionadas con capacitaciones, financiación, mejora de procesos y tecnificación.

Las empresas en sus objetivos de crecimiento e internacionalización como estrategia de competitividad a nivel mundial, deben garantizar la sostenibilidad de las organizaciones, explorar nuevas opciones de rentabilidad y crear relaciones productivas con las comunidades, gobiernos y, en general, con todos los grupos de interés con los que interviene. De tal modo, que en la búsqueda de la maximización de beneficios, se encuentran el contrarrestar las críticas de las organizaciones sociales, fomentar la subcontratación, reducir la actividad del Estado en la economía y contribuir a la apertura de nuevos mercados.

Así mismo, plantea el inicio de nuevas relaciones no solo con los actores internos (proveedores) si no también con los externos, es decir, el gobierno y empresas públicas. Una relación más fluida con el gobierno les puede permitir a las compañías aportar sugerencias para mejorar la eficiencia de las instituciones públicas, contribuir al desarrollo de políticas públicas, o participar en proyectos

conjuntos dirigidos a abordar problemas sociales prioritarios en áreas como educación, salud o infraestructura. Las relaciones favorables de las empresas con las entidades públicas pueden no sólo fortalecer su credibilidad y confianza ante sus públicos de interés, sino también ayudarles a ahorrar tiempo y esfuerzo. Caballero y Leguizamón, 2007, p.225. [13]

Como complemento de toda esta labor, y en un contexto internacional, se encontró el rol de las Memorias de Sostenibilidad, las cuales gracias a su construcción permiten la medición del desempeño, gestionan cambios y establecen metas que conforman el proceso de comunicación de los impactos o efectos de sostenibilidad de forma positiva o negativa. A lo que se suma el cumplimiento y actualización por parte de las empresas con los estándares de calificación más altos y de posicionamiento en la actualidad con base en los avances logrados respecto a su estrategia, operación y política organizacional.

7 CITAS

[1] Caballero, K. & Leguizamón, F. (2007) El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. Washington, D.C. 20577 USA: Juliano Flores, Enrique Ogliastri, Estrella Peinado-Vara e Imre Petry.

[2] Caballero, K. & Leguizamón, F. (2007) El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. Washington, D.C. 20577 USA: Juliano Flores, Enrique Ogliastri, Estrella Peinado-Vara e Imre Petry.

[3] Caballero, K. & Leguizamón, F. (2007) El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. Washington, D.C. 20577 USA: Juliano Flores, Enrique Ogliastri, Estrella Peinado-Vara e Imre Petry.

[4] Caballero, K. & Leguizamón, F. (2007) El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. Washington, D.C. 20577 USA: Juliano Flores, Enrique Ogliastri, Estrella Peinado-Vara e Imre Petry.

[5] Global Reporting Initiative. (2011) GRI e ISO 26000: Cómo usar las Directrices del GRI, en conjunto con la Norma ISO 26000. Recuperado de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-GRI-ISO-Linkage-Document-Updated-Version.pdf>

[6] Global Reporting Initiative. (2011) La elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI: ¿Vale la pena el viaje? Recuperado de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-Starting-Points-2-G3.1.pdf>

[7] Global Reporting Initiative. (2011) La elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI: ¿Vale la pena el viaje? Recuperado de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-Starting-Points-2-G3.1.pdf>

[8] Ecopetrol S.A. (2011) Reporte Integrado de Gestión Sostenible Recuperado de <http://www.ecopetrol.com.co/especiales/ReporteGestion2012/pdf/ri2011.pdf>

[9] Ecopetrol S.A. (24 de abril de 2012). Reporte de Ecopetrol, uno de los mejores en sostenibilidad. Bogotá. Recuperado de <http://www.ecopetrol.com.co/contenido.aspx?catID=200&conID=65126>

[10] Juan Guillermo Vieira. (26 de mayo de 2011). Definición de políticas públicas 5, 6, 7 Recuperado de <http://politicas-y-publicas.blogspot.com/2011/05/definicion-de-politicas-publicas-5-6-7.html>

[11] Caballero, K. & Leguizamón, F. (2007) El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. Washington, D.C. 20577 USA: Juliano Flores, Enrique Ogliastri, Estrella Peinado-Vara e Imre Petry.

[12] Ecopetrol S.A. (2011) Reporte Integrado de Gestión Sostenible Recuperado de <http://www.ecopetrol.com.co/especiales/ReporteGestion2012/pdf/ri2011.pdf>

[13] Caballero, K. & Leguizamón, F. (2007) El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. Washington, D.C. 20577 USA: Juliano Flores, Enrique Ogliastri, Estrella Peinado-Vara e Imre Petry.

8 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. <http://www.ecopetrol.com.co/>
2. <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>
3. <http://www.epm.com.co/site/>
4. <http://www.oecd.org/>
5. <http://www.cgu.gov.br/conferenciabrocde/arquivos/Espanol-Lineas-Directrices-de-la-OCDE-para-Empresas-Multinacionales.pdf>
6. <http://site.ebrary.com/lib/alltitles/docDetail.action?docID=10311968>