

Tras pandemia, empresas reforzarán su papel social

Así lo expresan los empresarios colombianos que participaron en el I Observatorio “Tendencias en RSC y Sostenibilidad en Iberoamérica”.



Las campañas de recuperación, reciclaje y uso de sus productos, es clave en la estrategia de Totto.

CORTESÍA

POR: PORTAFOLIO

Las empresas colombianas tienen claro que luego de la pandemia deben cumplir un papel relevante en la mejora de las condiciones sociales del país.

(Lea: ‘Empresas tendrán que hacer un esfuerzo, pero no hay alternativa’)

Así lo reconoce el 82,5% de las organizaciones nacionales consultadas en el marco del I Observatorio “Tendencias en RSC y Sostenibilidad en Iberoamérica”, realizado por EAE Business School en colaboración con CEAPI, Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica, para analizar la realidad de las empresas iberoamericanas en la etapa post-covid19.

(Además: [Empleadores tienen dificultades para cubrir puestos de trabajo](#))

A nivel general, se destaca que el 99% de las empresas iberoamericanas confían a futuro en la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa (RSC), que el 83% entiende la responsabilidad social como una estrategia relacionada con la forma de generar ingresos, maximizando los impactos positivos del negocio y el 95% como un marco de colaboración incluso con empresas de la competencia.

(También: [Expectativa por mayor apertura para eventos](#))

La muestra incluyó 102 compañías de 14 países y de sectores diferentes. Más de la mitad facturan más de US\$1 billón al año y una de cada cinco lo hace por encima de US\$5 billones.

Algunas empresas participantes fueron Avianca, GEB, EPM, Terpel, Cementos Argos, Interconexión Eléctrica S.A. (ISA), Coomeva, [Ecopetrol](#), Valorem, Totto, Grupo Nutresa, Grupo Aval, Amarillo, Carvajal y Colombina.

Los empresarios Yonatan Bursztyn, presidente de Totto, y Bernardo Vargas, presidente de Interconexión Eléctrica S.A. comentaron los resultados del estudio y analizaron desde sus experiencias los retos del empresariado colombiano sobre estos temas.

Bursztyn señaló que el tema de sostenibilidad en Colombia y en la región ha tomado un interés real sobre la importancia de tener un mundo más balanceado y más sostenible.

“La pandemia fue un acelerador gigantesco en este tema. Hay algo que en el caso nuestro estamos trabajando muy fuerte y es generar empleos de calidad, incluyente y trabajando con nuestra cadena de abastecimiento en temas sostenibles”, señaló.

Totto montó un modelo de sostenibilidad que se basa en la educación de calidad, la generación de empleo con crecimiento económico. También resaltó los esfuerzos que se deben hacer por la reducción de la desigualdad una situación que, a su juicio, “está generando gran cantidad de problemas en el crecimiento y el desarrollo del país”. Igualmente, destacó cómo la marca trabaja en la manufactura y diseño de productos sostenibles.

Por su parte, Bernardo Vargas, de ISA, coincidió en la importancia de “romper con la desigualdad a la que se expone el país y la región”, al tiempo que explicó la importancia de hacer alianzas para fortalecer estrategias de sostenibilidad.

Reconoció que al principio de la pandemia con cierta desilusión notó como los países más ricos buscaban su propio beneficio, pero la situación cambió en la medida que avanzó la pandemia y surgió una consciencia de trabajo colectivo y recordó que “Todos somos uno”, como se llama el trabajo que ha realizado la compañía en el frente social durante la crisis.

OTROS DATOS

Según el Observatorio, dos de cada tres organizaciones iberoamericanas consultadas expresan que asumirán un rol más activo en la lucha contra los problemas de la sociedad tras la covid-19. Para el 95% de las encuestadas la estrategia supone un marco de colaboración empresarial.

En el nuevo escenario, dice que a las expectativas de los stakeholders internos (19%) pasa a ser la línea de acción más importante para las empresas iberoamericanas. Los empleados son claves, por encima de los clientes y de la sociedad en su conjunto.

En la era poscovid-19, Colombia destaca en el cuidado de sus empleados (18%), a lo que le sigue de cerca la apuesta por la cadena de suministros y productos (17,5%), el medioambiente (17,3%), la sociedad, (16,2%), los clientes (16,1%) y la gobernanza (15,8%). Ahora bien, los empresarios colombianos defienden en un 64,3% que la igualdad de género mantendrá la misma relevancia tras la crisis sanitaria.

PORTAFOLIO

Lo más leído

1. El dólar tuvo una pérdida leve, se recuperó y siguió al alza
2. Las nueve grandes obras que se inaugurarán este semestre
3. Incertidumbre lleva precio del dólar a máximos de 15 meses
4. Abren 123.000 ofertas de empleo para diferentes zonas del país
5. Novedades para la declaración de renta 2021
6. Declaración de renta 2021: quiénes deben hacerla y en qué fechas