

Opinión



Francisco Miranda Hamburger
framir@portafolio.co
Twitter: @pachomiranda

CARTA DEL DIRECTOR

Las empresas y los ODS

Dentro de los múltiples temas cruciales que se discutieron la semana pasada en la reunión anual del Foro Económico Mundial en Davos (Suiza) no podían faltar las discusiones sobre el papel de las empresas en la reactivación de la economía global y, en especial, en cómo se enfrentarán las consecuencias sociales y ambientales de la pandemia. Ante las crecientes inseguridades de alcance mundial -por mencionar dos: la energética y la alimentaria- también aumentan los llamados a un mayor compromiso del sector privado frente a la crisis.

Más allá de las críticas a una cita de la élite a favor de la globalización en medio de un momento de fragmentación, relocalización y nacionalismos, si se escucharon algunos reparos, recogidos en influyentes medios económicos internacionales, a

varios conceptos que tratan de conectar las empresas y los inversionistas con políticas e impactos sociales, ambientales y de gobernanza -ESG, por sus siglas en inglés-.

En otras palabras, los países ricos no solo están presenciando una presión mayor de la ciudadanía a que los CEOs y las empresas se manifiesten en los temas sociales y económicos sino también que, junto a los criterios de protección ambiental e inclusión diversa, el componente 'social' de los ESG conduzca a las compañías a posturas polémicas y en conflicto con sus clientes o consumidores.

Si bien la discusión parece tomada del mundo desarrollado, sin mayor conexión con las empresas colombianas, lo cierto es que la inclusión de criterios sostenibles y ESG en los principales grupos corporativos nacionales son una reali-



En un entorno internacional cada vez más crítico de las inversiones con criterios ESG, el debate sobre los negocios sostenibles y su impacto gana más urgencia”.

dad. Y constituye una tendencia positiva que debería profundizarse y ampliarse al mayor número de firmas, incluyendo las de medianas. De hecho, la agenda 2030

de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se ha convertido en una hoja de ruta estandarizada y accesible para que el sector privado colombiano pueda orientar y diseñar estrategias y acciones de sostenibilidad ambiental, social y de inclusión. Un reciente reporte de la firma de comunicaciones buho analizó centenares de columnas y editoriales de líderes de opinión que conectaban empresas específicas con algunos de esos ODS.

Por ejemplo, Ecopetrol, Hada, Procolombia y Coca-Cola fueron asociadas con temas de trabajo decente mientras que Grupo Sura, la Andi y el Banco de Bogotá en asuntos relativos al desarrollo industrial, la innovación y la infraestructura. Frente al ODS de 'Acción por el clima' se destacan empresas como la petrolera nacional, Bancolombia, Cerrejón, Promigas, entre otras. Es decir, los esfuerzos de todas estas

compañías por dar a conocer las distintas estrategias de sostenibilidad que promueven son comprendidos por estos líderes de opinión en el territorio nacional.

Aunque muchas voces críticas sigan asociando los criterios de inversión y las estrategias ESG como una simple "lavada de cara" y "operación de relaciones públicas" el más reciente fue Elon Musk de Tesla, el hombre más rico del mundo -el debate sobre los negocios sostenibles, su pertinencia y su impacto gana hoy más urgencia y pertinencia que nunca ante los retos que están dejando la pandemia y las crisis globales.

Es pertinente el llamado a masificar, profundizar y detallar metodologías estandarizadas - como la 'taxonomía verde' desarrollada para los productos financieros- que tanto dimensionen como potencien los impactos de las inversiones y de las estrategias con criterios de sostenibilidad. A pesar de los avances registrados, en temas de ESG y de los ODS con las empresas colombianas, aún hay mucho por hacer, discutir y contar.

Rodolfo Hernández o el hombre providencial



Roberto Angulo

El día en que a Rodolfo Hernández se le olvidó qué era el Vichada, lo que me llamó la atención no fue tanto el lapsus sino la frase con la que él mismo remató el video en el que un seguidor le pidió un saludo para los vichadenses: "entréguele la chequera a Rodolfo Hernández, no los voy a defraudar".

En otro video el empresario contó que cuando fue alcalde de Bucaramanga financió de su propio bolsillo la política social: "Tomé la deci-

sión de donar completamente mi sueldo, incluso añadí plata de mi bolsillo para cumplir con el sueño de los jóvenes que querían estudiar", y más adelante: "doné más de mil millones de pesos para que esos jóvenes estudiaran".

Al margen de la discusión de si sus motivaciones son genuinas o no, no lo sé, la estampa de hombre providencial que resuelve la injusticia social reclamando chequeras a unos y distribuyendo plata de su bolsillo a los otros, reúne dos rasgos populistas que Enrique Krauze enumera en su famoso *Decálogo del populismo*: el perfilamiento del líder carismático y el gusto por repartir la riqueza sin intermediarios.

El hombre providencial suele aparecer como redentor en situaciones cruciales y germina donde abunda el apetito de esperanza. A este populista disfrazado de ciudadano de a pie se le transfiere el poder directamente, y como dice Max Weber, "a su persona y a sus cualidades".

El hombre providencial, además, prefiere distribuir la riqueza sin intermediarios. Su canal redistributivo tiene la longitud de su propio brazo, es decir la equidad está al alcance de un apretón de manos o de una cachetada.

Las propuestas de política social de Rodolfo Hernández operacionalizan el talento de hombre providencial que decide, bajo el argumen-



Los que tenemos ideas liberales estamos en una encrucijada al tener que escoger entre dos populismos, pero cualquiera que sea la elección conviene no abrazarla con entusiasmo”.

to de "acabar con la robade- ra", la eliminación de los intermediarios que lo separan del pueblo, bien sean estos el mercado o las instituciones. Por ejemplo, en su programa de gobierno promete solucionar las necesidades básicas de vivienda urbana con casas en lotes de 72 m2 expandibles a 126 m2 que construirá en zonas céntricas "así resulten más costosos los terrenos"; omitiendo sin pudor las fuerzas económicas que forjan las ciudades.

En la parte de transferencias monetarias, el ingeniero abraza el dogma de equiparar intermediarios a corruptos y propone una Renta Básica que concentre "en un solo pago todos los subsidios existentes (...), eliminando a las

entidades que intermedian y haciendo el pago a través de una tarjeta de cero costos del Banco Agrario"; renunciando de un plumazo al beneficio de los subsidios que sí funcionan y a las ganancias en eficiencia que proporciona el mercado de operadores financieros, ambas cosas demostradas ampliamente por la evidencia.

Es cierto que los que tenemos ideas liberales estamos en una encrucijada al tener que escoger entre dos populismos, pero cualquiera que sea la elección conviene no abrazarla con entusiasmo, pues basta con creer en el hombre providencial para envalentonarlo.

Socio Fundador de Inclusión SAS
rangulo@inclusionssas.com

Portafolio

El Tiempo Casa Editorial
www.portafolio.com

Copyrights © 2020
EL TIEMPO Casa Editorial S.A.

Prohibida su reproducción total o parcial, así como su traducción a cualquier idioma sin autorización escrita de su titular.

Director
Francisco Miranda
Hamburger
framir@portafolio.co

Editor
Rubén López Pérez
rublop@eltiempo.com

Subeditor
César Giraldo Briceño

Editor Portafolio.co
Camilo Hernández

Redactores Portafolio.co
Javier Enrique Acosta
Mariana Guerrero Álvarez
Silvia Viviana Gómez

ECONOMÍA Y NEGOCIOS

Sala de Redacción

Constanza Gómez
Andrés Cárdenas
Paula Galeano Balaguera

Alfonso López Suárez
Laura Lucía Becerra
Johana Lorduy

Holman Rodríguez
Roberto Casas Lugo

PERIODISTAS EN COLOMBIA

Oficinas de EL TIEMPO

Medellín: Jorge García
Bucaramanga: Félix Quintero

Cali: José Valencia
Ibagué: Fabio Arenas

Barranquilla: Estewil Quesada
Eje Cafetero: Fernando Umaña

Director Gráfico
Beiman Pinilla

Jefatura de Diseño
Juan Manuel Leal

Concepto Gráfico y Diseño Editorial
Diana Yamile Acosta González

Diseño y Diagramación
Diana Yamile Acosta G.
Edwin Puentes Martínez

Infografía
Bryan Velásquez

Fotografía
Casa Editorial
EL TIEMPO

Colaboradores:
Felipe García Rojas;
Roberto Angulo;
Carlos Téllez;
Germán Umaña.

Gerente Portafolio

Alexandra Plata Vasquez
alepla@eltiempo.com
Tel.: 2940100 Ext 2247

Jefe Mercadeo
Ibón Andrea Bernal Torres,
ibober@eltiempo.com

Oficina de redacción, administración y ventas
Avenida Calle 26 No. 68B-70
Bogotá, Colombia. Tel: 2940100.

Suscripciones

Bogotá: 4266000
Línea nacional: 01 8000 110990
L-V 6 am-6 pm. S y D 6 am. 2 pm.

Línea de Servicio al cliente
Bogotá: 4266000 opc 1-2
Línea Nacional: 01 8000 110990
E mail:
servicioalcliente@eltiempo.com
Regionales: 01 8000 11077
Publicidad: PBX 2940100 Ext:3150