

**EL APORTE DE DIFERENTES EMPRESAS AL DESARROLLO SOSTENIBLE
EN COLOMBIA**

Ensayo

**PRESENTADO POR:
John Edward Celis Celis
D0104922**



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA (FAEDIS)
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Bogotá, D.C.

2016

EL APORTE DE DIFERENTES EMPRESAS AL DESARROLLO SOSTENIBLE EN COLOMBIA

El concepto de desarrollo sostenible surge al final de los años sesenta, como resultado de la conciencia de los crecientes problemas ambientales y de los límites impuestos por la naturaleza a la explotación y crecimiento económico descontrolado. Desde ese punto de vista, según Viederman 1993 (citado en Carvalho 1994) “una sociedad sostenible es aquella que asegure la salud y la vitalidad de la vida y cultura humana y del capital natural, para la presente y las futuras generaciones, tales sociedades deben tener las actividades que sirven para construir la vida y la cultura humana, el capital natural, y promocionar aquellas actividades para conservar lo que existe, recuperar lo que fue destruido y prevenir daños futuros” (p. 4).

He ahí la importancia del crecimiento económico cuando se habla de sostenibilidad. GLICO (2006), hace referencia a “la necesidad de cambio en las distintas facetas asociadas a la economía, se hagan perdurables en el tiempo” (p. 16). Este factor es de importancia económica para el país, debido a la necesidad en Colombia de tener un aporte desde el ámbito empresarial para alcanzar el desarrollo sostenible. El componente económico está ligado a las empresas, ya sean desde las microempresas hasta las macroempresas; según CECODES (2011) “las empresas inciden directamente en la economía local y global; cada una aporta un servicio que genera un bien económico y así se construye una malla empresarial, por consiguiente un paso a conseguir el desarrollo sostenible” (p. 124).

Sin embargo este prototipo de desarrollo no se evidencia en Colombia debido a la afectación de los recursos naturales por parte de algunas empresas; es por esto que las empresas han pasado a jugar un papel importante en la búsqueda de nuevos modelos empresariales que permitan alcanzar el desarrollo sostenible y

estrategias para enfrentar estos desafíos que, a su vez, ofrecen las mayores oportunidades de innovación y crecimiento.

Debido a lo anterior se busca analizar el aporte de las empresas colombianas al desarrollo sostenible en Colombia, teniendo en cuenta los pilares de sostenibilidad: pilares económico, ecológico y social.

El ideal de las empresas en Colombia y en el mundo siempre ha sido la generación de valor, originalmente representada en términos económicos y de productividad que hagan prosperar a las empresas y a los empresarios (CECODES, 2011, p. 53).

El desafío de las empresas para el siglo XXI, ha sido el desarrollo sostenible, donde las empresas deben estar inmersas a su alrededor en un mundo global, y en el medio ambiente que también se vuelve planetario, que trasciende y complementa la generación de valor económico e invita a las empresas a construir caminos de acuerdo con su propio carisma, identidad corporativa y visión de estar en el mundo.

Hoy en día, la sobrepoblación y sobre-explotación de los recursos, conlleva el interés para generar mucho más conciencia del autocuidado y el autocontrol, partiendo de la base fundamental que las empresas juegan un papel muy importante en la sostenibilidad de nuestra fuente primaria, el cual, implica a un desarrollo menos nefasto. Lo anterior justifica el desarrollo de esta investigación para corroborar verdaderamente si en Colombia las empresas aportan o no al desarrollo sostenible partiendo del hecho en que vivimos en un planeta finito, pero con patrones de conciencia de consumo desmedido, generando problemas irreversibles para nuestro planeta.

Según Friedman (1970) “la responsabilidad social significa actuar de acuerdo a una conciencia social, promoviendo fines sociales deseables” (p. 6), los cuales, en

planteamientos del autor, no les conciernen a las empresas porque su única responsabilidad es el aumento de sus utilidades, adicionando su consideración por el mercado como el encargado de mantener el orden y el equilibrio de la sociedad, y el bienestar general como producto de la búsqueda del bienestar propio de cada individuo.

La Responsabilidad Social Empresarial aporta a la economía y por consiguiente al desarrollo sostenible desde el pilar de sostenibilidad social, e incrementando el valor agregado y por consecuencia, contribuye a mejorar la situación competitiva y sostenible de la empresa.

Es por ello que con el paso del tiempo, un número creciente de organizaciones empresariales y gobiernos adoptan el término de desarrollo sostenible, buscando como crecer sosteniblemente en el contexto de los emergentes retos económicos, sociales y ambientales. Uno de los enfoques que vincula este desafío, lo acoge el esquema mental del triple resultado [TBL – Triple Bottom Line], desarrollado en 1994 por John Elkington. Este esquema resalta “el hecho de que las compañías y otras organizaciones podían crear valor en múltiples dimensiones” (Elkington, 2010, p.6), alcanzando resultados integrales a través de acciones conjuntas dirigidas desde los ejes ambientales, económicos y sociales, donde cada uno de los ejes mencionados presentan unos temas específicos relacionados y a su vez, las interacciones evidencian otros asuntos claves para lograr el éxito empresarial sostenible en el tiempo.

Para que las empresas generen un valor agregado y presenten sostenibilidad y competitividad deben considerar la sostenibilidad en tres horizontes:

1. Sostenibilidad económica (garantizar el desarrollo económico a las generaciones futuras).

Esta sostenibilidad se debe realizar por procesos de asignación y gestión de recursos, mediante inversiones públicas y privadas, generando un impacto social más que impacto rentable, sin descartar que lo social y rentable permite a la vez un criterio económico sostenible.

2. Sostenibilidad ecológica (garantizar la integridad del entorno a las generaciones futuras).

Este componente ecológico y ambiental dentro de la sostenibilidad permite generar iniciativas de uso racional con los recursos naturales, mejorando así, la cultura ciudadana como también el equilibrio de los ecosistemas.

3. Sostenibilidad social (garantizar la calidad de vida de todos los habitantes del planeta).

Es una de las metas más importantes de desempeño a nivel empresarial, ya que la sociedad es la que permite el desarrollo empresarial, construyendo una sociedad con equidad, que entregue las mismas posibilidades para toda la civilización, mejorando la economía, por lo tanto creando un desarrollo sostenible.

La necesidad del mercado en Colombia de crecer de manera sostenible y rápida, no es ajena a la crisis ambiental, económica, cultural y social, por esta razón las empresas en su necesidad de adaptación han cambiado sus estrategias para ser más competitivas y soportar los cambios del mercado, de esta manera se genera la competitividad empresarial que permite, según Minambiente (2011)

Desarrollar la capacidad de soportar amenazas y riesgos, como por ejemplo la aparición de nuevas empresas, nuevos productos sustitutos o incluso una nueva legislación, multas o sanciones, con ventajas competitivas es como una empresa se

diferencia de sus competidores, logrando que los consumidores la vean como “favorita” (p. 20).

Reconociendo la afectación del cambio climático y con ella la crisis ambiental generada en nuestro país, uno de los factores claves para las empresas y el desarrollo sostenible es la importancia y consideración con que se trate las condiciones ambientales, fortaleciéndose en este aspecto y logrando ser favorecidas con certificados ambientales o sellos verdes, logrando de tal manera no solo competitividad si no también ser ejemplo de producción limpia que genera reconocimiento por sus impactos ambientales.

Las empresas deben buscar el camino hacia la sostenibilidad y de la mano con la sostenibilidad ambiental, el Minambiente (2011) recomienda:

1. Hacer un estudio detallado de cada uno de los procesos del ciclo de vida del bien o servicio que se pone en el mercado y los impactos ambientales que estos generan.
2. Hacer un análisis detallado del ciclo de vida del bien o servicio que se pretende comercializar.
3. De acuerdo con el análisis que se realice del ciclo de vida del bien o servicio, tomar acciones para prevenir y disminuir el impacto.
4. Tener en cuenta los criterios de sostenibilidad establecidos para la adquisición de bienes o servicios de la entidad.
5. Implementar prácticas sostenibles al interior de su entidad que vayan más allá del cumplimiento de la normativa vigente.
6. Concientizar y capacitar a todos los integrantes de la empresa hacia la sostenibilidad ambiental (todos trabajen de la mano).
7. Capacitar a los integrantes de la empresa en todo lo relacionado con buenas prácticas ambientales. El equipo técnico encargado del departamento de gestión ambiental deberá definir los criterios que definirán las buenas prácticas para cada entidad.

8. Integrar a todas las partes, internas y externas a la empresa, para ajustarse a esas acciones de prevención y mitigación, es decir, validar e implementar en la medida de lo posible las buenas prácticas ambientales.
9. Plantear un plan de compensación ambiental para generar un beneficio, en recompensa por el daño ocasionado por los impactos que definitivamente no se pueden reducir o prevenir.
10. Difundir y promover entre los diferentes actores de la empresa, y aquellas partes interesadas, buenas prácticas ambientales

La innovación de las empresas teniendo en cuenta la recomendación del Ministerio de Medio Ambiente, permite adquirir beneficios económicos y ambientales, prevaleciendo en el comercio y alcanzando la sostenibilidad social, económica y ecológica.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que la sostenibilidad y el aporte de las empresas se generan mediante gestión económica y ambiental. Para conseguir esto se deben tener en cuenta algunos factores como: mejoramiento en las fábricas, usar materias primas amables con la naturaleza, hacer uso de buenas prácticas de desechos; ser estratégicos en el momento de competir, observar calidad en los productos, ser innovadores en sus presentaciones, crear sentido de pertenencia de los empleados con la empresa y con el medioambiente entregando beneficios tanto para los empleados como para los consumidores.

Es importante resaltar las políticas ambientales que estimulen a las empresas a aportar sostenimiento ecológico, para que se vean favorecidas las empresas y se comprometan con el ambiente; sin embargo es de anotar que el estímulo no es bien recibido para las empresas que tienden a incrementar la contaminación, según Sánchez (2002), "las empresas que arrojen una rentabilidad negativa cuando incluyan en sus costos los efectos ambientales negativos que generan podrían desaparecer" (p. 17); esto sería un factor negativo para el desarrollo sostenible en Colombia, es ahí donde se debe fortalecer mediante alternativas

empresariales, para reestructurar la mecánica de la empresa de manera que sea sosteniblemente posible y además amigable con el ambiente, con el fin de perseverarse en el mercado. También las empresas se pueden acoger a diferentes beneficios tributarios que protegen el ambiente.

De acuerdo a lo anterior el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible en busca de reducir la contaminación industrial, ha establecido beneficios tributarios mediante los Decretos 2532 de 2001 y 3172 de 2003, dichos beneficios se articulan en tres frentes de acción:

1. Producción limpia y adquisición de equipos y sistemas que controlan la contaminación
 - ✓ Exención en el IVA por inversiones en el mejoramiento del medio ambiente y sistemas de control (Estatuto Tributario arts. 424-4 y 428, literal f).
 - ✓ Descuento en el IVA por el uso debido de combustibles (Estatuto Tributario arts. 424-6, 425 y 476-4).
 - ✓ Deducción en el impuesto de renta y complementarios para inversiones en mejoramiento y control del medio ambiente (Estatuto Tributario art. 158-2).
2. Incentivos por actividades forestales
 - ✓ Presunción del costo de venta en plantaciones forestales (disminución de la base gravable del impuesto de renta (Estatuto Tributario art. 83).
 - ✓ Deducción en la renta líquida por inversiones en plantaciones de reforestación (Estatuto Tributario art. 157).
 - ✓ Incentivo directo a la conservación del bosque; se hace por medio del Certificado de Incentivo Forestal (Estatuto Tributario art. 253).
 - ✓ Incentivo directo a la reforestación, por medio del Certificado de Incentivo Forestal (Ley 139 de 1994).
 - ✓ Impulso a las actividades de investigación en medio ambiente.

- ✓ Deducción de la renta gravable por donaciones a entidades ambientales y de carácter científico (Estatuto Tributario art. 125).
3. Impulsar la generación de nuevos incentivos económicos que permitan el desarrollo y la implementación de las estrategias de la Política Nacional de Producción y Consumo, específicamente lo relacionado con la implementación de buenas prácticas ambientales al interior de las empresas.

Otro de los pilares que aportan al desarrollo sostenible mediante el sector empresarial, es el económico. Debido a la necesidad de comenzar una inclusión económica con las personas de bajos recursos económicos, se pensó en prácticas como los llamados Negocios Inclusivos, considerándose una decisión estratégica para generar ganancias, proporcionando recursos a ciudadanos de bajos ingresos, siendo benéfico para todos los que a este tipo de prácticas se asocie.

Un ejemplo del modelo de Negocio Inclusivo, es la distribución de productos por medio de los Consultores Natura. El reto de las empresas es posicionarse en un mercado nuevo, bajo un concepto de marca diferenciador y por medio de un sistema de distribución directo, que invita a las personas de todos los estratos socioeconómicos a vincularse con una baja inversión, capacitación y entrenamiento sin costo, financiación y el respaldo que ofrece la calidad de los productos.

Esta empresa inició el 12 de junio de 2007, generando oportunidades a toda la población y hoy en día cuentan con más de 5 mil consultores afiliados a su red de distribución lo que es una clara muestra de sostenibilidad social.

Cabe destacar la oportunidad que les brindan a las mujeres, ya que permiten que se genere un ingreso adicional, con facilidad de distribución y venta de productos innovadores esta empresa de Negocio Inclusivo tiene como esquema la

distribución de los productos incorporando las características propias de la venta directa, el modelo no involucra una relación laboral con la fuerza de ventas ni impone restricciones educativas o de experiencia previa, debido a que la vinculación tiene una serie de requisitos mínimos y un costo de US\$ 22.5 equivale al 9% de un salario mínimo legal vigente que se compensa con un kit inicial para comenzar el negocio, además presenta facilidades financieras, durante cada ciclo Natura financia, sin intereses, la compra de productos, período que se puede extender por siete días más sin costo adicional. La ganancia para los consultores es del 30% sobre el valor de la venta.

El desarrollo sostenible de Colombia depende básicamente de la industria empresarial, en este orden hay diferentes empresas que han sido destacadas por su aporte. Este es el caso del Negocio Cárnico Zenú, que surge en Colombia, en los años 50, época en la que el proceso de las carnes se limitaba al corte y expendio y en la que sólo existían en el mercado pequeñas fábricas artesanales productoras de chorizo y que se iniciaban tímidamente en la producción de las salchichas. Zenú es hoy, la empresa de carnes frías más importante de Colombia, mérito obtenido por la calidad, variedad y presentaciones de sus productos que es exaltada por sus consumidores y posee la mejor planta de producción de Colombia, teniendo calidad certificada internacionalmente bajo la norma ISO 9001:2000; además es líder en la implementación de programas de protección al consumidor conocido mundialmente como Sistema de Aseguramiento de Puntos Críticos y de Riegos (HACCP). Sin embargo la OMS realizó un comunicado advirtiendo Carcinogenicidad del consumo de carne roja y de la carne procesada, a lo que la compañía se pronunció:

"estamos a la espera de la liberación del informe completo de la OMS para conocer, en forma detallada, sus conclusiones. Sin embargo, de forma preliminar, se puede destacar que el reporte de prensa del estudio emite sus apreciaciones a partir de un consumo de 50 gramos de carne procesada diaria lo cual significa unos 19 kilos de consumo al año mientras que en Colombia el consumo de cárnicos procesados es menor a los 4 kilos

anuales por persona, de todos modos, en nuestro caso una porción de producto cárnico está por debajo de los 40 gramos para nuestras principales referencias, incluyendo Salchicha Ranchera (38 gramos por unidad), Salchicha Tradicional Zenú (25 gramos por unidad) y una tajada de Jamón Pietrán (20 gramos por lonja)" Zenú (2010).

Desde la sostenibilidad económica, Zenú presenta como misión la creciente creación de valor, logrando un destacado retorno de las inversiones, superior al costo del capital empleado visionando un crecimiento rentable con marcas líderes, servicio superior y una excelente distribución nacional e internacional y comprometida con el Desarrollo Sostenible. Esta empresa define su Política Ambiental Corporativa, en los siguientes principios básicos:

- Armónica relación entre el crecimiento rentable y el desempeño ambiental.
- Uso racional de los recursos y consideración del impacto ambiental, como variable clave, desde la planificación de los proyectos, procesos y productos.
- Implementación de buenas prácticas ambientales y adopción de tecnologías limpias que minimicen la afectación del medio ambiente y se usen con un criterio de eco-eficiencia.
- Gestión ambiental proactiva, orientada a la prevención y control de impactos al medio ambiente.
- Desarrollo de una cultura ambiental en nuestros colaboradores, que se transmita a nuestro entorno laboral, social y a la comunidad en general.

Con respecto a la sostenibilidad social la industria de alimentos Zenú desarrolla su gestión con la comunidad orientando todas sus iniciativas a la construcción de capacidades locales en las comunidades para impulsar la autogestión y contribuir a su bienestar; cuenta con diversos proyectos encaminados a contribuir con el desarrollo socioeconómico y cultural de la comunidad y por ende sostenible, enmarcados en sus líneas de gestión social:

nutrición , educación, generación de ingresos y emprendimiento y voluntariado, en este último, gracias a la consciencia solidaria de los voluntarios en tiempo y dinero, Zenú logra impactar positivamente a poblaciones vulnerables del país, con un voluntariado en dinero \$81.412.600 pesos aportado por voluntarios, beneficiando a 19 instituciones y 659 personas, mediante las siguientes acciones, como:

- Plan Padrino 144 Planes Padrino fueron patrocinados por 106 Colaboradores quienes invirtieron \$7.197.900 para fomentar de la educación, nutrición, recreación y recuperación sociocultural de los niños de la Fundación de Atención a la Niñez.
- Comité Social Unidos, 319 voluntarios aportaron un total de \$29.058.200 al Comité para la realización de proyectos sociales que beneficiaron a 320 personas de comunidades vulnerables. Por su parte, el Negocio asignó un total de \$40.000.000 al Comité, contribuyendo al desarrollo de proyectos sociales en 6 instituciones beneficiadas.
- Caja del amor En la época Navideña 60 familias se beneficiaron con mercados y regalos donados por voluntarios del Negocio Cárnico, por un valor aproximado de \$4.200.000.
- Telealimentón \$2.044.000 fueron entregados para proyectos nutricionales del Banco Arquidiocesano de Alimentos de Medellín por 165 voluntarios de Industria de Alimentos Zenú.
- Dividendo por Colombia los Colaboradores aportaron dinero para dotar las aulas educativas que coordina la Fundación.
- 6 voluntarios \$170.000 millones entregados.
- Recolecta solidaria Dentro del marco de la Jornada de la Sostenibilidad se llevó a cabo la recolecta solidaria, iniciativa que vinculó a 41 voluntarios con el proyecto “Descubramos la Lectura” de la Fundación Horacio de J. Restrepo, a la cual se donaron \$512.000.

Otra de las empresas aportantes al desarrollo sostenible de Colombia es COLANTA, Cooperativa de Lácteos de Antioquia sin ánimo de lucro, fabricante de productos alimenticios que incluye lácteos, refrescos, embutidos, vinos y cereales y exporta a Canadá, Curazao, Estados Unidos, Guatemala, San Martín y Venezuela. La historia de esta empresa inicia cuando el médico caucano, Rafael Cerón Escobar, el 19 de abril de 1964 citó a varios campesinos en el quiosco de la fría población de Donmatias en el departamento de Antioquia al norte de Colombia, para proponerles la idea de crear una cooperativa lechera que aún no existía en el país. Con la asistencia de 26 campesinos comenzó la "Cooperativa lechera de Donmatias", iniciando en forma local llegando a otros municipios y progresando a pesar de los avatares hasta llegar a la empresa COLANTA que hoy conocemos.

La misión de la cooperativa es líder del sector agroindustrial que posibilita el desarrollo y bienestar de los asociados productores y trabajadores, a través de una oferta integral y oportuna de productos y servicios, como la mejor opción en la relación calidad-precio, para satisfacer las necesidades de los clientes en el contexto nacional, con proyección internacional y su visión es ser una cooperativa altamente comprometida con la internacionalización de la producción del sector agroindustrial y de las actividades complementarias para el desarrollo social y económico de los asociados y las regiones donde realizamos gestión con procesos innovadores, cumpliendo los más estrictos estándares de calidad, productividad y competitividad para satisfacer las necesidades de los clientes en los mercados nacionales e internacionales." Colanta (s.f.).

Desde la sostenibilidad social la empresa ofrece servicios al asociado, que buscan fortalecer las relaciones con los Asociados, Productores y Trabajadores, servicios para los Asociados Productores:

- Garantiza la compra de producción de leche al Asociado.
- Bonificaciones especiales por la calidad de su leche.

- Análisis de calidad higiénica, composicional y sanitaria de leche cruda.
- Información personalizada a los Asociados Productores sobre la calidad de su leche.
- Visitas a las fincas con dificultades en su calidad higiénica.
- Capacitación y entrenamiento para la obtención de leche de calidad.
- Acompañamiento en finca para análisis de rutinas de ordeño, tanques de enfriamiento y equipos de ordeño.
- Asesoría y gestión de recursos económicos para la tecnificación.
- Montaje y Mantenimiento de Tanques de Frío y Equipos de Ordeño con:
 - Instalación, diagnóstico de estado de funcionamiento.
 - Mantenimiento preventivo y correctivo.
 - Despacho, traslado o recolección de los tanques en la finca.
 - Desinstalación y reinstalación de tanques de enfriamiento.
 - Chequeo y elaboración de sistemas de puesta a tierra.
- Mantenimiento para las canecas de leche de Asociados que aún envían su producción a través de este medio.
- Diagnóstico del estado, funcionamiento y mantenimiento preventivo del carro tanque.
- Recolección de leche cruda en las fincas y su entrega en plantas.
- Asistencia técnica con el acompañamiento de Médicos Veterinarios, Zootecnistas, Administradores Agropecuarios y demás profesionales del sector.
- Asesoría en programas de nutrición animal, porcicultura, fertilización, pastos y suelos, mejoramiento genético, administración y monitoreo de hatos, sanidad animal, administración agropecuaria, medición de potreros, transferencia de embriones, suministro de nitrógeno en fincas, entre otros.
- Financiación para Giras Técnicas.
- Actividades y descuentos especiales en los AGROCOLANTA®.
- Servicio de Inseminación Artificial.

- Vacunación de ganado contra la aftosa, brucelosis y tuberculosis, y asesoría en Seguridad Social para sus trabajadores, a través de Genytec.
- Programa Línea Verde: Acopio de bienes agrícolas de pan coger cultivados en las fincas para industrializarlos y comercializarlos en la red de ventas de COLANTA.
- Compra de ganado y terneros en FrigoCOLANTA.

Para todos los Asociados Productores y Trabajadores

- Servicios Financieros a través de la Cooperativa de Ahorro y Crédito.
- Seguro de vida.
- Cupos y descuentos en compras de lácteos, derivados cárnicos e insumos agropecuarios en los Puntos de Venta COLANTA y en los 46 almacenes AGROCOLANTA®.
- Préstamos a bajo interés del Fondo Rotatorio de Educación, para el pago de matrículas de educación básica y superior.
- Actividades de formación cooperativa.
- Descuentos en vehículos marca Chevrolet a nivel nacional y en Antioquia con Autolarte.
- Cursos de Artes y Oficios para el Asociado y su familia en áreas como culinaria, peluquería, manualidades, entre otros.
- Centros de Acondicionamiento Físico para todos los Asociados y una persona de su grupo familiar primario.
- Seguro exequias con la Previsora Social Cooperativa Vivir – Los Olivos.
- Otorgamiento de contratos de práctica y aprendizaje con el SENA, en los que se da prioridad a los familiares de los Asociados.
- Aplicación de vacunas no cubiertas por la EPS y de ser descontadas del pago de la leche o de la nómina.
- Servicio de Odontología con ORALSER para los Asociados y su familia.
- Vacaciones recreativas para los hijos de los Asociados.
- Servicio Médico en la sede Caribe Medellín.

- Servicios de Seguros con Anproseguros, por medio de La Cooperativa de Ahorro y Crédito COLANTA.
- Biblioteca, especializada en temas del sector agropecuario y cooperativo.
- Financiación y descuentos especiales para la compra de llantas con el proveedor MACROLLANTAS

Conjunto a ello, para lograr una equidad en el desarrollo sostenible COLANTA tiene en cuenta el pilar social, en forma de valores corporativos, como son:

- Solidaridad: compromiso con el acontecer de la cooperativa y asumen que todas las acciones afectan a los demás.
- Participación: Son una organización democrática, donde cada asociado tiene incidencia en la toma de decisiones e igualdad de oportunidades.
- Equidad: Facilitan el desarrollo integral del asociado y su familia, mediante la distribución justa e imparcial de los beneficios cooperativos.
- Honestidad: realizan todas las operaciones con transparencia y rectitud.
- Lealtad: Ser fieles a La Cooperativa y en busca de su desarrollo y permanencia en el tiempo.
- Responsabilidad: Obrar con seriedad, en consecuencia con los deberes y derechos como asociados, acorde con el compromiso con La Cooperativa.
- Respeto: Escuchar, entender y valorar al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.
- Mística: Realizar el trabajo bien desde el principio, con la convicción de entregar lo mejor.
- Confianza: Cumplir con lo prometido al ofrecer los mejores productos y servicios a un precio justo y razonable.
- Trabajo en Equipo: Con el aporte de todos los que intervienen en los diferentes procesos de La Cooperativa busca el logro de los objetivos organizacionales.

Otros de los aportes al desarrollo sostenible, realizado por Colanta son diferentes programas de solidaridad, como el “Vaso de leche” de la Alcaldía de

Medellín, en escuelas y colegios de la capital antioqueña y que beneficia a 120 mil niños día con una bolsita de leche fortificada para combatir la desnutrición infantil, el Programa Maná de la Gobernación de Antioquia con 140 mil niños a los que diariamente se les suministra una ración de leche en polvo saborizada, como golosina complemento nutricional el ex Gobernador de Antioquia Luis Alfredo Ramos, lo extendió a los 365 días del año, el programa del Ex Presidente de La República, Álvaro Uribe, denominado “Desayunos Infantiles” y ejecutado a través del Instituto Colombiano del Bienestar Familiar – ICBF, COLANTA suministra a la población infantil de bajos recursos más 500 mil raciones de leche saborizada líquida y una galleta fortificada. En síntesis Colanta es un ejemplo de lo que se puede lograr gracias al sistema cooperativo y a la solidaridad de asociados, trabajadores y consumidores y a los gobiernos que entienden los beneficios de este sistema como solución con un solo objetivo: contribuir con el desarrollo del campo y el fortalecimiento de la economía del país y con ello el desarrollo sostenible.

Igualmente otra de las empresas que mayor contribución realizan al desarrollo sostenible es Postobón ya que según Postobón, (2014) "Busca actualizarse en tendencias, nutrirse de conocimiento y aportar al desarrollo, la compañía adhirió a iniciativas como Cecodes, Red del Pacto Global y CEO Wáter Mandate. Asimismo, desarrolla un trabajo interinstitucional con organizaciones como Cuenca Verde, la Asociación Nacional de Empresarios (ANDI) Y Pro Antioquía, que le permiten potenciar su ejercicio responsable y sostenible".

De acuerdo con el estudio "Élite Empresarial Colombiana" realizado para portafolio, en las 12 principales ciudades del país y a 1.167 empresarios, directivos y altos ejecutivos del mundo de los negocios, Postobón obtuvo un reconocimiento muy importante, por tercer año consecutivo. Esta empresa fue reconocida como una de las más admiradas de Colombia con un 32,9% en la encuesta realizada para portafolio, pese a la fuerte competencia en el mercado, la compañía cuenta con la mayor participación en la industria de las bebidas no alcohólicas en

Colombia, además su capital es 100% colombiano; el más grande en ingresos del sector, con más de 35 marcas y 250 referencias, quienes según Miguel Escobar presidente de la compañía, evolucionan, tienen vida y se reinventan constantemente, es una empresa que trabaja bajo la innovación, visión de negocios, adaptación y transformación, compromiso, liderazgo y sostenibilidad por el desarrollo del país.

Esta compañía paisa, logró en el 2015 alcanzar el primer lugar de recordación en la ciudad de Bogotá con un 8,3% ya que su plan de acción va más allá de ofrecer los productos, apoya talentos deportivos, un proyecto que busca avalar a 25 atletas en su desarrollo profesional y competitivo para hacer de ellos unos campeones, dentro de este proyecto, se cuenta además con Catherine Iburgüen y Santiago Botero, dos referentes del deporte en el país.

Hablar de Postobón es contar la historia de una compañía que ha dejado huella en Colombia gracias a su innovación, visión de negocios, capacidad de adaptación y transformación, condiciones que le permiten mantener el liderazgo con compromiso, sostenibilidad y con el desarrollo del país.

Posee un modelo de sostenibilidad de alto impacto, donde la sostenibilidad está enfocada a generar soluciones, crear valor compartido y tener gran impacto transformador en la sociedad, gracias a la articulación integral de las actividades del modelo de sostenibilidad, Postobón busca un equilibrio entre las dimensiones social, económica y ambiental, demostrando así el compromiso que tiene la compañía con sus grupos de interés, las acciones de valor compartido y de responsabilidad social, aportando a la construcción del país y a mejorar las condiciones de vida de los colombianos, son conscientes del papel que tienen en la construcción del tejido social y participativos en la formulación de nuevos escenarios que aporten al desarrollo del país, enfocan las acciones de sostenibilidad que impactan al planeta en actividades y programas que buscan el cuidado del recurso hídrico, la reducción de emisiones y el manejo de residuos.

Del mismo modo, el grupo Éxito, una compañía de comercio al detal en Colombia, contribuye al desarrollo sostenible con 8.7 billones de ingresos operacionales, cuenta con 418 puntos de venta entre los que se encuentran hipermercados, supermercados, tiendas de descuento y tiendas especializadas, distribuidos de la siguiente manera: en Colombia 200 almacenes Éxito, 75 Carulla, 84 Surtimax y 7 otros. En Uruguay cuenta con 52 puntos de venta distribuidos así: 24 Devoto, 27 Disco y 1 Gean.

El Grupo Éxito se ha transformado en una corporación multiindustria, multiformato, multimarca y multinegocio, que está compuesta por su empresa matriz Almacenes Éxito S.A. y sus filiales Distribuidora de Textiles y Confecciones S.A., Didetexco S.A., Almacenes Éxito Inversiones S.A.S. y Carulla Vivero Holding Inc; y dentro de su propuesta opera, además del comercio al retail, otras ocho industrias: inmobiliaria, financiera, seguros, textiles, alimentos, viajes, telefonía móvil y estaciones de servicio, es una cadena de almacenes de gran escala en Colombia, generó 62.796 empleos directos en el año 2010, en ese mismo año hizo una alianza estratégica con la caja de compensación Cafam donde los supermercados Cafam pasan a manos de Éxito.

La sostenibilidad en el Grupo Éxito se plantea siendo la empresa líder del *retail* en Colombia encaminada a implementar iniciativas innovadoras que den respuesta a las necesidades del país, impulsar un negocio que sea rentable para los accionistas, generador de valor para sus clientes y motor de desarrollo sostenible para el país.

El grupo Éxito ha Trabajado en concordancia con los Principios del Pacto Global y han definido cinco pilares para el desarrollo de la estrategia de sostenibilidad de la compañía.

Pilar 1: Actor solidario y responsable

Con la estrategia Gen Cero, la meta es lograr que en el 2030 ningún niño menor de cinco años sufra de desnutrición crónica en Colombia; durante el 2014, la Fundación Éxito invirtió más de \$18.570 millones en la atención a 35.529 niños y 7.627 madres gestantes.

Pilar 2: Aliado de confianza

83% de los productos de carne, pescado, frutas y verduras se compra directamente a proveedores locales, el 2014 cerró con más de 700 Aliados Surtimax, una apuesta de comercio sostenible, por medio de la cual nos asociamos con mercados independientes.

Pilar 3: Comerciante responsable con los clientes

El cliente es quien dirige las acciones, en 2014 se presentó el Manual de Protección al Consumidor, y se hizo público el compromiso de proteger los derechos de más de 7 millones de clientes.

Pilar 4: Empleador responsable e incluyente

Gracias a la integración con Súper Inter, la cuarta marca del retail, en el Grupo Éxito ya son más de 41 mil empleados, ofrece oportunidades de trabajo para población vulnerable, mediante alianzas con entidades que agrupan personas en situación de discapacidad física y cognitiva, víctimas de la violencia o reinsertados.

Pilar 5: Reducir el impacto en el medio ambiente

Uno de los principios es ser respetuosos con el medio ambiente y mitigar el posible impacto de las operaciones, durante el año se ahorró 40 GWh, lo que equivale al consumo energético de 22.500 hogares, contando con 219 puntos de recolección de pos-consumo.

Conclusiones

La experiencia demuestra sobre las empresas que desarrollan prácticas de protección medioambiental, a mediano y largo plazo, que éstas son más competitivas en el mercado internacional, en la medida en que el respeto de las normas en este ámbito estimula la innovación y la modernización de los procesos y de los productos, fomentando el uso de tecnologías más limpias. Del mismo modo, las empresas internacionalmente competitivas están en mejores condiciones de invertir en nuevas tecnologías, más eficaces y limpias (Comisión de las Comunidades Europeas, 2002).

Afortunadamente y desde el análisis realizado a las diferentes empresas que en este escrito se evidencia, se puede apreciar que ellas de una u otra forma aportan al desarrollo sostenible en Colombia y cómo desde la perspectiva social, crece la Responsabilidad Social Empresarial entregándole al país programas que van en beneficio de sectores menos favorecidos económicamente de esta manera con el desarrollo de este ensayo es posible concluir que la sociedad sostenible es aquella que proporcione beneficios a las generaciones presentes y futuras.

De esta manera crece la importancia mercantil en cuanto el desarrollo económico y la necesidad de generar factores de importancia financiera para el país, es por esta razón que las empresas se ven inmersas en este objetivo, sin dejar por fuera los retos sociales y ambientales con los cuales se construye el desarrollo sostenible para el país.

En Colombia el aporte al desarrollo sostenible mediante las empresas se ha visto reflejado en los últimos años, en este ensayo se estudiaron empresas que de alguna manera han aportado al desarrollo sostenible como son: el negocio inclusivo de Natura, el negocio Cárnico Zenú, Colanta-Cooperativa de Lácteos de Antioquia sin ánimo de lucro, Postobón y El Grupo Éxito.

Cada una de estas empresas ha aportado de manera social, ambiental y económica al desarrollo sostenible en Colombia, en el caso de Natura, ofreciendo oportunidades de empleo a mujeres amas de casa, con facilidades de pago; en el caso de Zenú ha realizado diferentes proyectos que atribuyen al desarrollo sostenible, estos están encaminados a la educación, nutrición, recreación, recuperación sociocultural y a las comunidades vulnerables, en cuanto a Colanta se ha relacionado en educación para sus productores, mejoras en las fincas, servicios crediticios, educación, recreación y nutrición a niños en condiciones vulnerables.

Conjuntamente se suma Postobón, empresa generadora de empleo y mayor generador de ingresos al sector, beneficiando mediante proyectos deportivos a diferentes entidades o corporaciones, haciendo reconocida a Colombia por sus rendimientos deportivos. Y por último el grupo Éxito, siendo una empresa líder en la canasta familiar, con posibilidades crediticias y diferentes beneficios crediticios, además de beneficios para fundaciones y por ende beneficios al desarrollo sostenible social.

Finalmente el aporte de las empresas colombianas al desarrollo sostenible es positivo y creciente cada día, ya que la dinámica económica permite ser cambiante y las empresas innovadoras a este factor; sin embargo existe la necesidad de generar mayores proyectos que mejoren la sostenibilidad económica ya que se está invirtiendo en los aspectos sociales y ecológicos dejando de lado el factor financiero que en ultimas es el mayor aporte al desarrollo sostenible.

REFERENCIAS

Carvalho, M. (1994). *A participação e organização consentida como uma das dimensões da cidadania*. Informe integral (versión preliminar). Brasilia. IICA/SEPLAN.

Colanta. (s.f.). *Colanta institucional*. [En línea], [fecha de consulta: 3 febrero 2016]. Disponible en: <<http://www.colanta.com.co/institucional/mision-vision/>>

Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES) (2011) *Sostenibilidad en Colombia casos empresariales 2011*. Bogotá D.C. Editorial Irene Bello González.

Elkington, J. (2010). *¿Qué es sostenibilidad?* [En línea] 9 de junio de 2010, [fecha de consulta: 1 febrero 2016]. Disponible en: <http://www.gestrategica.org/templates/noticias_detalle.php?id=189>

Friedman, M. (1995). *La responsabilidad social de los negocios es aumentar sus utilidades*. . Bogotá D.C. Editorial Norma.

Glico, N. (2006). *Estilos de desarrollo y medio ambiente en América Latina, un cuarto de siglo después*. Santiago de Chile. Editorial, Buenos Aires

Ministerio Ambiente y Desarrollo Sostenible (Minambiente) (2011). *Guía práctica para ecolombianos*, guía 2, empresa ecolombiana. Bogotá D.C. Editorial Luisa Fernanda Arango.

Postobón. (2014). *Informe de sostenibilidad 2014*. [En línea], [fecha de consulta: 2 febrero 2016]. Disponible en: <http://www.postobon.com/sites/default/files/informe_sostenibilidad_Final.pdf>.

Sánchez, G (2002). *Desarrollo y medio ambiente: una mirada a Colombia. Economía y Desarrollo*, Fundación Universidad Autónoma de Colombia, vol. 1, N° 1. p. 20.

Zenú. (2010). *Comunicado respecto a la noticia de la OMS* [en línea] 2010, [fecha de consulta: 2 febrero 2016]. Disponible en: <<http://www.industriadealimentoszenu.com.co>>.