

ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA FALTA DE
DIRECTRICES ÉTICAS Y DE RSE EN LAS CADENAS DE VALOR DE LA
MEDIANA Y PEQUEÑA INDUSTRIA QUÍMICA EN COLOMBIA

CARLOS MARIO SIERRA DE LA HOZ

Trabajo de Grado

Directora: Gina María Giraldo

UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN - MBA
BOGOTÁ
2020

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
JUSTIFICACIÓN.....	23
OBJETIVOS.....	24
MARCO CONCEPTUAL	25
DISEÑO METODOLÓGICO	35
DESARROLLO DEL TRABAJO	36
CONCLUSIONES	71
REFERENCIAS	73

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Índice de Percepción de la Corrupción en las Américas.....	18
Figura 2: Concepto de Estrategia Empresarial Diagrama de Ilustración de los Stakeholders.....	29
Figura 3. Objetivos del Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.....	31

RESUMEN

Las empresas involucradas en las cadenas de valor de la industria química, bien sean de producción de materias primas, o de transformación de las mismas para llevar al mercado un producto de consumo masivo, suelen re-invertir muchos recursos de sus utilidades operacionales para reinventarse y subsistir en mercados altamente competidos, cambiantes y demandantes. En la mayoría de estos casos, dichas inversiones son realizadas en nuevas estrategias de mercadeo más impactantes al consumidor, cambios de imagen, reformulación de productos para demostrar mayor utilidad o versatilidad al consumidor final, mejoramiento de eficiencia operacional, entre otras, y muy pocas veces son hechas o implementadas con el ánimo de promover e incorporar por convicción políticas de ética y responsabilidad social. Este proceso evolutivo que viven las empresas en general, impulsa el desarrollo de propuestas que sean llamativas, motivadoras, arriesgadas, que inciten al consumo de un producto, y solo en algunos casos buscan la sensibilización y concientización de los usuarios finales hacia un consumo más controlado, racional y correcto de los recursos. El trabajo de investigación buscó realizar un análisis que permitiera tener un acercamiento con el segmento mediano y pequeño de las empresas involucradas en las cadenas de valor de la industria química, con el fin de entender sus prioridades sobre estos temas al interior, y cuáles son las principales políticas y acciones que se implementan con el ánimo de promover una cultura de transparencia y ética en los negocios y de compromiso con el entorno.

Palabras Claves: *Ética, Responsabilidad Social, Sostenibilidad, Compliance, Estilos de Vida.*

ABSTRACT

Companies involved in the value chains of the chemical industry, whether they are producing raw materials or transforming them to launch mass consumer goods to market, tend to re-invest many resources from their operating profits to reinvent and maintain themselves in highly competitive, changing and demanding markets. In several cases, these investments are allocated in new marketing strategies that are more impactful to the consumer, image renewal, product reformulation to demonstrate greater utility or versatility to the end consumer, improvement of operational efficiency, among others, and very rarely they are implemented with the conviction of promoting and incorporating the ethics and social responsibility policies. This evolution process experienced by companies in general, promotes the development of proposals that are striking, motivating, risky, that incite the consumption of a product, and only in some cases seek to raise awareness of end users towards a more controlled, rational and correct consumption of resources. This research tried to do an analysis in order to have an the medium and small segment of the companies involved in the value chains of the chemical industry, in order to understand the priority that these topics have internally, and the main policies and actions that are implemented with the aim of promoting a culture of transparency, ethics in business and of commitment to the environment.

Keywords: *Ethics, Social Responsibility, Sustainability, Compliance, Lifestyles*

INTRODUCCIÓN

Hablar de Ética y Responsabilidad Social Empresarial en el mundo actual y en un entorno de economías globalizadas como en el que vivimos en los últimos años, es cada vez más una necesidad apremiante. Sin embargo, estos temas tienen tantas aristas que a su vez se hace complejo su entendimiento y la adopción por gran parte de los actores involucrados en las distintas cadenas de valor.

A pesar de que la ética y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) son tópicos de los que se ha venido hablando con mayor fuerza, y que cobran cada vez más relevancia en las últimas décadas en Colombia y el mundo, sus antecedentes pueden oscilar a casi un siglo de antigüedad. Es mucha la información que desde ese entonces se ha escrito y discutido, e importantes publicaciones, artículos, revistas, páginas oficiales de las entidades regulatorias, empresas multinacionales vinculadas al sector de la industria química y sus cadenas de valor, entidades gubernamentales, grandes exponentes, autores de bibliografía reconocida en la materia, entre otros, demuestran que en efecto era un tema del que se venía hablando incluso desde 30 o 40 años atrás a las fechas en que dichas publicaciones oficiales empezaron a tomar importancia. Muchos de estos grandes ponentes y expositores se mantienen vigentes hasta nuestros días, y sus inicios fueron una cuota importante de conocimiento que ha servido como un valioso aporte y respaldo para la construcción de un concepto más completo, universal y estructurado sobre lo que abarca el mundo de la Ética y la RSE.

Dados estos antecedentes podemos comprender que hablar de Ética y RSE no es una problemática nueva, pero por el contrario, si es preocupante ver que después de varias décadas, aún es difícil hablar de una adopción un poco más generalizada de estas políticas en el mundo. Ahora, si vamos a un nivel un poco más local, también han sido varios los ponentes que han manifestado su preocupación frente a estos temas en Colombia, sin embargo, el propósito de esta investigación es tener un poco más de acercamiento con un segmento de la industria química que queda aún más distante en la adopción e incorporación de estas políticas.

Es así como en este trabajo de investigación y a través de diversas fuentes públicas usadas como metodología y fuentes de información secundaria, se realizó en primer lugar la identificación de un problema base asociado a la falta de adopción e implementación de acciones efectivas y radicales frente a la Ética y la RSE en la industria química mediana y pequeña en Colombia. En Segundo lugar, se realizó un análisis de los antecedentes a nivel mundial y en la industria química global, y del porqué este tema es relevante y trascendental en nuestros días, esto para posteriormente hacer un acercamiento a las principales acciones, indicadores y compromisos que se están tomando en dicho entorno y que sirvieron como punto de comparación. Finalmente se extrapoló el tema al contexto local en Colombia, se

revisaron los antecedentes y se exploraron algunas empresas medianas y pequeñas de diferentes sub-segmentos de la industria química, sus fuentes públicas de información para determinar si se hace de manera efectiva y publica la implementación de acciones asociadas a la Ética y RSE, de modo que se puedan entender algunos de los principales factores que influyen en la inclusión de estas directrices al interior. Las Fuentes de información secundarias como artículos, normatividad, revistas, periódicos, entre otros, jugaron un papel clave en el desarrollo de este trabajo, y en el entendimiento de cuál es el estatus actual y cuáles son los patrones de comparación de lo que se hace a nivel mundial y en Colombia.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El trabajo por varios años para una de las empresas químicas más grandes a nivel mundial (Solvay)¹, específicamente enfocada en el segmento de materias primas, y fuertemente orientada hacia una clara política de ética y responsabilidad social, hizo que quien escribe se empezara a cuestionar más de cerca sobre lo que hacemos los consumidores y trabajadores del sector, en cuanto a estos aspectos claves del desarrollo sostenible.

Las grandes empresas en torno a las cadenas de valor de la industria química, como por ejemplo: multinacionales, empresas globales, grandes marcas, etc..., en la mayoría de los casos cuentan con políticas muy claras y definidas sobre temas de ética y responsabilidad social. Gran parte de los productos creados bajo estas directrices claves de desarrollo sostenible son llevadas al mercado y presentadas al consumidor con estos beneficios, únicamente en regiones donde existe una cultura real de manejo razonable de los recursos muy arraigada, y que se ha venido inculcando y forjando con el paso del tiempo. Sin embargo, cuando gran parte de estos productos son sometidos a estudios de mercado o de factibilidad para su inclusión en países como Colombia o regiones como la del Pacto Andino², como parte de su estrategia global, se encuentran resultados poco favorables que hacen muchas veces que dichos desarrollos innovadores no tengan una buena aceptación. De esta forma siempre se llega al círculo vicioso en los que estos productos dejan de ser incluidos en nuestros mercados, generando una brecha cada vez mayor y manteniéndonos siempre varios pasos atrás en materia de desarrollo.

Si este tipo de dificultades se presentan incluso con las grandes empresas que tienen programas y políticas muy definidos y estructurados a nivel global sobre estos temas, y que muchas veces tratan de extrapolarse a nuestras regiones, ¿qué sucederá si vamos más allá y nos enfocamos en aquel sector de la economía donde se encuentran todas aquellas empresas medianas y pequeñas que representan gran parte de la cadena productiva del país? ¿Cuál es el interés que las empresas medianas tienen en torno a estos dos grandes aspectos del desarrollo sostenible? Si hasta el momento no ha habido una gran aceptación o interiorización sobre estos dos temas, ¿cuáles son los factores que motivan o no a su incorporación? ¿Cómo lograr que este proceso de cambio y adaptación sea asimilado y tomado con la mayor receptividad? ¿Por qué ha sido tan complejo en países como Colombia la inclusión de nuevas tecnologías y materiales avanzados que fomenten los conceptos de sostenibilidad en las industrias medianas y pequeñas, y así mismo la adopción real de las tendencias de ética y responsabilidad social?

De acuerdo a como se mencionó anteriormente, las políticas de Ética y RSE son fuertemente conocidas, adoptadas, estructuradas e interiorizadas en una gran

¹ Solvay es una empresa química con más de 150 años de trayectoria dedicada la producción de materiales avanzados y especialidades para todos los segmentos de la industria.

² Pacto Andino, puede catalogarse como la subregión de Latinoamérica a la cual pertenecen: Colombia, Ecuador, Venezuela y Perú. En algunos casos y dependiendo desde la perspectiva, suele incluirse Bolivia.

cantidad de empresas de carácter global, tales como: P&G (Procter & Gamble), Unilever, PepsiCo, L’Oreal, Ecolab, Solvay, DSM, Evonik, BASF, entre otras, y en la actualidad, se podría pensar que son estas grandes compañías las líderes en los mercados de mayor impacto a los consumidores finales, y quienes han transmitido un claro mensaje hacia sus diferentes grupos de interés sobre el compromiso en ese sentido, y una comunicación asertiva en la materia. De esta forma se hace necesario indagar un poco más de detalle, o conocer qué es precisamente lo que se hace a nivel global para así entender cuáles son las principales diferencias y los puntos de referencia más representativos.

La Ética y la RSE son dos conceptos que deberían estar inmersos dentro la cultura organizacional de todas las empresas, y pueden ser aplicados a cualquier tipo de compañía, sin importar el tamaño, propuesta de valor, actividad o segmento de acción. Sin embargo, y al hablar de empresas en general, nos sumergimos en el universo del motor económico mundial, por lo que nos enfocaremos en las cadenas de valor de la industria química. En ese orden de ideas consideraremos como industria química al conjunto de empresas, colaboradores, entre otros, que intervienen en las actividades corriente arriba (Primarias) y corriente abajo (De apoyo) asociadas a la extracción y procesamiento de materias primas y su transformación en otro tipo de sustancias o productos con atributos diferentes a las originales, cuyo objetivo es dar respuesta o satisfacer las necesidades de las personas para mejorar su calidad de vida. Dichas materias primas pueden ser provenientes de fuentes sintéticas o naturales (Animal, vegetal, o mineral) y permiten hacer una distinción en la industria química de la siguiente forma:

- Industria química de base: en este segmento se enmarcan a todas a aquellas industrias que emplean materias primas básicas y elaboran productos intermediarios que servirán como materia prima para otras industrias. Esta definición puede ser ejemplo para aquellas empresas químicas dedicadas a la fabricación de materias primas y que se catalogan en el modelo B2B³ (Costan, 2017).
- Industria química de transformación: Los bienes que producen estas empresas, derivadas de la transformación de la industria química base, están destinados al consumo directo de las personas. Es así como se empieza hablar de segmentos de mercado, como: industria farmacéutica, cuidado personal y aseo, fertilizantes, plaguicidas, colorantes, alimentos, textil, etc.) (Costan, 2017).

³ B2B: “El B2B es el acrónimo de business to business, que se refiere a los modelos de negocio en los que las transacciones de bienes o la prestación de servicios se producen entre dos empresas (particulares o no), por tanto, se relaciona principalmente con el comercio mayorista, aunque también puede referirse a prestación de servicios y consumo de contenidos. “Paul Hague, Nick Hague y Matthew Harrison, autores de *B2B Marketing: What Makes it Special* lo definen como: “conocer las necesidades de otros negocios, pero sabiendo que al final, la demanda de los productos hechos por éstos, terminará siendo usado por consumidores particulares en sus casas”, un hecho que hay que tomar en cuenta para la estrategia de mercadotecnia” (Luna, 2020).

Este proceso de acoplamiento y asociación de elementos más sencillos para fabricar materias primas en la industria base, y su posterior alteración y/o modificación por parte de la industria química de transformación, también tiene sus antecedentes. El ser humano por naturaleza y desde sus orígenes siempre ha tenido la necesidad de modificar los elementos y los recursos naturales para tomar provecho de ellos y extraer lo mejor en pro del mejoramiento de la calidad de vida. Desde esta perspectiva ya existía la industria, pero solo hasta finales del siglo XVIII, y durante varias décadas del siglo XIX fue cuando la evolución de este proceso de transformación conlleva un cambio radical, que finalmente se le conoció como Revolución Industrial (Ramírez, 2014).

Los aspectos claves de dicha revolución partían de la base de un modelo de producción capitalista⁴, que tenía como objetivo principal lograr una maximización de la producción y la rentabilidad a través de la disminución de costos y reducción de tiempos operativos para la obtención de los productos finales (Ramírez, 2014). De esta forma el capitalismo y su modelo de producción adquieren alcances y dimensiones inimaginables para la época, impulsando desmedidamente la transformación de los recursos y sin considerar muchos criterios que van de la mano de la ética y la RSE, pero que fueron quedando institucionalizados en la forma de crear empresa, industria y hacer negocios.

Durante casi un siglo, desde la Revolución Industrial y hasta la Segunda Guerra Mundial, la industria fue el componente primario del PIB y el que mayor fuerza de trabajo demandaba, convirtiéndose así en el motor de las principales economías mundiales (Chaves, 2004). No durante todo este proceso completo, pero si durante una gran etapa que iba desde la década de los cuarenta, fueron surgiendo en paralelo las ideas de Karl Marx, gran filósofo alemán, economista y revolucionario, quien pensaba que el capitalismo era radicalmente inestable, y cuyas ideas fueron posteriormente apoyadas por los principios del Ecologismo⁵. Dicho movimiento sociopolítico empezó a consolidarse después de las décadas de los sesenta y setenta, y surge como una crítica al sistema capitalista y de consumismo, argumentando que todo sistema basado en el crecimiento y la acumulación es insostenible, y que termina por agotar los recursos del planeta (Gray, 2011).

⁴ Modelo Producción Capitalista: “El modo de producción capitalista es una de las formas en las que puede presentarse la forma de organizar la producción de bienes y servicios en una economía. Esta teoría fue desarrollada por Karl Marx, el cual clasificó la historia en distintos modos de producción en orden cronológico. Todos ellos, basados en las fuerzas productivas y las relaciones de producción. Aunque el modo de producción capitalista está considerado un sistema económico, los marxistas lo definen como un modo de producción basado en 4 principios:

A) La producción se establece bajo un sistema de propiedad privada B) Los bienes y servicios se adquieren en los mercados a través de la fluctuación de los precios. C) Los dueños de los medios de producción son lo que Marx denomina “clase dominante”. Así, la clase dominante explota la fuerza de producción del trabajador para generar plusvalías. D) Para Marx, la clase capitalista genera la servidumbre del proletariado. En este sentido, el trabajador depende del propietario del capital para generar una renta para vivir.” (Coll, 2020).

⁵ Ecologismo: “Es el movimiento sociopolítico que se preocupa por la protección de la naturaleza”. “Es una opción política, integradora, que se nutre de los conocimientos generados por la sociología, la antropología, la ciencia política, la filosofía, la economía y la ecología” (Nuche, 2019).

El movimiento capitalista se extendió por el mundo y a lo largo de muchas décadas más, incluso aún en nuestras épocas se habla de modelos capitalistas, cabe aclarar que con algunas variantes, pero en sí, manteniendo en gran parte su esencia. Es por esto que expertos como Jhon Gray, filósofo para la BBC⁶, comenta que Karl Marx y sus teorías tenían razón con relación a la insostenibilidad del Capitalismo. “Karl Marx pudo haberse equivocado con el comunismo pero, en lo que se refiere al capitalismo, mucho de lo que dijo resultó ser correcto” (Gray, 2011).

Gray comenta que, una consecuencia de las crisis financieras que han sufrido las diversas economías, ha sido el grado de consciencia y criticidad de más y más personas frente a las teorías de Marx, reforzando la idea de que él estaba en lo correcto. Marx enfatizaba en la inestabilidad del capitalismo y su voluble tendencia como una montaña rusa de subir y bajar dramáticamente, generando auges y colapsos cada vez más grandes y profundos, y que en el largo plazo estaba destinado a autodestruirse. Es así como Marx llega a la idea y con un alto grado de certeza, de que en algún momento estallaría una revolución popular que daría paso al comunismo como un nuevo sistema productivo, y en cierta forma, más justo y humano (Gray, 2011).

Es de esta forma como Gray también llega a la idea de que Marx sí se pudo haber equivocado con relación al comunismo, pero no con sus pronósticos sobre la revolución del capitalismo, la cual fue indiscutiblemente acertada, no solo por sus teorías sobre la inestabilidad del sistema, sino porque tuvo el grado de intuición para inferir y visualizar la forma cómo el mismo sistema destruiría su propia base social, es decir, la forma de vida de la clase media (Gray, 2011).

Gray concluye que para Marx, los ideales del capitalismo como sistema productivo fueron la teoría económica más revolucionaria en toda la historia, y no hubo duda de que fue radicalmente diferente a los anteriores modelos económicos. El capitalismo tenía la capacidad de transformar todo en su entorno, y no solo las marcas cambiaban constantemente, las compañías en general y los diferentes segmentos de la industria química base y de transformación, se creaban, se destruían o evolucionaban en una tormenta imparable de innovación, pero cargando en paralelo el problema de haber destruido la forma de vida de una de las bases claves para el surgimiento e instauración de dicho movimiento (Gray, 2011).

Habiendo ya descrito la forma cómo la industria química se estableció y cómo su crecimiento se apalancó gracias al capitalismo, es importante también mostrar el grado de consciencia que ya se ha generado en las últimas décadas en materia de Ética y RSE en la industria química a nivel global, ello con el fin de empezar a remediar y corregir el impacto causado, y así poder llegar al nivel de poder respirar

⁶ BBC: La British Broadcasting Corporation (BBC) “(Corporación Británica de Radiodifusión) es el servicio público de radio, televisión e internet de Reino Unido, con más de nueve décadas de trayectoria. Es independiente de controles comerciales y/o políticos y opera bajo un estatuto real que garantiza dicha independencia. Cuenta con una red de más de 250 corresponsales en territorio británico y más de 100 ciudades capitales de todo el mundo”. (BBC, 2020)

y vivir en todos los niveles organizacionales, a través de filosofías corporativas como esta:

La humanidad está en un viaje continuo, y aunque todos experimentamos solo una etapa, un viaje de progreso nos ha traído a donde comenzamos. El progreso es más que innovación y crecimiento empresarial. Así es como creamos valor compartido sostenible en el mundo de hoy y de mañana. Un mundo conectado con la naturaleza, preservando los recursos, un mundo empoderado para afrontar sus numerosos desafíos.

Todas estas acciones crean reacciones positivas que impulsan el progreso e impulsan el viaje del ser humano hacia adelante, generando uniones todos los días, uniones que desaten el potencial para reinventar el progreso (Solvay General Secretary and Communication, 2020).

Si bien aún falta mucho camino por recorrer, la industria química base en el mundo y los principales *players*, según el ranking de la revista C&EN⁷ (Tabla 1), tienen fuertes estrategias en torno a la RSE enfocadas en sostenibilidad y ética. Cada una de ellas tiene robustos programas en donde se exponen claramente el alcance, los objetivos y la visión de las mismas. De igual modo, todo el nivel de detalles de estos programas es compartido de forma pública y de fácil acceso para los grupos de interés a través de los diversos reportes anuales integrados que son presentados a los *stakeholders*.

Por el lado de la Ética y el *compliance*⁸, todas estas importantes organizaciones, algunas de las cuales ya fueron mencionadas anteriormente y que sirvieron de ejemplo para el desarrollo del trabajo de investigación más adelante, cuentan con áreas especializadas que se encargan de implementar y difundir al interior de toda la estructura corporativa, herramientas, entrenamientos, y documentos que concientizan a los empleados, proveedores y colaboradores acerca de la sensibilidad de la información, buenas prácticas de transparencia en los negocios y los riesgos que conlleva la generación de acuerdos y relaciones entre diferentes partes. De igual forma, estos documentos y lineamientos que generalmente son llamados códigos de ética o conducta, son compartidos y publicados para que los *stakeholders* sean conscientes del grado de responsabilidad que recae sobre las compañías.

⁷ C&EN: *Chemical & Engineering News*, Revista especializada en actualidad y noticias relacionadas en el ámbito de la industria química e Ingeniería Química.

⁸ Compliance: "El Corporate Compliance es un conjunto de procedimientos y buenas prácticas adoptados por las organizaciones para identificar y clasificar los riesgos operativos y legales a los que se enfrentan y establecer mecanismos internos de prevención, gestión, control y reacción frente a los mismos". (World Compliance Association, 2020).

2018	2017 ^a	COMPANY	CHEMICAL SALES (\$ MILLIONS)	CHANGE FROM 2017	CHEMICAL SALES AS % OF TOTAL SALES	HEADQUARTERS
1	2	DowDuPont ^e	\$85,977	37.6%	100.0%	US
2	1	BASF	74,066	2.4	100.0	Germany
3	3	Sinopec	69,210	22.4	16.2	China
4	4	Sabir	42,120	12.0	93.4	Saudi Arabia
5	5	Ineos	36,970	2.1	100.0	UK
6	6	Formosa Plastics ^f	36,891	13.8	63.9	Taiwan
7	7	ExxonMobil Chemical	32,443	13.1	11.6	US
8	8	LyondellBasell Industries	30,783	8.7	78.9	Netherlands
9	9	Mitsubishi Chemical	28,747	7.1	80.9	Japan
10	11	LG Chem	25,637	9.7	100.0	South Korea
11	12	Reliance Industries	25,167	37.3	22.3	India
12	—	PetroChina	24,849	n/a	7.0	China
13	10	Air Liquide	24,322	2.8	98.0	France
14	14	Toray Industries	18,651	8.7	86.2	Japan
15	15	Evonik Industries	17,755	4.2	100.0	Germany
16	16	Covestro	17,273	3.4	100.0	Germany
17	27	Bayer ^e	16,859	49.0	36.0	Germany
18	18	Sumitomo Chemical	16,081	8.7	76.6	Japan
19	20	Braskem	15,885	17.7	100.0	Brazil
20	19	Lotte Chemical	15,051	4.2	100.0	South Korea
21	24	Linde plc	14,900	30.3	100.0	UK
22	21	Shin-Etsu Chemical ^e	14,439	10.6	100.0	Japan
23	23	Mitsui Chemicals	13,432	11.6	100.0	Japan
24	22	Solvay	13,353	3.7	100.0	Belgium
25	26	Yara	12,928	13.8	100.0	Norway

26	33	Chevron Phillips Chemical	11,310	24.8	100.0	US
27	28	DSM	10,951	7.4	100.0	Netherlands
28	35	Indorama	10,747	21.2	100.0	Thailand
29	29	Asahi Kasei	10,654	8.1	54.2	Japan
30	30	Arkema	10,418	5.9	100.0	France
31	32	Syngenta	10,413	12.6	77.0	Switzerland
32	31	Eastman Chemical	10,151	6.3	100.0	US
33	34	Borealis	9,852	10.2	100.0	Austria
34	36	SK Innovation	9,719	14.4	19.6	South Korea
35	45	Mosaic	9,587	29.4	100.0	US
36	37	Huntsman	9,379	12.2	100.0	US
37	41	Wanhua Chemical	9,172	14.1	100.0	China
38	43	PTT Global Chemical	8,969	15.7	55.9	Thailand
39	39	Ecolab ^e	8,964	11.0	61.1	US
40	38	Air Products & Chemicals	8,930	9.1	100.0	US
41	40	Westlake Chemical	8,635	7.4	100.0	US
42	25	Lanxess	8,505	-25.5	100.0	Germany
43	–	Nutrien	8,130	75.9	41.4	Canada
44	–	Umicore ^e	8,113	27.1	50.1	Belgium
45	42	Sasol	8,110	4.2	59.1	South Africa
46	44	Tosoh	7,803	4.7	100.0	Japan
47	–	Johnson Matthey ^e	7,579	16.1	52.8	UK
48	46	DIC	7,296	2.0	100.0	Japan
49	47	Hanwha Chemical ^b	7,273	3.3	74.2	South Korea
50	–	Celanese	7,155	16.5	100.0	US

Tabla 1. Ranking de las 50 principales Industrias Químicas.

Fuente: Tullo, A (2019).

Contexto colombiano Ética y RSE

Colombia no es ajeno al comportamiento, fortaleza y gran presencia que tienen estos grandes actores de la industria química en el mercado local, y varios de ellos no solo exportan sus productos terminados a Colombia, sino que también cuentan con oficinas, plantas de producción, centros de investigación o subsidiarias. Por esta razón, tanto sus políticas de Ética como de RSE, son mandatarias en nuestro país como parte de su directriz corporativa.

Como fue mencionado anteriormente, varias de estas compañías cuentan con códigos globales de ética y conducta con el fin de mantener los más altos estándares éticos y legales, e independientemente de cuándo y dónde se hagan negocios, se espera que todos sus empleados los adopten, tomen buenas decisiones, y hagan un trabajo intachable de manera ética y de conformidad con los respectivos códigos corporativos y leyes de los países en los que operan.

Es así como entendemos que la gran dificultad de la que se habla en este trabajo de investigación no está directamente relacionada con estas grandes compañías y sus filiales en Colombia, sino con aquellas que se encuentran en un segmento medio y pequeño de la industria química, pues es ahí donde no se percibe de manera directa, abierta y pública, la implementación de políticas de Ética y RSE.

Colombia ha sido un país afortunado desde el punto de vista geográfico y a lo largo de la historia, por contar con una ubicación estratégica, con una fuente de recursos invaluable, y una biodiversidad excepcional. Desafortunadamente, y de frente a los diferentes grupos de interés, Colombia ha tenido una percepción de tener recursos inagotables, ya que no ha sufrido crisis que hagan enfrentar al país a los serios problemas de escasez de fuentes y recursos. Durante décadas hemos usado, gastado y malgastado los recursos del entorno, y lamentablemente desde el punto de vista gubernamental y regulatorio, la industria química solo ha tomado acciones en la medida que las leyes y decretos locales son implementados de manera obligatoria y con altas penalidades en caso de incumplimiento, pero no de una forma proactiva y consciente frente a los desafíos y retos que el entorno y el planeta nos implora.

Para países como Colombia ha sido complejo que la industria química tome acciones de RSE asociadas con los lineamientos de los 17 objetivos del desarrollo sostenible de las Naciones Unidas, y es por esto que la mayoría de las acciones implementadas están asociadas con la Ética Corporativa, y sin embargo, es mucha la tela que hay que cortar en esta materia debido a los históricos en el país, y los escándalos de magnitud nacional e internacional que también nos dejan en una posición pobre frente a otras regiones del mundo. Importantes organizaciones como Deloitte Colombia y el grupo Bancolombia han analizado el comportamiento de estos temas en Colombia y han dado importantes apreciaciones y análisis sobre algunos comportamientos y factores del entorno que cronológicamente han influenciado en el estado actual de estos aspectos en Colombia.

El comportamiento humano, algunos hechos asociados al mismo y la tendencia del hombre a propiciar situaciones de vulnerabilidad que terminan en la violación de los de los criterios mínimos de lo que debería ser un comportamiento adecuado y correcto, han llevado a centrar las investigaciones y muchos debates en una pregunta principal “¿Por qué las personas llegan a cometer un fraude?”. Después de hacer investigaciones sobre estos temas se ha llegado a la conclusión de que existen 3 factores comunes y determinantes que son la Presión, la Oportunidad y la Racionalización, sin embargo, de una u otra forma también juega un papel muy importante analizar el entorno y el día a día de las personas, para comprender la causa raíz en las ejecuciones de fraude (Morales, 2020).

Este análisis del entorno y del día a día en el que se ven envueltas las personas vulnerables de cometer fraude, se logra con ejercicios sencillos de observación de los individuos y su entorno. Se han analizado algunas características como el nivel de estudios, y se encuentra que aquellas con mayor preparación académica, normalmente tienen mejor entendimiento y un carácter crítico para saber diferenciar entre lo bueno y lo malo. Curiosamente también se ha identificado, por los históricos, que desafortunadamente estas también son, en la mayoría de los casos, aquellas que han cometido fraudes mayores y las responsables de desarrollar y direccionar los medios más sofisticados para llevar a cabo los hechos (Morales, 2020).

Un segundo factor identificado es la educación en el núcleo familiar, ya que se ha evidenciado que las personas con antecedentes de valores sólidos y fuertemente inculcados y promovidos por los padres, cuentan con las herramientas claves para un mejor discernimiento de lo apropiado de su conducta frente a situación de vulnerabilidad o riesgos específicos. Desafortunadamente, para el caso de Colombia, se han encontrado históricos de grandes situaciones de fraude y escándalos que se han presentado en las mejores familias con gran reconocimiento, hasta el punto de perjudicar el buen nombre de las generaciones precedentes o hermanos (Morales, 2020).

La vida cotidianamente nos enfrenta a una realidad que nos rodea a todos en general, y no necesariamente a las personas que han cometido fraudes. Es muy frecuente escuchar la expresión: “Moral selectiva” o “Esa persona es de moral selectiva, hace lo que le conviene”. Lo que hace que esta frase sea más cercana de lo que parece, es precisamente la sencillez y facilidad con la cual caen las personas en esta práctica solo con su forma de actuar y / o pensar. Por ejemplo, cada vez que nos quedamos con algo que no nos pertenece, o que infringimos una norma o regla por comodidad o rapidez, o que utilizamos una pequeña compensación para agilizar un trámite o evitar una simple multa de tráfico, entre otras, lo hacemos basados en ejemplos de situaciones cotidianas donde, sin importar lo sencillas que estas parezcan, llevan inmerso el triángulo del fraude: Presión / Oportunidad / Racionalización (Morales, 2020).

Es así como la dualidad en la que se debate el ser humano, es precisamente la que abarca el responder la pregunta: ¿Por qué si muchas veces se es consciente de un comportamiento incorrecto o inadecuado, las personas llegan a cometer un fraude? La respuesta a este cuestionamiento es que el ser humano inherentemente cuenta con la capacidad de moldear y adaptar su moral frente a las situaciones, hecho que no siempre está asociado al nivel educativo propio o del núcleo familiar, pero si a la moral selectiva. La otra parte preocupante de esta conducta es la subjetividad del tema, ya que, desde nuestra propia perspectiva, la ética y el fraude siempre entrarán en conflicto y de nosotros mismos depende que las decisiones, actos y sus consecuencias estén delimitadas en una moral ética que no dé pie al fraude y la ilegalidad (Morales, 2020).

A esta gran causa que es la moral selectiva, se le suma la falta de criterio de muchas personas para denunciar conductas no apropiadas, la tolerancia y permisibilidad frente a comportamientos antisociales. Reconocidos académicos han sido entrevistados para dar sus puntos de vista sobre la pérdida de valores por la que atraviesa el país y hacen algunas reflexiones como las siguientes:

“La creencia en que los problemas se resuelven a las malas creó un clima favorable para justificación de la trampa y del todo vale” (A. Mockus).

“Cuando los colombianos de hoy iban a la escuela, el manual de religión (apologética) del padre Rafael Farías explicaba que matar era pecado y violaba la ley civil, pero no pagar impuestos violaba la ley, pero no era pecado. Esto influye para que menos del uno por mil maten, pero casi todos acepten eludir un impuesto o apropiarse de algo público” (J.O. Melo).

“Se forman unas especies de tribus virtuales en donde pueden circular mentiras sin que nadie las controvierta, y desde donde se ataca a quienes hacen parte de otras tribus y tienen opiniones distintas, pero sin que haya un debate de argumentos”. Es preciso “realizar campañas educativas para superar la cultura de la viveza” y “aumentar la probabilidad de que quien incurra en corrupción sea efectivamente sancionado” (R.Uprimny).

“El hecho de que seamos una de las sociedades más desiguales del mundo, que el Estado esté cooptado por intereses privados legales e ilegales, que además sea un Estado débil en gran parte del territorio, crea un entorno propicio a la corrupción” (R.Arango).

“Hay una facilidad pasmosa de crear noticias falsas y escandalosas y la gente traga entero porque ya está predispuesta ideológicamente a creerlas”. “La ética de la responsabilidad descansa en valores fuertemente asumidos junto con las correspondientes prácticas cotidianas como el valor a la verdad o el juego limpio. La noción de ser responsable debe inculcarse desde la más tierna infancia en la familia, las amistades, el sistema escolar” (M.Palacios). (Climent, 2017).

Todas estas conductas son el temor y los grandes riesgos a los que se enfrentan todas las empresas en el día a día, y por esto grupo Bancolombia y su área jurídica comenta que la única solución frente a la corrupción y el fraude es la

Ética Empresarial bien institucionalizada y difundida al interior de la compañía, ya que de muy poco sirve tener códigos de ética y políticas corporativas, si éstas no son el reflejo de los valores al interior de una organización (Mejía, 2019).

Desafortunadamente nuestro día a día y la realidad en los diarios y noticias nos confronta a un escenario de exposición constante en torno a los escándalos de fraude y corrupción, y es por esto que el índice de percepción de la corrupción⁹ (Colombia con un puntaje de 37) ha venido aumentando año tras año. Algunos escándalos importantes en los últimos años: Reficar con un daño patrimonial cercano a los 17 billones de pesos; Estraval, un escándalo de libranzas de 800.000 millones de pesos; Interbolsa, el mayor descalabro bursátil con pérdidas de 300.000 millones de pesos; Saludcoop, con desvío de recursos equivalentes a 1,4 billones de pesos, entre otros (Mejía, 2019).

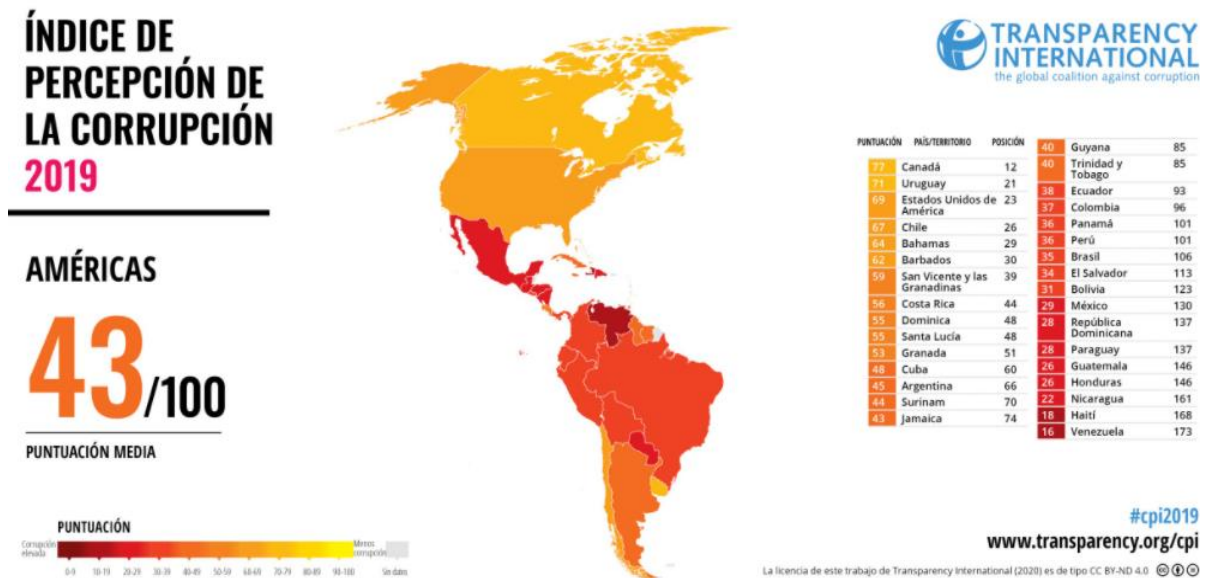


Figura 1. Índice de Percepción de la Corrupción en Américas.

Fuente: Transparencia por Colombia (2020).

El cuestionamiento que siempre ha sido constante cada vez que se presentan estos escándalos, es: “¿por qué las empresas han impulsado o permitido estos comportamientos?”, y la respuesta radica en que claramente las ansias de poder y los incentivos de crecer son mayores, y los medios para alcanzarlos, resultan al final de cuentas poco éticos cuando no existe una sanción social o judicial. Lo más preocupante de esta situación es que estas prácticas son llevadas a cabo siendo conscientes del catastrófico daño que esto ejerce en las sociedades, las

⁹ Índice de Percepción de la Corrupción: “(IPC) es un índice publicado anualmente por Transparencia Internacional y revela que una importante cantidad de países han hecho poco o ningún progreso contra la corrupción”. “El índice califica a 180 países y territorios en función de los niveles percibidos de corrupción en el sector público, de acuerdo con las opiniones de expertos y empresarios. Se utiliza una escala del 0 al 100, donde 0 significa corrupción elevada y 100 significa sin corrupción”. (Transparency International, 2020)

comunidades y las economías, y la persistencia de dichas prácticas comprueba que no es un problema ocasional, o como se pensaría hace unos años, que era exclusivo del mundo de la política, sino que es tendencia instaurada culturalmente y que afecta los patrones del comportamiento y los principios morales más básicos (Mejía, 2019).

Falta de Transparencia en Colombia

Son varias las medidas y las acciones que se han estado tomando e implementando para mitigar estos temas que cultural y socialmente se han venido formando con el tiempo en Colombia. Varias de ellas han sido gestiones que entidades como la Supersociedades¹⁰ han venido implementado con el fin de que las empresas le den a este tema la importancia que realmente amerita, y es así como han logrado la aprobación de decretos o leyes, como la Ley 1778 de 2016, que fomenten la publicación códigos ética empresarial y la ejecución de fuertes sanciones a aquellas empresas que no cumplan con esto (Actualícese, 2017). Este documento de aproximadamente 22 paginas es básicamente una “Guía destinada a poner en marcha programas de ética empresarial para la prevención de las conductas previstas en el artículo 2º de la Ley 1778 de 2016”.

Por medio del presente acto administrativo, se expide la “Guía destinada a poner en marcha programas de cumplimiento para la prevención de las conductas previstas en el artículo 2º de la Ley 1778 de 2016” (en adelante la “Guía”), con fundamento en las facultades legales de la Superintendencia de Sociedades y, en especial, en las previstas en los artículos 23 y 36 de la Ley 1778 del 2 de febrero de 2016. La Guía contiene las instrucciones administrativas relacionadas con la promoción de programas de transparencia y ética empresarial, así como de los mecanismos internos de auditoría, anticorrupción y prevención del soborno transnacional, en el contexto de la Ley 1778 de 2016. De acuerdo con lo anterior, la Guía les suministrará a las personas jurídicas, herramientas útiles para la elaboración y puesta en marcha de los programas y mecanismos mencionados anteriormente. El texto íntegro de la Guía se anexa a la presente circular externa, la cual rige desde la fecha de su publicación. Publíquese, comuníquese y cúmplase (Ley 1778 de 2016).

Sin embargo y a pesar de esta fuerte labor, en 2017 aún fueron aproximadamente 106 empresas (20%) sobre las que fue necesario abrir cargos por incumplimientos, lo que muestra un gran síntoma del escaso desempeño de Colombia en materia de transparencia y la falta de compromiso por parte de las instituciones. La medida afectó a importantes compañías entre las que se encontraron: 62 fábricas, 26 Constructoras civiles, 7 Farmacéuticas, 4 empresas del sector minero, y 3 del sector de tecnología. La Delegatura de Asuntos Económicos y Contables de la Superintendencia complementó esta cifra informando que otras

¹⁰ Supersociedades o Superintendencia de Sociedades es un organismo a través del cual el gobierno puede hacer fiscalización y vigilancia de las sociedades mercantiles en Colombia

317 sociedades (58 %) cumplieron con la implementación del programa de ética empresarial, pero otras 108 compañías (22 %), diseñaron el programa y no lo llevaron a implementación (Actualícese, 2017).

Deloitte y Grupo Bancolombia dieron su opinión sobre este tema y la situación débil, por no decir triste, del país en materia de transparencia y ética empresarial, otras organizaciones como el CEPEC (Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas) de la Universidad del Rosario hacen sus aportes comentando que adicional a los temas de falta de ética y corrupción, el país presenta una crítica situación debido a los desvíos de fondos públicos, el favoritismo, y la confianza pública en la política. Algunos estudios y cifras del Informe Nacional de Competitividad 2016-2017, han revelado que preocupantemente, el 58 % de las licitaciones públicas del país son realizadas con un solo proponente; y encuestas de la reconocida firma EY revelaron que el 80% de las personas piensa que los sobornos son una práctica muy implementada en los negocios (Reyes, 2017).

Rol de las Empresas

La Supersociedades tiene el deber de hacer cumplir y vigilar que las empresas den cumplimiento a la Ley 1778, pero así como están en la facultad para sancionar, también se preocupa porque las empresas tomen acciones correctivas y se implementen los códigos de ética y transparencia, incluso dando orientaciones y una guía con los lineamientos adecuados para llevar a cabo el proceso. La Supersociedades expidió la Circular Externa 100-0000003 de julio 26 del 2016, donde publica una guía sobre la forma en que las sociedades podrían llevar a cabo un programa de ética que coopere para no incurrir en prácticas de compliance, corrupción y fraude, y para minimizar el riesgo de verse involucrados en situaciones cercanas. En dicha circular externa la entidad sugiere que los programas de ética empresarial que deben implementar las sociedades se tendrían que basar en la aplicación de 8 principios fundamentales (Actualícese, 2016).

1. Compromiso de los altos directivos en la prevención del soborno transnacional.
2. Evaluación de los riesgos relacionados con el soborno transnacional.
3. Elaboración de un “manual de cumplimiento” donde quede incorporado de forma escrita el programa de ética empresarial.
4. Designación de un oficial de cumplimiento.
5. Aplicación de procedimientos de debida diligencia.
6. Llevar a cabo un control y supervisión de las políticas de cumplimiento y del programa de ética empresarial.
7. Divulgación de las políticas de cumplimiento y del programa de ética empresarial.

8. Contar con canales de comunicación para reportar confidencialmente las infracciones al programa de ética empresarial (Actualícese, 2016).

En ese orden de ideas y partiendo de la base de que las empresas ya cuentan con una orientación por parte de la superintendencia y con la supervisión de una entidad que está vigilando el cumplimiento de la normatividad, la pregunta que surge es ¿cuál sería la función o el papel de las empresas de hoy en la construcción de una nueva visión para Colombia en términos de la ética empresarial? La respuesta es que las empresas deben re-plantearse la forma de cómo obrar en adelante, ya que la ética, la transparencia y la integridad es el punto de partida en el que todos debemos convergir, tal y como muchas empresas ya lo hacen, que sin tener escándalos de fraude o de corrupción, han decidido tomar acciones para cooperar con un juego limpio.

De esta forma es como logran cumplir un papel importante ante la sociedad, influyendo en liderar el inicio de un giro cultural que refleje un cambio positivo, ejemplificando y exigiendo un comportamiento ético a otras compañías que estén involucradas en sus cadenas de valor. La implementación de estos lineamientos al interior de las compañías contribuirá en el fomento de una cultura más ética, al crecimiento rentable y sostenible, y como mínimo, deberían considerar los siguientes puntos (Mejía, 2019).

- **Prohibición de malas conductas.** Compromiso con la ética y prohibición de malas conductas, incluidos el fraude y la corrupción o cualquier intento de estos.
- **Liderazgo y responsabilidad.** Construcción de una cultura organizacional que fomente la conducta ética, dando ejemplo y concientizando de la importancia.
- **Evaluación de riesgos de manera continuada.** Observar y diagnosticar posibles áreas o procesos que presentan riesgos o sensibilidad.
- **Políticas Internas.** Desarrollo de un programa efectivo a 360 grados, que articule lineamientos, procedimientos y estándares que se utilizarán para prevenir, identificar, investigar y corregir actos incorrectos.
- **Programas de Cumplimiento de los Socios de Negocios.** Vigilar y gestionar programas de extensión de las políticas y los códigos de ética a los socios de negocios estratégicos, colaboradores e intermediarios que pueden actuar en nombre de la empresa.
- **Sistema efectivo de controles internos.** Controles efectivos que revelan adecuadamente la realidad financiera de las empresas y de los movimientos con sus respectivos soportes.
- **Capacitación.** Comunicar asertiva y periódicamente el programa de cumplimiento.
- **Incentivos y disuasivos.** Implementación de incentivos, así como la protección de denunciantes y de estrategias disuasivas como mecanismos de investigación y sanción disciplinaria a involucrados.
- **Canales de Asesoría y de Denuncia.** Implementación de canales adecuados para manejar la sensibilidad de la información relacionada con casos de riesgo

y mecanismos efectivos para orientar, en caso de dudas, frente a cualquier situación sospechosa.

- **Mecanismos de Investigación y Sanción.** Implementar procedimientos para investigar malas conductas y violaciones al programa de cumplimiento, así como la toma de medidas correctivas apropiadas (Mejía, 2019).

Grupo Bancolombia, al ser unos de los grandes líderes de este tipo de programas en Colombia, incentiva a las compañías a la implementación de este tipo de programas y políticas que fortalezcan la imagen del país. Adicionalmente mencionan 6 razones importantes por las cuales es 100% beneficioso la adopción e incorporación:

Si una empresa actúa siempre bajo el marco de la ética y hace las cosas bien, le permitirá construir una buena reputación, será querida y valorada.

Actuar éticamente ayuda a crear una cultura organizacional bien definida y una fuerte identidad entre los empleados que garantiza la lucha por sacar adelante la empresa y mantiene al personal motivado.

Hacer las cosas bien garantiza la responsabilidad social, ayuda a introducir la ética en los negocios y aporta valor de marca, valor de innovación y más productividad, lo cual conlleva a mejorar la ventaja competitiva.

Hacer las cosas bien garantiza la calidad dentro de una organización.

El valor de hacer las cosas éticamente correctas cada vez es más apreciado entre mercados, inversionistas y consumidores.

Cuando se hacen las cosas bien, se optimizan los recursos y se evitan re-procesos (Mejía, 2019).

JUSTIFICACIÓN

La importancia y la relevancia que están tomando estos aspectos en las cadenas de valor de la industria química a nivel global, nos hace un fuerte llamado a todos los integrantes de este sector a formar parte y vincularnos a trabajar estrechamente con las buenas prácticas y políticas de ética y responsabilidad social, ya que es esta la única forma de lograr sintonizar todos los canales y factores que intervienen en las diferentes etapas y procesos, pero que necesitan ser estandarizados y regularizados para promover transparencia, credibilidad y confiabilidad entre los actores involucrados.

Ya estamos viviendo una revolución que se ha venido extrapolando desde la envergadura global hasta lo local, y no podemos ser ajenos a estos movimientos. La ética y la responsabilidad social son una mega-tendencia que se va a imponer en la forma de hacer negocios y desarrollos de ahora en adelante, por lo tanto, es clave poder interiorizar y adoptar estas iniciativas. Por esta razón, y aun cuando se ha hablado mucho del tema, y se han estructurado e implementado estas políticas en una gran parte de las empresas pertenecientes a las cadenas de valor de la industria química, existen muchas falencias con otro gran conjunto de empresas de tamaño mediano y pequeño que no han tocado aún estas temáticas, o no han dado la prioridad que esto merece. La Ley 1778 del 2016 fomenta la implementación y divulgación de los programas de ética empresarial, y como era de esperarse, muchas notificaciones de apertura de cargos han tenido que ser implementadas por Supersociedades debido al incumplimiento de este aspecto. Estos altos índices de incumplimiento son síntoma del pobre desempeño del país en materia de transparencia y la falta de compromiso de las instituciones.

Con relación a los temas de responsabilidad social, sostenibilidad, principios de economía circular, entre otros, es importante mencionar que cada vez se hace más necesario que las empresas medianas y pequeñas de las cadenas de valor, también se unan a estas iniciativas, ya que de esta forma se puede empezar a gestionar más principios de consumo responsable de los recursos en los usuarios finales. El promover estas iniciativas en las empresas de niveles grande, mediano y pequeño, también fomentará el interés por parte de los actores globales para continuar creyendo, invirtiendo y promoviendo tecnologías sustentables que hagan del mundo un lugar mejor para todos nosotros y las próximas generaciones.

OBJETIVOS

GENERAL

Analizar los factores que intervienen en la falta de inclusión de directrices éticas y de RSE en las cadenas de valor de la mediana y pequeña industria química en Colombia.

ESPECIFICIOS

Describir cuáles son las principales directrices que ya han sido propuestas por organizaciones de carácter internacional y que pueden servir como punto de referencia o comparativo.

Analizar los principales factores (económico, social, cultural) por los cuales se ha dificultado la adopción de lineamientos de ética y responsabilidad social en las cadenas de valor de la industria química mediana y pequeña en Colombia.

Identificar cuáles son los principales compromisos o acciones que realizan las empresas del sub-segmento de la industria química mediana y pequeña en Colombia.

MARCO CONCEPTUAL

Con el fin de poder entrar en materia de esta investigación, se hace necesario analizar algunos conceptos y antecedentes asociados a la evolución de la ética y la RSE desde sus inicios hasta lo que conocemos hoy en día.

Aparición del Consumismo

Greenpeace es una de las organizaciones ambientalistas de mayor importancia y relevancia en el mundo, y cuenta con su *headquarter* en Amsterdam (Holanda). Actualmente tiene presencia en 55 países alrededor del mundo con oficinas directas, y su trabajo se basa en la búsqueda constante de un mundo mejor a través de la prevención, concientización e implementación de campañas y políticas que permitan cumplir con su filosofía de fundación “Queremos paz y queremos que sea verde” (Greenpeace, 2020a).

El consumismo es el eje clave de una gran cantidad de iniciativas y campañas al interior de Greenpeace, y de no ser por esta problemática, la degradación de los entornos naturales, tanto terrestres como oceánicos no sería igual, tampoco las emisiones hubiesen alcanzando niveles a una escala dramática, los polinizadores no estarían en descenso, las industrias química no usarían productos tóxicos nocivos para la salud de los seres humanos y de los ecosistemas, entre muchas otras consecuencias (Greenpeace, 2020b).

Greenpeace es consciente de que la demanda y el consumo de productos y bienes es un hecho habitual y necesario, sin embargo, argumentan que la sociedad está envuelta más en el “consumismo” o sobreconsumo que en el consumo consciente y controlado (Greenpeace, 2020b). Es de esta forma que logran definirlo como esa tendencia que mueve masas y empuja a las grandes poblaciones a adquirir más y más cosas, hasta el punto de considerar que muchas de ellas son adquiridas solo por motivaciones relacionadas a estrategias de marketing y no por que exista una necesidad real de demanda. Esta tendencia, de la que dependen estrechamente el actual sistema de economías globalizadas, los grandes movimientos y políticas capitalistas, los intereses económico-políticos de las grandes potencias y los conflictos de intereses de las grandes multinacionales, ha ocasionado consecuencias catastróficas para la salud del hombre y del planeta.

Una de las grandes razones por las cuales la ética en la forma de hacer negocios y la RSE tomó mayor fuerza década tras década, y se tornó en aspecto de gran importancia a lo largo de la historia, tiene que ver con el gran movimiento de consumismo y las políticas capitalistas de las crecientes economías durante el siglo XX. Aproximadamente desde hace casi dos siglos, pero particularmente desde la década de los años veinte, se ha venido dando un cambio en los patrones conductuales de las personas frente al uso de los bienes materiales. Durante esta

etapa, el mundo sufrió una transformación en la manera de ver las cosas en general, y en la forma de relacionarnos directamente con nuestros bienes materiales, principalmente por motivos como: la mudanza en el criterio de priorización de nuestras necesidades, y el surgimiento de otro tipo de demandas no satisfechas y la forma en que el hombre buscó la forma de satisfacerlas.

Todos estos cambios no fueron percibidos como negativos en ese momento porque en efecto se estaba dando cumplimiento a uno de los objetivos principales de las grandes industrias, que era el de producir, vender y rentabilizar a como diera lugar. Este cambio de pensamiento en la sociedad y el abordaje de la industria de una forma desmedida y descontrolada, se impulsó y potencializó claramente dentro de la sociedad y de las naciones por efecto de los intereses de acumulación de ganancias, reducción de costos, incremento de ventas y principalmente reventa de los mismos productos a los mismos integrantes de los públicos objetivos. Es así como desde comienzos del siglo XX, algunos líderes empresarios y diversas profesiones del conocimiento como mercadólogos, técnicos, publicistas, ingenieros, entre otros, gestaron algunas ideas que hoy rigen en los mercados globalizados, pero que no son las más convenientes para el entorno (Oviedo, 2016).

Hacia mediados del siglo XX, en las décadas de los cuarenta y cincuenta, se da un crecimiento aún mayor en este movimiento del consumismo en los Estados Unidos, y la razón principal de esto fue la llegada del fin de la Segunda Guerra Mundial, ya que los soldados americanos volvieron de regreso a un país muy diferente al que habían dejado cuatro años atrás. La producción durante la temporada de la guerra había ayudado a dar un impulso a la economía por efecto de la depresión, y desde finales de los años cuarenta en adelante, se observó un aumento en el poder adquisitivo, sobre todo en las generaciones jóvenes, y en la disponibilidad de fuentes de buenos empleos con salarios más atractivos o mejor pagos. El sentimiento de consumismo se dio más intenso por la evidente falta de bienes de consumo durante la guerra, y en general dado que los estadounidenses estaban deseosos por gastar. Durante estos mismos años las parejas jóvenes se casaban y tenían hijos a un ritmo más acelerado, ocasionando un incremento en las tasas de natalidad y por consiguiente generando más motivos para consumir muchos otros productos de otra categoría que no estaba en la usual canasta familiar (American Experience, 2020).

Rápidamente, el estilo de vida se desenfrenó más y la velocidad de consumo se aceleró en otro tipo de categorías donde los estadounidenses ya no solo invertían en artículos para el hogar y las “necesidades” de la vida familiar. Al final de la guerra, las listas de compras de la gente incluían TVs, autos, lavadoras, tostadoras, aspiradora y refrigeradores; teóricamente toda una serie de artículos que les ayudarían a modernizar sus vidas (American Experience, 2020).

Este nuevo estilo de vida de sobreconsumo, derrochador, influenciado por una gran ola sociocultural-comercial, y que se estaba instaurando y estableciendo como patrón de comportamiento, se expandió y se difundió a través de los principales

medios de entretenimiento como las películas, series de TV, cadenas de comida rápida, nuevas olas de alimentos procesados en algunos casos más atractivos, pero menos saludables, nuevas modas, entre otros (Oviedo, 2016).

Observando este movimiento desde una perspectiva más local, en latinoamericana el consumismo se convirtió en una práctica instaurada apenas hace unos años, y solo algunas generaciones que vivieron su infancia en las décadas del setenta o de los ochenta, evidenciaron una forma bastante distinta en sus relaciones con el mundo capitalista y sus pertenencias o bienes económicos, pues no había una gran disponibilidad, diversificación y abundancia para comprar productos, ni tampoco mucha facilidad o medios para su adquisición (Oviedo, 2016).

Ética y Responsabilidad Social

Este comportamiento de consumismo descrito en los puntos anteriores, se extendió hasta nuestras fechas actuales, y en paralelo con una gran necesidad de la presencia o intervención de organizaciones y entidades que controlaran y cuestionaran la cultura capitalista desinteresada con la que venían las empresas productoras dando respuesta a las desbordadas demandas del mercado. Es así como evolucionan y se potencializan los principios de la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial. Grandes exponentes y autores de importantes publicaciones como Adela Cortina,¹¹ se pronuncian frente a estos temas y dan sus puntos de vista críticos hacia las empresas, los gobiernos y la sociedad.

El concepto de Ética y Responsabilidad Social también ha tenido una evolución desde sus inicios y a lo largo del siglo XX. Beatriz Herrera¹², en entrevistas realizadas por diarios como *La Republica*, comenta que “la responsabilidad social empresarial ha existido desde siempre, considerada como la forma ética en que los hombres de negocios y empresarios asumían sus responsabilidades frente a la sociedad en la cual desarrollaban sus actividades económicas” (Cardona, 2017). Es así como surgieron planteamientos en los que se cuestionaba que, si las empresas hacían uso de los recursos que son pertenencia de la sociedad, los líderes empresarios por el valor de la ética, deberían propiciar la manera de, así mismo, devolver a la sociedad beneficios por la utilización de los bienes de interés común.

¹¹ Adela Cortina: “(Valencia, 1947) es una filósofa española, catedrática de Ética de la Universidad de Valencia y directora de la Fundación ÉTNOR (Ética de los negocios y las Organizaciones Empresariales) (Cayetano, 2015). Es una de las más grandes expositoras y ponentes de los temas de RSE. Ha escrito un enorme número de publicaciones sobre Ética y Responsabilidad Social Empresarial y ha realizado importantes ponencias alrededor del mundo dando su punto de opinión y cuestionando la forma de actuar de las grandes empresas frente a su responsabilidad con el entorno.

¹² Beatriz Herrera Meza es administradora de empresas (U. EAN), con maestría en gestión de organizaciones. Así mismo, es especialista en docencia universitaria (U El Bosque) y con maestría en ciencias, en Université du Québec a Chicoutimi (El Observatorio de la Universidad Colombiana, 2019).

Los primeros parámetros que se dieron a conocer oficialmente sobre la responsabilidad social empresarial (RSE), datan del 2 Julio de 1890, con la publicación de la conocida Ley Antimonopolio Sherman. Dicha ley manifiesta la necesidad de regular, controlar y fiscalizar el entorno empresarial, con el objetivo de proteger los intereses individuales y colectivos de la sociedad (Duque, Cardona, Rendón, 2013).

Es mucha la información que desde ese entonces se ha escrito y discutido, e importantes publicaciones y abordajes como las que hizo Bowen, H. en 1953 o Frederick, W. en 1960 (Duque et al., 2013), demuestran que en efecto era un tema del que se venía hablando incluso desde 30 ó 40 años atrás a dichas publicaciones. Es por esto que, si vamos a establecer un momento como inicio, habría que considerar desde la instauración de la Organización Internacional del Trabajo en 1919, como la primera agrupación que surgió con el propósito de mejorar las condiciones laborales y los asuntos relacionados con el trabajo de forma puntual (Cardona, 2017).

Posteriormente, en el año de 1953 aparecen las definiciones de grandes exponentes como Howard Bowen, quien exploró la RSE y dio su visión en el libro *Social Responsibilities of the Businessman*. Bowen estaba seguro de que todas las acciones y decisiones de los líderes empresariales impactaban directamente en el resto de la sociedad, y dichas decisiones influenciaban de forma radical la moral y las satisfacciones de la fuerza de trabajo, la seguridad personal, la velocidad de utilización de los recursos del entorno, e incluso las relaciones internacionales. De esta forma Bowen plasma su concepto de RSE en la página 6 de su tratado, refiriéndose a la RSE como:

Las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad, por lo tanto, el empresario debe actuar para servir a la sociedad en lugar de tener como objetivo la maximización de los beneficios como único fin de la empresa (Duque et al., 2013).

Bajo la premisa de que durante esa época la RSE se entendía desde la maximización de los beneficios económicos y sociales, un par de años más adelante se empieza a dar más forma y peso a la concepción de RSE. Es así como exponentes como William Frederick en su obra *The growing concern over business responsibility* menciona que la RSE implica “una postura pública hacia los recursos económicos y humanos de la sociedad y una buena voluntad de considerar que esos recursos están utilizados para fines sociales y no simplemente para los intereses de personas privadas y de empresas” (Duque et al., 2013).

Durante las décadas del sesenta y el setenta continuó la evolución del concepto y los principios de la RSE con las ideas planteadas por Joseph McGuire, Keith Davis y Milton Friedman, de esta forma la Ética y RSE empiezan a jugar un papel sobresaliente desde el individuo y a nivel corporativo y organizacional. Posteriormente y a comienzos de los noventa se hicieron aportes adicionales al

concepto de RSE y se incluyeron las perspectivas de la política pública empresarial, la ética empresarial y la teoría de los stakeholders (Duque et al., 2013). Es clave este último punto, ya que al aparecer el concepto de stakeholders se logran agrupar de forma general los intereses de diversas partes involucradas en la acción empresarial. De una forma más estructurada, el Corporate Finance Institute¹³ define actualmente a los stakeholders así: “En los negocios, una parte interesada es cualquier individuo o grupo que tiene interés en una organización y los resultados de sus acciones. Los ejemplos comunes de partes interesadas incluyen empleados, clientes, accionistas, proveedores, comunidades y gobiernos” (Corporate Finance Institute, 2020).



Figura 2: Concepto De Estrategia Empresarial Diagrama De Ilustración De los Stakeholders

Fuente: Nestell & Associates (2020)

En su ponencia realizada en 2010, Adela Cortina hace un planteamiento muy interesante frente la visión de la ética y la RSE entorno a los Stakeholders y comenta:

La novedad consiste en decir que los intereses divergentes de los distintos grupos de interés, si están bien gestionados, pueden generar juegos de suma positiva y no juegos de suma negativa: ésta es la gran idea. Si se pueden gestionar bien los intereses divergentes, entonces podemos generar juegos de suma positiva en los que todos ganan, y no juegos de suma cero en los que lo que ganan unos lo pierden otros. De donde sigue que es necesario incrementar el valor para el accionista inteligentemente, en vez de hacerlo de manera estrecha e imprudente. Más vale

¹³ Corporate Finance Institute: Es el proveedor líder de programas online para la certificación de análisis financieros y sus programas han sido entregados a cientos de miles de estudiantes en todo el mundo (Corporate Finance Institute, 2020).

intentarlo a través de la búsqueda de la satisfacción de los intereses de todos, porque en ese caso también el accionista ve incrementado su valor, pero en complicidad con todos los stakeholders (Cortina, 2010).

Sostenibilidad y los 17 Objetivos del Desarrollo Sostenible

En las décadas del ochenta y del noventa se incluyen a la RSE los conceptos de sostenibilidad y desarrollo sostenible con el objetivo de encontrar un significado integral y de relevancia, tanto para los negocios como para la sociedad.

Desde un punto de vista etimológico, el término “Sostenibilidad” y en su deconstrucción, se hace alusión en el verbo del latín *sustentāre*.

[...]que refiere a las ideas de apoyar, acompañar y cuidar, traducándose a sostener, originándose en la raíz de *sustinēre*, entendido como sustentar, desarrollado a partir de *sub-*, por debajo, y *tenēre*, por la acción de tomar algo; seguido por los elementos *-bili-*, como posibilidad, y *-dad*, proporcionando sentido de pertenencia. Comprende la práctica racional de recursos naturales no renovables, en pos de la protección ambiental del planeta, contribuyendo en el equilibrio y la salud de las especies y ecosistema (Etimología, 2018).

Sin embargo, desde la inclusión del término a la RSE, la Organización de Las Naciones Unidas¹⁴, posterior a la Comisión Bruntland¹⁵ en 1987, y a través de sus 17 Objetivos del Desarrollo Sostenible, oficializó el concepto de Sostenibilidad inmerso en el del Desarrollo Sostenible, como: “El desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Naciones Unidas, 2020a).

A pesar de la oficialización de esta definición que ya es ampliamente conocida a nivel global, autores como Richard Ross aún hacen una diferenciación en 2015 entre los dos términos de la siguiente manera: "El término *Sostenibilidad* debe verse como el objetivo de la humanidad en pro del equilibrio hombre-ecosistema (homeostasis), mientras que *Desarrollo Sostenible* se refiere al enfoque holístico y los procesos temporales que nos llevan al punto final de la Sostenibilidad" (Ross, 2015).

¹⁴ Organización de las Naciones Unidas: “Las Naciones Unidas nacieron oficialmente el 24 de octubre de 1945, después de que la mayoría de los 51 Estados Miembros signatarios del documento fundacional de la Organización, la Carta de la ONU, la ratificaran. En la actualidad, 193 Estados son miembros de las Naciones Unidas, que están representados en el órgano deliberante, la Asamblea General” (Naciones Unidas, 2020b). Sus pilares fundamentales son: Mantener la paz y la seguridad, Proteger los derechos humanos, Distribuir ayuda humanitaria, Promover el desarrollo sostenible y Defender el derecho internacional. (Naciones Unidas, 2020c)

¹⁵ Comisión Bruntland o Bruntland Comisión: “En 1987, las Naciones Unidas designaron a la ex primera ministra noruega Gro Harlem Brundtland para dirigir la nueva Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo. Después de décadas de esfuerzos, estaba claro que el mundo necesitaba encontrar una forma de armonizar la ecología con la prosperidad. La Comisión logró unificar el ecologismo con las preocupaciones sociales y económicas en el programa de desarrollo mundial. La sostenibilidad es un enfoque holístico que considera las dimensiones ecológica, social y económica, reconociendo que todos deben considerarse juntos para encontrar una prosperidad duradera” (University of Alberta, 2020).

En el mismo año 2015, la ONU da un gran avance en el proceso y aprobó la agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible,

Una oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino para mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás. La Agenda cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, que incluyen desde la eliminación de la pobreza hasta el combate al cambio climático, la educación, la igualdad de la mujer, la defensa del medio ambiente o el diseño de nuestras ciudades (Naciones Unidas, 2020d).



Figura 3. Objetivos del Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Fuente: Naciones Unidas (2020e)

El camino hacia la sostenibilidad es sin lugar a duda un desafío social que envuelve leyes nacionales e internacionales, planificación urbana y transporte, gestión de la cadena de suministro, estilos de vidas locales e individuales y consumismo ético. Vivir de una forma más sostenible es posible a través de ideas que van desde la reorganización de las condiciones de vida (Ej: eco-aldeas, eco-municipios y ciudades sostenibles), reevaluación de sectores económicos (construcción amigable con el ambiente, agricultura sostenible) o prácticas laborales, utilizando la ciencia para reinventar el progreso y el desarrollo hacia nuevas tecnologías (Ej.: tecnologías verdes, principios de economía circular, energías renovables) (Cherrier y Black, 2010).

Últimas décadas e Institucionalidad de la RSE

La evolución del concepto de RSE avanza a través de las últimas décadas, y se consolida al establecer que la empresa constituye vínculos con la sociedad y el entorno que van más allá de las actividades económicas, y reconoce a los grupos de interés al interior y exterior la empresa, aplicando la justicia como factor primordial en la ejecución de los negocios.

Hacia el año 2000, cuando se da la incorporación de los temas de desarrollo sostenible explicados anteriormente, la ética en los negocios y la inclusión en el concepto de la RSE, la definición toma más forma y la Comisión de las Comunidades Europeas (CCE), redefine la responsabilidad social en 2001 como:

Un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas (Duque et al., 2013).

De esta forma la RSE empieza a institucionalizarse en las empresas como una estrategia de competitividad que desempeña un rol vital hasta el punto de llegar a ser target internacional. Según Duque et al. (2013), Porter afirma que las naciones y las diferentes regiones geográficas no compiten entre sí, pero que su prosperidad está determinada por la competitividad y la productividad de sus empresas. Es así como se consolida la idea de que el objetivo del componente corporativo de la RSE, no es únicamente ir tras la consecución de beneficios, sino crear valor compartido, y que a su vez esta generación de valor compartido demanda una forma totalmente distinta de hacer negocios, en la cual las empresas deben ser responsables de tener una clara dimensión social para convertirla en parte de su estrategia corporativa (Duque et al., 2013).

A pesar del gran proceso evolutivo descrito anteriormente, es mucho el camino que hay por delante y son muchas las acciones que se deben hacer para llegar a la meta propuesta para 2030 en los objetivos de la ONU. Es por esto que Adela Cortina, como experta en el tema de RSE, da varias percepciones y hace fuertes llamados de atención al entorno corporativo. En su conferencia y discurso realizado en Junio 4 del 2010 sobre *La Ética y Responsabilidad Social en un Mundo Globalizado*, manifiesta que al parecer las empresas no consiguen hacerse cargo de su responsabilidad social en un mundo globalizado, porque la globalización nos desborda, y justamente en esos tiempos y en las coyunturas de crisis resulta imposible asumir la responsabilidad social. Desde su perspectiva es precisamente en esos momentos cuando hay que hacer todo lo contrario, en tiempos de crisis y

en tiempos de globalización, es de primera necesidad que las empresas asuman su responsabilidad social (Cortina, 2010).

Es por esto que Cortina centra su atención principalmente en las empresas y la importancia de ellas en asumir la responsabilidad social, y la consideración de que el concepto siempre se tiene que analizar desde la perspectiva de la ética de la empresa, ya que si no es así, “queda simplemente como otro ejercicio burocrático que no cambia las formas de vida de las empresas desde dentro, que no cambia las formas de vida de las organizaciones, y que por lo tanto, no constituye una verdadera transformación” (Cortina, 2010).

En su ponencia Adela Cortina hace un apartado histórico importante muy similar al ya descrito cronológicamente, da la definición de Responsabilidad Social y las diversas influencias filosóficas y de grandes autores, que fueron generando, transformando y estructurando el concepto desde sus inicios. Adicionalmente hace una acotación importante al mencionar que, en nuestros tiempos se puede inferir que “si las organizaciones empresariales poseen un enorme poder en una sociedad globalizada, en la que las transnacionales tienen una fuerza indiscutible, a mayor poder, mayor responsabilidad” (Cortina, 2010).

Cortina también manifiesta en su ponencia que el discurso de la ética y responsabilidad social al interior las empresas, no es solo por el beneficio social, el adoptarlo tiene sus beneficios en temas de rentabilización gracias al componente intangible.

La ética empresarial rentable, y lo es por muchas razones. Porque ahorra costos de coordinación en el seno de la empresa, porque genera confianza en los clientes, porque produce buena reputación y prestigio y porque es un factor de innovación. Cuando todos los productos se parecen, el hecho de que una empresa acuda a recursos éticos es una fuente de innovación y, con ello, una ventaja competitiva (Cortina, 2010).

De esta forma se puede entender que muchas empresas no solo necesitan rentabilizar y crear beneficios de tipo económico, sino que también necesitan auto-generar su propia imagen y darse un valor simbólico que sea visible ante el mercado. Bajo esta premisa, las empresas pueden presentarse ante el entorno con su propia historia y casos de éxito. (Cortina, 2010)

Después de toda esta conformación de lo que va siendo el concepto de responsabilidad social en nuestros tiempos, quedan aún abiertas una gran número de preguntas, que Adela Cortina trata de manifestar en su ponencia como las más relevantes y a las cuales trata de dar una respuesta.

¿Hay alguna razón para que las empresas asuman su responsabilidad social? Ciertamente, las hay. Para asumir la responsabilidad social las empresas tienen cuatro razones por lo menos: La presión de la sociedad civil, la presión de los

mercados, la presión del poder político, y finalmente la presión del hecho de que nuestra situación sea enormemente cambiante.

¿Qué se piensa que va a pasar en el futuro? Ante semejante pregunta no cabe sino contestar: depende mucho de lo que hagamos, evidentemente. Se pregunta sobre el futuro como si no tuviéramos en él ninguna intervención, cuando lo bien cierto es que depende en muy buena medida de lo que hagamos. La profecía que se cumple a sí misma sigue siendo crucial. Es importante que la sociedad civil presione, que no se quede cruzada de brazos.

¿Cuáles son los principales problemas para asumir la responsabilidad social? En primer lugar, importa trabajar con todos los grupos de interés para averiguar cuáles son sus expectativas legítimas, para lo cual es preciso identificar a los grupos de interés de la empresa correspondiente, teniendo en cuenta que son fluctuantes y que, según los temas, puede tratarse de grupos diferentes. Pero además los grupos de interés se ven influidos de manera distinta por la actividad de la empresa y tienen responsabilidades diversas en su seno. De donde se sigue que la responsabilidad social es un proceso en el que cada empresa tiene que diseñar su propia organización, teniendo en cuenta el tamaño, el sector, identificando sus grupos de interés, sus respectivas responsabilidades, y cuál es la influencia que se tiene en ellos en los distintos casos. El gran tema de nuestro tiempo consiste en reconocer que la responsabilidad social tiene que formar parte del núcleo duro de la empresa: tiene que ser una herramienta de gestión. No puede tratarse de un proyecto superfluo, un maquillaje externo que embellece, sino que tiene que pasar al núcleo duro de la empresa: la empresa se tiene que transformar desde dentro.

¿Cree usted que a las empresas les interesa verdaderamente la responsabilidad social? La verdad es que creo que sí. A fin de cuentas, si las empresas no asumen la responsabilidad social muy bien puede ocurrir que cunda el desánimo entre los ciudadanos, los consumidores, los inversores y las instituciones políticas. Por eso, yo proponía la cooperación de estos diversos sectores de la sociedad en la tarea de exigir a las empresas que asuman su responsabilidad, de tal manera que, aunque no sea una exigencia legal y no haya una coacción obligatoria, les interese asumirla, porque, en caso contrario, quedan fuera del mercado (Cortina, 2010).

Para Adela Cortina en Europa aún existe una gran preocupación por el ambiente de irresponsabilidad que circunda en el medio, y ella manifiesta que pareciera que nadie es culpable de nada.

Es el momento de recordar que todas nuestras acciones tienen externalidades, por lo que no sólo los Estados tienen responsabilidades. Es un momento delicado para la RSE porque cuanto más ética falta, más se recortan los presupuestos en esta materia. Para terminar, dejó un mensaje claro: hace falta ciudadanos maduros en las empresas y en la sociedad que sepan seleccionar qué compañías funcionan adecuadamente y quién hace las cosas como toca, el éxito de la RSE dependerá de que haya ciudadanos exigentes (Cayetano, 2015).

DISEÑO METODOLÓGICO

Considerando la temática abordada en este trabajo de investigación y el problema de investigación derivado de la preocupación concerniente a los mismos, el enfoque con el que se dará desarrollo al trabajo será cualitativo, ya que se “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández, 2017).

En el planteamiento del problema, marco conceptual, y a lo largo de este trabajo se emplearon fuentes de datos principalmente secundarias. Las informaciones fueron obtenidas de sitios web, artículos, informes, reportes, códigos de ética, decretos, entre otras, recolectados a través de la búsqueda en internet, paginas oficiales de empresas asociadas a la industria química base y de transformación, y organizaciones gubernamentales y/o sin ánimo de lucro. La consecución de la información se logró con palabras claves como: *Sostenibilidad, Reporte Anual Integrado, United Nations, Ethics, BASF, P&G, Solvay, Evonik, Unilever, Sustainability, L’Mar, Piccolini, Prebel, Merquimia, Industrias Bisonte, Beisbol de Colombia, Duracolor, Preflex, Azul K, Pharmaderm, Agrofercol, Agroser, Microfertisa, entre otras.*

Algunas otras fuentes secundarias fueron muy importantes y claves para el entendimiento y generación de un contexto referencial que permita entender y comparar los conceptos, antecedentes y puntos de vista de expertos y autores representativos en la materia de Ética y RSE. Estas fuentes fueron de gran ayuda para la construcción del planteamiento del problema y el marco conceptual del trabajo, y fueron obtenidas de publicaciones de algunas organizaciones representativas en Colombia, revistas, artículos, entrevistas a grandes autores y ponentes de la materia de ética y RSE, discursos, entre otras. La consecución de la información se logró con palabras claves como: *Ética, Responsabilidad Social, Adela Cortina, Ética en Colombia, Supersociedades, Capitalismo, Industria Química, Compliance, Ecologismo, Consumismo, Objetivos De Desarrollo Sostenible, Naciones Unidas, Karl Marx, Ranking Industria Química, Stakeholders, GreenPeace, entre otras.*

DESARROLLO DEL TRABAJO

Estándares e Indicadores de Medición para la RSE

Desde el momento en que se empezó a dar la institucionalidad de la RSE han venido surgiendo en el ambiente empresarial y corporativo, tanto a nivel nacional como internacional, un gran número de normas técnicas, certificaciones, indicadores, informes, ranking, memorias, entre otras, para implementar y divulgar programas de RSE. Una de las grandes razones por la cual esto se ha presentado es la carencia de control y regulación de las empresas a nivel mundial, y esto a su vez ha desencadenado consecuencias graves para la sociedad. Sin embargo, la sociedad ha tenido también su cuota en este aspecto, ya que en una gran parte este desborde de información ha sido promovida por los diferentes grupos de interés, quienes han volcado una gran presión y han iniciado campañas para exigir a las empresas detalles no financieros sobre las acciones derivadas de su ejercicio de RSE (Duque et al., 2013).

A raíz de la situación comentada anteriormente, un gran número de empresas han tomado iniciativas para elaborar informes mucho más estructurados que incluyeran de los aspectos sociales y medioambientales en los cuales consideran que tiene impacto la organización. Estos informes, que en algunos casos son llamados Reporte Anuales Integrados, suministran a los grupos de interés la información más relevante sobre los avances en materia de RSE, proyectos, acciones, e iniciativas. Adicionalmente suelen tener una estructura que incluye información de elementos unificadores y/o patrones, para que al mismo tiempo sirvan de guía a todas aquellas empresas que se están iniciando en el mundo de la RSE (Duque et al., 2013).

La iniciativa de reportar la información y las acciones es un paso positivo, sin embargo, en ese proceso de comunicar y difundir, las empresas se encontraron con el problema de cómo medir y reportar sus resultados, con el objetivo de lograr una completa coherencia y orden. Es así como surgen y se vuelven relevantes algunas normas y guías, entre las que se destacan el Pacto Mundial, el Global Reporting Initiative (GRI), SA 8000, AA 1000, la ISO 26000, AECA, los indicadores Ethos de RSE, entre otras (Duque et al., 2013).

Es así como se llega a la idea de que, si la gestión en una empresa debe ser medida, del mismo modo la gestión de la RSE debería ser evaluada. La medición es un proceso clave para determinar el grado de cumplimiento de los objetivos empresariales, y el conocimiento sobre las acciones y los resultados obtenidos con respecto a la RSE, permitirá establecer objetivos específicos y ejecutar acciones o ajustes para generar aportes más efectivos en pro del desarrollo sostenible (Duque et al., 2013).

Otro comportamiento que se desencadenó con toda esta ola de la institucionalidad de la RSE, fue que muchas empresas empezaron a verla como un trampolín para alcanzar nuevos nichos de mercado como consecuencia de una mejoría en la imagen corporativa, y no precisamente por que hubiese una adopción por convicción de las iniciativas reportadas o el compromiso de cumplir realmente con lo divulgado. Este inconveniente ocasionó que muchos de esos reportes o informes no contenían información relevante o incluso eran manipulados para generar una percepción de un mayor sentido de responsabilidad de lo que realmente se era. De esta forma es como se evidenció que la existencia de normas técnicas y guías mundialmente reconocidas y avaladas es de vital importancia para garantizar una comunicación correcta, asertiva y que no dé pie a malinterpretaciones o ambigüedades (Duque et al., 2013).



A continuación se muestran algunos de los estándares y normas existentes para la medición y vigilancia de los principios de la RSE (Tabla 2) y algunos ejemplos de empresas líderes tanto de la Industria química base como la de transformación, con un breve extracto de algunos de los objetivos y compromisos que forman parte de su estrategia corporativa, Ética y RSE, y que se encuentran de forma pública en reportes anuales integrados y portales web propios de sostenibilidad (Tablas 3, 4 y 6). Dichas tablas, a excepción de la 2, fueron estructuradas y construidas de autoría propia y con la recopilación de la información que las empresas reportan sobre los temas de ética y RSE. Al tratarse de información corporativa, se intentó tomarla lo más textual posible para no cambiar la intención y sentido de compromiso expresado por dichas compañías. De igual forma, en los casos donde fue necesario realizar traducción de las informaciones reportadas en inglés, se tomó de manera textual, con el objetivo de estar alineados con el propósito anteriormente mencionado.

Título	Concepto de RSE	Objetivo y Función	Tipología	Dimensión
ISO 26000 (Norma Guía)	"Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente" (ISO 26000:2010, p.4)	Objetivo: proporcionar orientación a las organizaciones sobre responsabilidad social y puede utilizarse como parte de las actividades de la política pública". Función: "Ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible" (ISO 26000:2010, p.1)	Es una guía. No es certificatoria ni regulatoria.	1. Medio ambiente 2. Derechos humanos 3. Prácticas laborales 4. Gobierno organizacional 5. Prácticas de negocio justo / reglas de mercado 6. Participación de la comunidad 7. Consumidores / responsabilidad del producto"
Global Reporting Initiative (GRI)	No define un concepto de RSE. Su posición es desde la Sostenibilidad: "la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora o al deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional o global" (GRI, s.f)	Las directrices establecen indicadores específicos categorizados en económicos, ambientales y sociales que ponen énfasis en la materialidad lo que implica reflejar los impactos significativos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en la toma de decisiones de los grupos de interés. (GRI, s.f)	Guía. No auditable ni certificable.	Las directrices de la GRI se refieren a cuatro principios respecto al contenido de las memorias: <ul style="list-style-type: none"> • Materialidad • Participación de los Grupos de Interés • Contexto de Sostenibilidad y Exhaustividad. También establecen indicadores específicos categorizados en económicos, ambientales y sociales.
SGE 21: 2008, Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable	"La Responsabilidad Social es la integración voluntaria de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos (superando el cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes) en el gobierno, gestión, estrategias, políticas y procedimientos de las organizaciones" (INGECAL, 2011, p. 3)	Se centra principalmente en el cumplimiento de la legislación y normativa, Política de Gestión Ética y Responsabilidad Social, Código de Conducta, Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social, Diálogo con los grupos de evaluación, Revisión por la Dirección y mejora continua, Informe de Responsabilidad Social y comunicación (INGECAL, 2011).	Norma auditable y certificable por FORÉTICA*	<ul style="list-style-type: none"> • Alta dirección • Clientes • Proveedores • Entorno social • Entorno ambiental • Inversores • Competencia
Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial	La RSE es definida por la relación que la empresa establece con todos sus públicos (stakeholders), a corto y a largo plazo. Los públicos correspondientes, en contacto y afinidad con la empresa, comprenden innumerables organizaciones de interés civil, social ambiental, además de aquéllos usualmente reconocidos por los gestores público interno, accionistas y consumidores/ clientes (Ethos: 2005, p.9).	Los indicadores ETHOS permiten a las empresas evaluar el grado de desarrollo de las estrategias, políticas y prácticas en los ámbitos que involucran la responsabilidad social de una organización. Estos indicadores abarcan la RSE desde una perspectiva integral, que incluye las políticas y acciones de la empresa en siete dimensiones (Ethos: 2005)	Indicadores. No auditable.	1. Valores, Transparencia y Gobernanza 2. Público Interno 3. Medio Ambiente 4. Proveedores 5. Consumidores y Clientes 6. Comunidad 7. Gobierno y Sociedad
Norma SA 8000	No es abarcativa de la totalidad de los aspectos del concepto de Responsabilidad Social, pero posee indudables ventajas para cualquier	Involucra activamente a la alta dirección e incluye los aspectos de la RS dentro de la política de empresa. Es imprescindible contar previamente con	Es una norma auditable certificable por SAI (Social Accountability)	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo infantil • Trabajos forzados • Salud y seguridad en el trabajo


	organización que desee comprometerse con los principios éticos y sociales que redundarán en ventajas de diversa índole, inclusive y fundamentalmente económicos. (Aguero, 2011)	un sistema de gestión, normalmente la ISO 9001, no contempla de forma sistemática la implicación y el trabajo conjunto con stakeholders externos (Aguero, 2011)	International).	<ul style="list-style-type: none"> • Libertad de asociación y derecho de negociación colectiva, • Discriminación • Medidas disciplinarias • Horario de trabajo • Remuneración • Sistemas de gestión.
Guía del Pacto Mundial	"No definen el concepto de RSE; sin embargo consideran que: Las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades más prósperas" (Pacto Mundial, 2013).	Integrar los cambios necesarios en las operaciones, de tal manera que el Pacto Mundial y sus principios sean parte de la gestión, la estrategia, la cultura y el día a día de la actividad empresarial, alrededor de 4 ejes temáticos: derechos humanos, condiciones laborales, medio ambiente y anticorrupción.	Es una guía no certificable.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Derechos humanos 2. Ámbito laboral 3. Medio ambiente 4. Anticorrupción

Tabla 2. Estándares de la RSE.

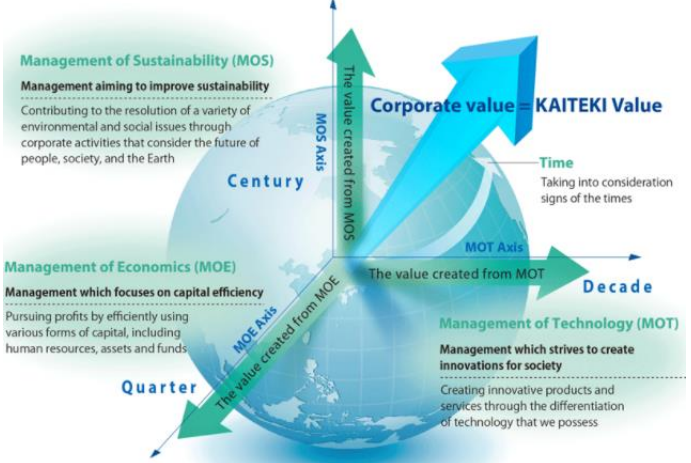
Fuente: Duque, et al. (2013).

Compañía (INDUSTRIA BASE)		
Propósito de Sustentabilidad	"Creamos química para un futuro sostenible"(BASF, 2020)	"En todo lo que hacemos, nos esforzamos por lograr un impacto positivo en la sociedad y el planeta". (DOW, 2020)
Visión de Sostenibilidad	Queremos contribuir a un mundo que proporcione un futuro viable con una mejor calidad de vida para todos. Lo hacemos creando química para nuestros clientes y la sociedad y haciendo el mejor uso de los recursos disponibles. La sostenibilidad es el núcleo de lo que hacemos, un motor de crecimiento y un elemento de nuestra gestión de riesgos. (BASF, 2020)	¿Cómo puede la ciencia ayudar a crear un mundo más sostenible? Se necesita colaboración e innovación. En Dow, trabajamos para ofrecer un futuro sostenible para el mundo mediante la conexión y la colaboración para encontrar nuevas opciones de materiales que mejoren la vida de todos. (DOW, 2020)
Objetivos	Financieros: - Aumentar los volúmenes de ventas más rápido que la producción química mundial cada año.	Objetivos 2025 - Liderar el plan de trabajo: Integrar soluciones de políticas públicas, ciencia y tecnología e innovación de la cadena de valor

	<ul style="list-style-type: none"> - Incrementar el EBITDA entre un 3% y un 5% anual y lograr un rendimiento del capital empleado (ROCE) 1 considerablemente superior al porcentaje del costo de capital cada año. - Incrementar el dividendo por acción cada año en base a un fuerte flujo de caja libre.(BASF, 2020) <p>No Financieros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mantener las emisiones de Gases mientras se crece en producción hasta 2030. - Llegar a 22 Billones de Euros en ventas de productos sustentables para el 2025. - Cubrir el 90% de nuestro gasto relevante 2 con evaluaciones de sostenibilidad para 2025, y hacer que el 80% de nuestros proveedores mejoren su desempeño en sostenibilidad tras la reevaluación. - Más del 80% de nuestros empleados sientan que en BASF pueden prosperar y rendir al máximo - Reducir los incidentes de seguridad de procesos en todo el mundo por cada 200.000 horas de trabajo a $\leq 0,1$ para 2025 - Introducir la gestión sostenible del agua en todos los sitios de producción en áreas de estrés hídrico para 2030 - Aumentar la proporción de mujeres en puestos de liderazgo con responsabilidad disciplinaria al 30% para 2030.(BASF, 2020) 	<p>para desarrollar modelos sociales sostenibles. Priorizar el uso el agua y Reducir la emisión de gases.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer innovaciones revolucionarias en química sostenible que promueven el bienestar de la humanidad. Mejorar el desempeño del Índice de Química Sostenible (SCI) e informando el progreso de manera externa. En 2019, el 76% de I + D abordó los desafíos mundiales. - Impulsar una economía circular ofreciendo soluciones en mercados claves, a través de una transición de una economía lineal a una que rediseña, recicla, reutiliza y re-manufactura. - Valorar la naturaleza: Para el 2025, Dow entregará 1 Billón de dólares a través de proyectos impulsados por negocios que mejoren la naturaleza. - Materiales seguros para un planeta sostenible: Lanzar al mercado materiales sostenibles para las personas y el planeta. Implementar 10 alternativas innovadoras. Desarrollar 5 grandes colaboraciones para acelerar la seguridad de los productos. Desarrollar academias de administración de productos en regiones emergentes. - Compromiso para el impacto: Promover equipos que apliquen su pasión y experiencia para el bienestar de las personas y del planeta. (DOW, 2020)
Compromisos Corporativos	<p>Aprovisionamiento Responsable: BASF asume la responsabilidad de la protección del medio ambiente a lo largo de la cadena de valor</p> <p>Producir seguramente para las personas y el entorno / Producir eficientemente: BASF nunca compromete la seguridad. Respondemos a las emergencias estando bien preparados en todo momento y en todos los lugares. Nuestras operaciones son clave para superar a la competencia de manera sostenible y a largo plazo. Entonces, nos estamos conectando a través de BASF para operar de la manera más eficiente posible.</p> <p>Impulsar soluciones sustentables:</p>	<p>¿Cómo puede la ciencia ayudar a crear un mundo más sostenible? Se necesita colaboración e innovación. DOW trabaja para ofrecer un futuro sostenible para el mundo mediante la conexión y la colaboración para encontrar nuevas opciones de materiales que mejoren la vida de todos.</p> <p>DOQ identifica 3 áreas de enfoque en las que considera que poder marcar la mayor diferencia e impulsar el cambio en toda la industria. Estas prioridades globales representan áreas en las que utiliza la ciencia, tamaño y relaciones globales en las cadenas de valor, para buscar y crear oportunidades compartidas para Dow y la sociedad.</p> <p>Protección del clima. DOW utiliza su propia tecnología y asociaciones de colaboración para innovar productos y</p>

	<p>Hemos establecido objetivos globales voluntarios a largo plazo en las áreas de economía, medio ambiente, seguridad, empleados y sociedad. Mediante estos objetivos, el desarrollo sostenible en BASF es transparente y verificable.</p> <p>Valorar a las personas y tratarlas con respeto: Nuestros empleados son fundamentales para lograr los objetivos de nuestra estrategia "Creamos química". (BASF, 2020)</p> 	<p>soluciones que contribuyan a una economía con bajas emisiones de carbono.</p> <p>Economía circular. DOW está tomando medidas para cerrar el ciclo de recursos y detener el desperdicio en las operaciones comerciales y alentar el reciclaje y la reutilización a nivel mundial.</p> <p>Materiales más seguros. DOW promueve el uso la ciencia de materiales para realizar innovaciones más sostenibles para los clientes y el planeta. (DOW, 2020)</p>
<p>Ética y Conducta</p>	<p>Código de Ética y Compliance</p> <p>En un mundo que cambia rápidamente y es altamente competitivo, es vital mantenerse enfocado en lo que realmente nos importa en BASF. Nuestros valores, creativos, abiertos, responsables y emprendedores, nos ayudan a lograrlo. Nos recuerdan lo que representa BASF y sirven como patrón de cómo hacemos negocios.</p> <p>Estamos estrictamente comprometidos con altos estándares de cumplimiento legal y ética empresarial. Nuestro Código de Conducta define los límites dentro de los cuales nosotros, como empleados de BASF, debemos actuar para cumplir con las leyes y políticas internas. Al hacerlo, protege a BASF y a cada uno de nosotros.</p> <p>Nuestro Código de Conducta nos guía para poner en práctica nuestros valores y compromisos en toda la empresa y en todo lo que hacemos. Nos ayuda a navegar a través de áreas y situaciones en las que la conducta responsable y la toma de decisiones éticas son de vital importancia. Solo cuando cumplamos plenamente con nuestro Código de Conducta y todas las leyes y regulaciones, podremos lograr nuestra aspiración de ser la empresa química líder en el mundo, respetada y de confianza por nuestros clientes, inversores, empleados y todas las demás partes interesadas. (BASF, 2020)</p>	<p>Código de conducta de Dow</p> <p>El Código de Conducta de Dow resume muchos de los principios y políticas éticos creados para abordar cuestiones como el soborno, las contribuciones políticas, la igualdad de oportunidades de empleo y el medio ambiente, la salud y la seguridad. Se espera que todos los que trabajamos en Dow, sin importar dónde vivamos, apliquemos estos principios en el desempeño diario de nuestras responsabilidades laborales.</p> <p>El Código está disponible para descargar en 16 idiomas.</p> <p>Dow EthicsLine es una línea de ayuda gratuita, disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana. La línea de ayuda está disponible para quienes deseen hacer preguntas sobre la política de Dow, buscar orientación sobre situaciones específicas, informar violaciones del Código de conducta de Dow u otras prácticas comerciales poco éticas.</p> <p>Dow EthicsLine también está disponible en varios idiomas en la web para las personas que se sientan más cómodas al informar sus inquietudes por escrito. Las mismas garantías de confidencialidad que existen para los informes telefónicos también están vigentes para esta opción. (DOW, 2020)</p>
<p>Compañía (INDUSTRIA BASE)</p>		

		
Propósito de Sustentabilidad	“Salvaguardando nuestro mundo y su gente” (DSM, 2020).	Valor KAITEKI para el mañana. KAITEKI es una expresión original del grupo MCHC que significa “El bienestar sostenible de las personas la sociedad y nuestro planeta tierra” (Mitsubishi Chemical, 2020).
Visión de Sustentabilidad	Un futuro más brillante para todos: La sostenibilidad es un hilo conductor que recorre todo lo que hacemos en DSM, y lo hemos hecho durante años. La razón es simple. No queremos tener éxito en un mundo donde los casquetes polares se derriten; el coral está diezmado; millones se quedan sin hogar y en la indigencia debido al cambio climático; mientras que cientos de millones siguen desnutridos. Fueron los humanos los que causaron esta situación. Pero realmente tenemos el poder de cambiarlo. (DSM, 2020)	Mitsubishi Chemical busca brindar soluciones a problemas ambientales y sociales, y contribuir al desarrollo sostenible de las personas, la sociedad y la tierra a través de sus negocios construidos sobre la base de la química. De esta manera pretendemos realizar KAITEKI. (Mitsubishi Chemical, 2020)
Objetivos	<p>Objetivos 2021 – 2030</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la nutrición para quienes más la necesitan a través de alimentos enriquecidos y micronutrientes, entregados a través de nuestras iniciativas de Mejora de la nutrición y Alimentos mejorados de África, así como asociaciones con el Programa Mundial de Alimentos y los organismos independientes. - Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades. Desarrollar materiales de alto rendimiento en los segmentos de salud, nutrición, biomédicos que promuevan la salud en todos los grupos de edad. Ejemplo: Reducir los niveles de sal y azúcar en los alimentos procesados; reducir las emisiones de carbono de los procesos de fabricación de productos químicos. - Garantizar el acceso a una energía moderna asequible, fiable y sostenible para todos: En DSM estamos haciendo realidad la energía renovable para todos a través de la tecnología desarrollada con energía solar; y biocombustibles elaborados a partir de plantas como el maíz. - Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus impactos: DSM está aumentando el uso de energías renovables en nuestra combinación de energía - y reduciendo nuestra huella de carbono - en asociación con RE100. 	<p>Objetivos Corporativos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestión de la salud y la productividad de KAITEKI - Mitsubishi Chemical ha decidido: Apoyar a la salud y las reformas del estilo de trabajo. Crear lugares de trabajo donde puedan prosperar diversos recursos humanos. Implementar una amplia gama de medidas, que se resumen en 30 declaraciones bajo el título “Mitsubishi Chemical ha decidido”. - Luchar por una producción Sostenible. Fomentar la producción de plásticos biodegradables mientras conservan sus propiedades útiles para facilitar su degradación y reducir la carga medioambiental. (Con BioPBS™, un producto biodegradable y de origen renovable, Mitsubishi Chemical (MCC) ha desarrollado un plástico que ofrece estos dos atributos. - Desarrollar productos que ayuden a abordar el estado crítico de la infraestructura de las ciudades y contribuyan a la realización del ODS "Hacer que las ciudades sean inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles". Tejidos de fibra de carbono Replark™ para reparación y refuerzo estructural que ofrece Mitsubishi Chemical Infratec Co., Ltd. - Agua segura para el mundo: Centrándose en las aguas subterráneas, que representan el 0,76% del agua del planeta, MCAS se esfuerza por contribuir al suministro de agua segura utilizando los sistemas de suministro y tratamiento de agua

	<p>- Garantizar patrones de producción y consumo sostenibles: Los termoplásticos utilizados en piezas de automóviles, como cárteres de aceite e iluminación de automóviles, están reduciendo el peso y los desechos. (DSM, 2020)</p>	<p>descentralizados que ha desarrollado. (Mitsubishi Chemical, 2020). (Mitsubishi Chemical, 2020).</p>
<p>Compromisos Corporativos</p>	<p>En DSM usamos nuestras competencias core para abordar los objetivos del desarrollo sostenible de las naciones unidas, las cuales han proporcionado oportunidades de crecimiento en 3 diferentes dominios:</p> <p>Nutrición y Salud: Desarrollo de Micronutrientes adecuados: (Proteínas Vitaminas, Minerales, Ácidos Grasos). Luchar contra la malnutrición y el sobrepeso. Promover la producción sostenible de proteínas animales. Promover la reducción de sal, azúcar y grasas saturadas.</p> <p>Clima & Energía: Reducir las emisiones de gas en las operaciones. Promover una economía baja en carbono. Promover el uso de energías renovables.</p> <p>Recursos y Circularidad: Implementar soluciones circulares y de fuentes bio: Reducir, reemplazar, extender, diseñar, recuperar. Mejorar la eficiencia de los recursos. Reducir pérdida y desperdicio de alimentos. Uso sostenible de los suelos. Preservar la biodiversidad marina. (DSM, 2020).</p>	<p>En línea con KAITEKI, el Grupo MCHC busca impulsar las actividades corporativas dirigidas a resolver problemas ambientales y sociales.</p> <p>KAITEKI Management, se basa en tres ejes de gestión:</p> <p>Gestión de la Economía, que tiene como objetivo incrementar el valor económico enfocándose en la eficiencia del capital,</p> <p>Gestión de Tecnología, que tiene como objetivo fomentar la innovación que conduce a un mayor valor económico y social.</p> <p>Gestión de la Sostenibilidad, que tiene como objetivo para aumentar el valor social a través de mejoras en la sostenibilidad.</p> <p>El Grupo MCHC evalúa e implementa actividades corporativas basadas en estos ejes, siempre informado por una conciencia de las tendencias y oportunidades cambiantes. (Mitsubishi Chemical, 2020).</p>  <p>(Mitsubishi Chemical, 2020)</p>
<p>Ética y Conducta</p>	<p>Código de Conducta DSM</p>	<p>Código de Conducta - Política básica</p>

	<p>Nuestra misión es crear vidas más felices para las personas de hoy y de las futuras generaciones, utilizando nuestra ciencia brillante.</p> <p>En DSM queremos formar parte de la sociedad; en última instancia queremos ayudar a resolver algunos de los problemas globales más importantes de la actualidad, como el cambio climático y la desnutrición. Usamos la ciencia y nuestra experiencia para desarrollar soluciones innovadoras que importan. Por esa razón hacemos lo que hacemos. La manera cómo lo hacemos forma parte de nuestro valor fundamental, la sostenibilidad: intentamos conseguir prosperidad económica a la vez que conseguimos progreso medioambiental y avances sociales; es decir, un resultado en tres dimensiones. Estas tres dimensiones: personas, planeta y beneficios forman la base de nuestro Código de Conducta Empresarial. Este código define cómo trabajamos e interaccionamos con el resto de las partes: los empleados, los clientes, los proveedores, los accionistas y con la sociedad en general, por mencionar algunas. (DSM, 2020)</p>	<p>Todos los funcionarios y empleados de Mitsubishi Corporation deben cumplir con todas las leyes, reglas y regulaciones aplicables donde operan, estándares y reglas internacionales y todas las reglas y políticas corporativas internas. Además, todos los funcionarios y empleados de la Compañía deben actuar de manera socialmente responsable, cumpliendo con los más altos estándares éticos en la conducción de sus negocios. (Mitsubishi Chemical, 2020)</p>
Compañía (INDUSTRIA BASE)		
Propósito de Sustentabilidad	"Nosotros aceptamos la responsabilidad" (Evonik, 2020)	"Valor sostenible y compartido para todos" (Solvay General secretary and Communication, 2020).
Visión de Sostenibilidad	"La sostenibilidad es un elemento central en nuestro propósito "Liderar más allá de la química". Evonik es un aliado que brinda soluciones innovadoras que ayudan a hacer nuestras vidas más sostenibles, más saludables y más cómodas" (Evonik, 2020).	En Solvay siempre hemos creído que las soluciones a los principales desafíos que enfrenta la humanidad estarán impulsadas por la ciencia y la innovación. Solvay Way y Sustainable Management Portfolio serán las herramientas robustas para respaldar nuestro compromiso con la sostenibilidad. Nuestra contribución al viaje de sostenibilidad de nuestros clientes serán los pilares de nuestra relación, trabajando con ellos para producir soluciones más positivas para la sostenibilidad en toda la cadena de valor. (Solvay General secretary and Communication, 2020).
Objetivos	<p>Objetivos 2020 – 2025</p> <ul style="list-style-type: none"> - Completar el análisis de sostenibilidad del negocio (versión 2.0) para el final del 2020. - Fomentar los principios de inclusión laboral y el empoderamiento de la mujer en los cargos altos y medios. 	<p>Objetivos 2030</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en todo el mundo. Solvay duplicará la velocidad a la que reduce las emisiones, con el objetivo de frenar las emisiones de gases en un 26%.

	<p>27,3% a los primeros niveles y 25% a los segundos niveles para el final del 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incrementar las ventas de productos desarrollados en los últimos 5 años en un 16% en el mediano plazo. - Establecer una estimativa de riesgo para mínimo un 99% min. de las sustancias entregadas en el mercado en cantidades mayores a 1 MT para el final del 2020. - Reducir las emisiones (Escenarios 1 y 2) en un 50% para el 2025. - Reducir las emisiones (Escenario 3) corriente arriba de la cadena de valor en un 15% para el 2025. - Índice de desempeño de Salud ocupacional ≥ 5. - Establecer el Índice de frecuencia de accidentalidad en $\leq 1,3$ para el 2020 y los siguientes años. (Evonik,2020) 	<ul style="list-style-type: none"> - Eliminando el uso de carbón. Solvay no construirá nuevas plantas de carbón y se compromete a eliminar gradualmente el uso. - Reducir la presión sobre la biodiversidad. Solvay planea reducir su presión sobre la biodiversidad en un 30% en áreas como la acidificación terrestre, la eutrofización del agua y la ecotoxicidad marina. - Incrementar la eficiencia del uso del agua. Solvay disminuirá su impacto en la extracción de agua dulce al reducir su consumo de agua dulce en un 25%. - Acelerando la economía circular. Solvay aprovechará su asociación con la Fundación Ellen MacArthur para más del doble de las ventas de productos basados en recursos renovables o reciclados hasta el 15% de las ventas del Grupo. - Aprovechando la innovación para desarrollar soluciones sostenibles. Solvay actualizará su portafolio sostenible para alcanzar el 65% de las ventas del Grupo - Priorizar la seguridad. Solvay tiene como objetivo una política de cero accidentes para proteger la seguridad de sus empleados. - Incorporación de la inclusión y la diversidad. Solvay trabajará para lograr la paridad de género para la gerencia de nivel medio y superior para 2035 y allana el camino hacia un entorno de trabajo inclusivo que da la bienvenida de cualquier tipo como pensamientos, raza, color, origen nacional, religión, identidad de género u orientación sexual. (Solvay General secretary and Communication, 2020).
Compromisos Corporativos	<p>Nuestras actividades de sostenibilidad están sistemáticamente alineadas con la materialidad. La última revisión extensa de nuestro análisis de materialidad fue en 2018. Esto incluyó preguntar a nuestros grupos de interés sobre los problemas de sostenibilidad más importantes para Evonik y se hizo una distinción entre actores con influencia directa e indirecta.</p> <p>Los 3 temas principales son: Productos y soluciones sostenibles para nuestros clientes, Cambio climático y uso eficiente de recursos escasos y economía circular. LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD SE BASA EN CINCO PILARES</p>	<p>La industria química se enfrenta cada vez más al desafío de reinventar su agenda de sostenibilidad. El aumento de las expectativas medioambientales, sociales y de gobernanza de los inversores destaca la creciente importancia de esta área en la creación de valor para los accionistas a medio y largo plazo. Hemos desarrollado herramientas y procesos robustos para respaldar nuestro compromiso con la sostenibilidad.</p> <p>Comprometidos con el impacto</p> <p>Solvay ONE Planet, nuestro nuevo enfoque de sostenibilidad lleva nuestros logros anteriores un paso más allá. Se han identificado tres áreas principales donde existen fuertes impactos, positivos y / o negativos, a través de nuestros productos u operaciones:</p>

	<p>1. La sostenibilidad es parte de la propuesta de mercado de Evonik: Informamos ampliamente sobre nuestra huella de producción y la de nuestras actividades comerciales.</p> <p>2. Evonik está comprometida con la gestión de recursos y ha definido nuevos y ambiciosos objetivos climáticos e hídricos.</p> <p>3. Evonik ha definido motores de crecimiento con un claro enfoque en la sostenibilidad: Nuestras actividades comerciales tienen impactos que afectan los ODS de la ONU. Más del 80 por ciento de las ventas del Grupo Evonik hacen una contribución positiva al logro de los ODS de la ONU.</p> <p>4. Evonik integra la sostenibilidad en sus procesos de gestión estratégica: En 2018, continuamos desarrollando nuestro análisis de portafolio de sostenibilidad, incluidas las pruebas y la integración en nuestro proceso de estrategia.</p> <p>5. Evonik establece altos estándares para la mejora continua de la información: Nos centramos en la mensurabilidad y la transparencia, y hemos adelantado la fecha de publicación de nuestro informe de sostenibilidad para que coincida con la publicación de nuestro informe financiero. (Evonik, 2020)</p>	<p>Clima: 2.200 millones de euros de nuestras ventas ya ayudan a reducir el impacto climático general de nuestros clientes. Estamos trabajando para acelerar nuestra transición climática y energética para finalmente alcanzar la neutralidad de carbono.</p> <p>Recursos: Economía Circular. 3.500 millones de euros de nuestras ventas ayudan a reducir el consumo de recursos en todo el mundo. Nuestro objetivo es reducir los residuos, reutilizarlos como subproductos o en la producción de energía, y utilizar el agua de manera más eficiente a través de proyectos de excelencia e iniciativas de reciclaje.</p> <p>Vida Mejor: 3.300 millones de euros de nuestras ventas ayudan a mejorar la calidad de vida, a través del cuidado de nuestros empleados y nuestras comunidades. (Solvay General secretary and Communication, 2020).</p>
<p>Ética y Conducta</p>	<p>Código de Conducta Evonik</p> <p>En Evonik aspiramos a que nuestra empresa sea líder mundial en productos químicos especiales, manteniendo un crecimiento rentable. A fin de lograrlo, estamos aplicando de forma sistemática nuestra estrategia basada en tres pilares: una cartera de clientes equilibrada y concentrada, el liderazgo en innovación y una filosofía de empresa basada en la confianza y orientada hacia los resultados. Los valores de Performance, Trust, Openness and Speed (el rendimiento, la confianza, la transparencia y la celeridad) son cruciales para nuestra cultura de empresa y, por ende, para nuestro éxito. Llevamos a cabo nuestras operaciones y colaboraciones diarias de forma transparente, fiable y justa.</p> <p>Evonik define el compliance como el respeto de la totalidad de las leyes aplicables, los reglamentos internos y los compromisos voluntarios vinculantes. Los principales requisitos de compliance se definen el código de Conducta. Todos los empleados deben seguir las normas definidas en este Código de Conducta. Deben familiarizarse con el Código de Conducta y participar en las sesiones de formación correspondientes. (Evonik, 2020)</p>	<p>Código de Integridad Empresarial:</p> <p>Solvay tiene por objeto garantizar la rentabilidad y el crecimiento sostenidos como líder mundial en química sostenible. Para lograrlo, es esencial que estemos comprometidos con elevados estándares de cumplimiento legal y ética de negocio. El Código ético de Solvay se basa en una fuerte tradición de valores que se han integrado históricamente en la cultura del Grupo. En particular, este Código refuerza a <i>Solvay Way</i>, el enfoque hacia la responsabilidad social corporativa del Grupo. (Solvay, 2020)</p> <p>Este Código tiene sus raíces en las políticas, pero también anticipa nuevos desafíos planteados por nuestro entorno en constante evolución. Nos proporciona los principios que se deben seguir cuando nos enfrentamos a decisiones difíciles. Todos debemos cumplir con las leyes y reglamentos aplicables, pero también tenemos que cumplir con este Código, que es la base de nuestro programa de Ética y Cumplimiento.</p> <p>Nuestra búsqueda compartida de la excelencia debe ir acompañada de un compromiso compartido para actuar con integridad. Velar por el cumplimiento y actuar éticamente es parte integral de nuestro trabajo diario. (Solvay, 2014)</p>







Tabla 3. Estándares, Objetivos y Compromisos RSE de la Industria Química Base.

Fuente: BASF, DOW, DSM, Mitsubishi Chemicals, Evonik y Solvay (2020)

<p>Compañía (INDUSTRIA DE TRANSFORMACIÓN)</p>			
<p>Propósito de Sustentabilidad</p>	<p>“Reduciendo nuestra huella paso a paso” (P&G, 2020).</p>	<p>“Juntos podemos cambiar la forma como el mundo hace negocios” (Unilever, 2020).</p>	<p>“Ayudando a construir un sistema alimentario más sostenible” (PepsiCo, 2020).</p>
<p>Objetivos</p>	<p>Ambición 2030:</p>  <p>Marcas:</p> <p>El 100% de las marcas líderes permitirán e inspirarán el consumo responsable</p> <p>Reducir nuestro uso de plástico de petróleo virgen en envases en un 50%</p> <p>Generar una confianza aún mayor a través de la transparencia</p> <p>Supply Chain:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reducir nuestra huella y apuntar a soluciones circulares basadas en la regeneración y restauración - Electricidad 100% renovable y reducción de las emisiones de GEI a la mitad en los sitios de P&G. - Nuestros sitios generarán un aumento del 35% en la eficiencia del agua y obtendrán al menos cinco mil millones de litros de agua de fuentes circulares. 	<p>El plan de vida sostenible de Unilever: 3 grandes Objetivos:</p> <p>Mejorando la salud y el bienestar de más de mil millones de personas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para 2020, ayudaremos a más de mil millones de personas a tomar medidas para mejorar su salud y bienestar. - Reducir las enfermedades diarreicas y respiratorias mediante el lavado de manos. - Mejorar el acceso al saneamiento - Mejorar la salud bucal - Reducir los niveles de sal. - Reducir las grasas saturadas. Incrementar los ácidos grasos esenciales. Reducir las grasas saturadas en más productos. Eliminar las grasas trans - Reducir el azúcar. Reducir las calorías: En helado infantil y en más productos de helado. - Brindar información sobre alimentación saludable <p>Reducir el impacto medioambiental a la mitad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para 2020, las emisiones de CO2 de la energía de nuestras fábricas estarán en o por debajo de los niveles de 2008, a 	<p>Objetivos y Proyectos 2020-2030</p>  <p>Agricultura:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promover los beneficios ambientales, sociales y económicos para las comunidades de todo el mundo, apoyando prácticas y tecnologías que promueven la mejora de los medios de vida de los agricultores y la resiliencia agrícola. - Lograr papas, maíz, avena y naranjas 100% de origen sostenible para 2020. - Lograr aceite de palma 100% de origen sostenible para 2020. - Lograr azúcar de caña 100% de origen sostenible para 2020- <p>Agua:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impulsar la seguridad hídrica para asegurar la continuidad del negocio y contribuir positivamente a las comunidades. - Mejorar la eficiencia del uso del agua en un 15% en nuestra cadena de suministro agrícola (enfocada en maíz y papas) en áreas de alto riesgo de agua para el 2025.

	<ul style="list-style-type: none"> - Promover al menos 10 asociaciones importantes de la cadena de suministro para impulsar la circularidad en el clima, el agua o los desechos. - Proteger y mejorar los bosques de los que dependemos. - Queremos aumentar nuestro uso de fibra certificada por Forest Stewardship Council® (FSC®) al 75% en todas las marcas de Family Care para 2025. - Colaborar con numerosas organizaciones para aumentar el área global de bosques certificados, mientras fortalece los sistemas de certificación. - Liderar la carga en los esfuerzos para desarrollar productos con un enfoque Forest Positive. - Mejorar los medios de vida de los productores de palma. <p>Sociedad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carbono neutral para la década - Crear soluciones en las que ningún empaque llegue al océano. - Protege el agua para las personas y la naturaleza. Ser responsables con el agua de la que dependemos es fundamental para el futuro de nuestro planeta. - Soluciones avanzadas de reciclaje para productos absorbentes de higiene. (P&G, 2020) 	<p>pesar de los volúmenes significativamente más altos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - (-65%) de reducción de CO2 de energía por tonelada de producción desde 2008 Obtener toda la energía de forma renovable. - Eliminar el carbón de la combinación energética. - Poner el excedente de energía a disposición de las comunidades Reducir los gases de efecto invernadero del transporte. - Reducir los gases de efecto invernadero de la refrigeración- - Reducir el consumo de energía en nuestras oficinas. - Reducir los viajes de los empleados. -(-47%) reducción en la extracción de agua por tonelada de producción desde 2008. - Fabricar productos que consumen menos agua. - Reducir el uso de agua en la agricultura - (-96%) de reducción en el desperdicio total por tonelada de producción desde 2008. - Cero residuos no peligrosos al vertedero. - Envases de plástico reutilizables, reciclables o compostables. - Incrementar las tasas de reciclaje y recuperación. - Eliminar PVC - Reducir el desperdicio de oficina: Reciclar, reutilizar, recuperar. Reducir el consumo de papel. Eliminar papel en procesos. - Para 2020, obtendremos el 100% de nuestras materias primas agrícolas de manera sostenible. <p>Mejorando los medios de vida de millones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para 2020 mejoraremos los medios de vida de millones de personas a medida que hagamos crecer nuestro negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la eficiencia operativa del uso del agua en un 25% en áreas de alto riesgo hídrico para 2025. - Reponer el 100% del agua que utilizamos en las operaciones de fabricación en áreas de alto riesgo hídrico para 2025. - Brindar acceso al agua potable a 25 millones de personas para 2025 <p>Empaques:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cambiar fundamentalmente la forma en que el mundo interactúa con nuestros envases para cumplir con nuestra visión de un mundo en el que los plásticos nunca se conviertan en residuos. - Diseñar el 100% de los envases para que sean reciclables, compostables o biodegradables para 2025. - Aumentar el contenido reciclado en nuestros envases de plástico al 25% para 2025. - Reducir el 35% del contenido de plástico virgen en nuestra cartera de bebidas para 2025. <p>Productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reducir los azúcares agregados, el sodio y las grasas saturadas. - Reducir los azúcares añadidos: ≥ 67% del volumen del portafolio de bebidas tendrá ≤ 100 calorías de azúcares añadidos por 12 oz. en servicio para 2025. - Reducir el sodio: ≥ 75% del volumen del portafolio de alimentos no superará los 1,3 miligramos de sodio por Caloría para el 2025. - Reducir las grasas saturadas: ≥ 75% del volumen del portafolio de alimentos no superará los 1,1 gramos de grasas saturadas por 100 calorías para el 2025 <p>Clima:</p>
--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - Para 2020, avanzaremos en materia de derechos humanos en todas nuestras operaciones y en la cadena de suministro extendida. - Para 2020 empoderaremos a 5 millones de mujeres. - Para 2020 tendremos un impacto positivo en la vida de 5,5 millones de personas. (Unilever, 2020) 	<ul style="list-style-type: none"> - Hacer nuestra parte para frenar el cambio climático reduciendo las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en toda nuestra cadena de valor. <p>Personas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Derechos humanos: promover el respeto por los derechos humanos utilizando las capacidades y la escala de PepsiCo. Impulsar condiciones laborales justas y seguras en toda nuestra cadena de valor abordando nuestros problemas de derechos humanos más destacados. - Diversidad: promover un lugar de trabajo diverso e inclusivo. Lograr la paridad de género para 2025 en funciones de gestión. Mantener nuestro programa de equidad salarial - Prosperidad: aumentar el potencial de ingresos de las mujeres para impulsar el crecimiento económico y aumentar la seguridad alimentaria. (PepsiCo, 2020)
Ética y Conducta	<p>Manual de conducta empresarial mundial (WBCM) - Haciendo lo correcto</p> <p>El WBCM contiene los estándares globales necesarios para defender nuestro propósito, valores y principios. Proporciona orientación sobre situaciones que podemos enfrentar y ofrece recursos para preguntas o inquietudes.</p> <p>Operar con integridad es la forma en que trabajamos como empresa, y como individuos, se basa en el principio de hacer lo correcto. Es la razón por la que los consumidores confían en nosotros, los socios hacen negocios con nosotros y los accionistas invierten en nosotros.</p>	<p>Código de Principios Empresariales</p> <p>Nuestro marco de Integridad Comercial garantiza que la forma en que hacemos negocios esté totalmente alineada con nuestros valores, las leyes y regulaciones aplicables en los países donde operamos.</p> <p>Tiene tres pilares:</p> <p>Prevención: buscamos incorporar una cultura de integridad en todos los niveles, en todas las geografías.</p> <p>Detección: alentamos a los empleados a hablar y dar voz a sus valores.</p>	<p>Código de conducta global de PepsiCo.</p> <p>Nuestro Código define cómo hacemos negocios de la manera correcta, anclada en nuestra sólida cultura ética: lo que llamamos The PepsiCo Way. Uno de los comportamientos clave de The PepsiCo Way es actuar con integridad en todo lo que hacemos, es por eso que la integridad es uno de los activos más valiosos de PepsiCo. Es fundamental para mantener nuestra reputación con nuestros accionistas, garantizar la igualdad de oportunidades de empleo, afinar nuestra ventaja competitiva e impulsar el crecimiento a largo plazo.</p>

	<p>Nuestro Manual de conducta empresarial mundial articula los estándares globales que esperamos de nuestras actividades comerciales diarias y nuestras responsabilidades legales y éticas. Debemos seguir estos estándares y la ley en todo momento. Este manual se aplica a todos los empleados y miembros de la Junta Directiva, independientemente de su ubicación, nivel de antigüedad, unidad de negocio, función o región. También esperamos que los proveedores y otros socios comerciales cumplan con los aspectos relevantes de nuestro WBCM. (P&G, 2020)</p>	<p>Respuesta: tenemos las herramientas para investigar y, si es necesario, sancionar las infracciones confirmadas, y usamos lo que aprendemos para mejorar continuamente.</p> <p>Nuestro Código de Principios Empresariales es el corazón de nuestro marco de Integridad Comercial. Nos ayudan a poner en práctica nuestros valores de integridad, respeto y responsabilidad. Desempeñan un papel clave al establecer cómo buscamos asegurar el cumplimiento de las leyes y regulaciones, proteger nuestras marcas y reputación, y prevenir daños a las personas o al medio ambiente.</p> <p>Hacer negocios de forma ética y con integridad es fundamental para el Plan de vida sostenible de Unilever. Más información sobre cómo implementamos e informamos sobre los resultados del Código de Principios Comerciales y Políticas del Código, que se relacionan directamente con el Plan de Vida Sostenible de Unilever, se pueden encontrar a continuación y a lo largo de nuestro Informe de Vida Sostenible. (Unilever, 2020)</p>	<p>Todos los empleados de PepsiCo deben seguir nuestro Código de conducta global. Al hacerlo, no solo fortalecemos nuestra cultura ética, sino que también generamos confianza con compañeros de trabajo, clientes, consumidores, inversionistas y comunidades, lo que nos ayuda a ganar en todos los mercados que atendemos.</p> <p>El Código de conducta global de PepsiCo proporciona una ruta de las políticas, los estándares y los procedimientos que rigen la forma en que hacemos negocios en todo el mundo. Nuestro Código describe el compromiso de la empresa con prácticas éticas en todos los aspectos de nuestro negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Respeto en el lugar de trabajo - Confía en el mercado - Equidad en nuestras relaciones comerciales - Honestidad en la conducta empresarial - Propósito en nuestro mundo. (PepsiCo, 2020)
<p>Compañía (INDUSTRIA DE TRANSFORMACIÓN)</p>			
<p>Propósito de Sustentabilidad</p>	<p>“Trabajando por un mundo más saludable” (Ecolab, 2020).</p>	<p>“L’Oréal por el futuro” (L’Oréal, 2020).</p>	
<p>Objetivos</p>	<p>Objetivos de Impacto 2030</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  WATER </div> <div style="text-align: center;">  ENERGY </div> <div style="text-align: center;">  GREENHOUSE GASES </div> <div style="text-align: center;">  WASTE </div> </div> <p>Agua</p>		<p>Compromisos para el 2030</p> <p>Clima</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para 2025, todos nuestros sitios habrán alcanzado la neutralidad de carbono al mejorar la eficiencia energética y utilizar energía 100% renovable. - Para 2030, innovaremos para que nuestros consumidores reduzcan en un 25% las emisiones de CO2 derivadas del uso de

- Ahorrar a los clientes 1.100 millones de m³ [300 mil millones de galones] de agua cada año, lo que equivale a las necesidades de mil millones de personas
- Restaurar más del 50% de la extracción de agua y lograr la certificación Alliance for Water Stewardship Standard en cuencas hidrográficas de alto riesgo
- Cumplir con un objetivo de impacto de agua positivo del 40% por unidad de producción en toda nuestra empresa

Comida

- Ayudar a los clientes a proporcionar alimentos seguros y de alta calidad a 1.800 millones de personas durante todo un año, previniendo 11 millones de enfermedades transmitidas por los alimentos.

Clima

- Ayudar a los clientes a convertirse en carbono neutral reduciendo las emisiones de gases de efecto invernadero en 4,5 millones de toneladas métricas, previniendo 7,3 millones de enfermedades relacionadas con la contaminación.
- Unirse a la lucha contra el cambio climático ya no es opcional. Ecolab reducirá a la mitad las emisiones de carbono para 2030 y alcanzará emisiones netas de carbono cero para 2050, y alcanzará el 100% de electricidad renovable para 2030.

Alcance 1: Emisiones directas de gases de efecto invernadero de fuentes propiedad o controladas por Ecolab

Alcance 2: Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero de fuentes propiedad o controladas por Ecolab

Alcance 3: Emisiones de gases de efecto invernadero de fuentes que no son propiedad ni están controladas directamente por Ecolab, pero que están relacionadas con nuestras actividades.

Salud

- Ayudar a limpiar 50 mil millones de manos y brindar atención médica segura a 116 millones de personas cada año, reduciendo más de 1.7 millones de infecciones.
- Priorizar la seguridad en todos los lugares en los que trabajamos con el objetivo cero.
- Nuestro objetivo de seguridad es siempre cero incidentes Para el 2030, nuestro objetivo es: Capacitar y educar al 100%

nuestros productos en comparación con 2016, en promedio y por producto terminado.

- Para el 2030, reduciremos en un 50% en promedio y por producto terminado, las emisiones de gases de efecto invernadero vinculadas al transporte de nuestros productos, en comparación con 2016.

- Para el 2030 nuestros proveedores estratégicos reducirán sus emisiones directas (alcances 1 y 2), en un 50% en términos absolutos, respecto a 2016.

Manejo Sustentable del Agua:

- Para el 2030 evaluaremos todas nuestras fórmulas para garantizar que son respetuosas con todos los ecosistemas acuáticos, ya sean continentales o costeros.

- Para 2030, innovaremos para que nuestros consumidores reduzcan en un 25% las emisiones de CO₂ derivadas del uso de nuestros productos en comparación con 2016, en promedio y por producto terminado.

- En 2030, el 100% del agua utilizada en nuestros procesos industriales se reciclará y reutilizará en un ciclo.

En 2030 todos nuestros proveedores estratégicos utilizarán el agua de manera sostenible en las áreas donde operan.

Respeto por la Biodiversidad

- Para el 2030, el 100% de los ingredientes de base biológica para fórmulas y materiales de empaque serán rastreables y provendrán de fuentes sostenibles.

- Para limitar nuestro impacto en los hábitats naturales, nos comprometemos a mantener plana la ocupación total de la tierra vital para el abastecimiento de nuestros ingredientes, en comparación con 2019.

- Para el 2030, el 100% de nuestros sitios industriales y todos nuestros edificios operados tendrán un impacto positivo en la biodiversidad, en comparación con 2019.

Preservación de Recursos Naturales.

- Para el 2030, el 95% de nuestros ingredientes en la fórmula serán de base biológica, derivados de abundantes minerales o de procesos circulares.

- Para 2030, el 100% de los plásticos utilizados en nuestros envases serán de fuentes recicladas o de base biológica (alcanzaremos el 50% para 2025).

- Para 2030, reduciremos en un 20% en intensidad la cantidad de envases utilizados en nuestros productos, en comparación con 2019.

	<p>de nuestros asociados para que trabajen de manera segura el 100% del tiempo.</p> <p>Diversidad e inclusión</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compromiso con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 5 de la ONU: Igualdad de género para mujeres y niñas. - Mantener la equidad salarial de Ecolab en los EE. UU. Y expandirse a nivel mundial. - Incrementar la diversidad de género a nivel gerencial al 35% con el objetivo final de la paridad de género. - Aumentar la diversidad étnica / racial a nivel de gestión al 25%. (Ecolab, 2020) 	<ul style="list-style-type: none"> - Para 2025, el 100% de nuestros envases de plástico serán recargables, reutilizables, reciclables o compostables. Para el 2030, el 100% de los residuos generados en nuestros sitios serán reciclados o reutilizados. (L'Oréal, 2020)
<p>Etica y Conducta</p>	<p>Código de Conducta</p> <p>El Código de conducta de Ecolab es la base de nuestro éxito. Estamos comprometidos a mantener los más altos estándares éticos y legales, independientemente de cuándo y dónde hagamos negocios. Esperamos que todos nuestros empleados tomen buenas decisiones en nombre de Ecolab y hagan su trabajo de manera ética y de conformidad con el Código y las leyes de los países en los que operamos.</p> <p>Nuestro Código de Conducta provee las pautas básicas para ayudarnos a tomar decisiones correctas en nombre de la Compañía, para trabajar éticamente, y para cumplir las políticas de Ecolab y las leyes de los países donde hacemos negocios. Como empleado de Ecolab o empleado de una empresa subsidiaria o una filial de Ecolab, usted tiene la obligación de leer, comprender y cumplir el Código, y se le recomienda que lo consulte cuando tenga alguna inquietud o se enfrente a un dilema ético complicado. También tiene la obligación de conocer y cumplir las políticas y procedimientos de la Compañía, algunos de los cuales se mencionan en el Código. (Ecolab, 2020)</p>	<p>Código de Ética:</p> <p>En el siglo XXI, solo serán sostenibles las empresas que contemplen una ética integrada en su cultura, en su estrategia y en sus prácticas diarias. Aspiramos a ser una de las empresas más ejemplares del mundo.</p> <p>Nuestro programa de ética goza de reconocimiento y nos sitúa entre las empresas más importantes del mundo en este campo. Nuestra cultura ética afianzada constituye uno de los pilares del nuevo L'ORÉAL. Por esta razón, es esencial tener perfectamente definidos nuestros compromisos como negocio, como empresario y como ciudadanos corporativos. Nuestros Principios Éticos (integridad, respeto, valor y transparencia) nos permitirán seguir siendo un grupo que inspira confianza. Todos debemos respetar el Código Ético independientemente del puesto o la labor que desempeñemos, ya seamos un trabajador nuevo, un miembro del Comité de Dirección o, incluso, un miembro del Consejo de Administración. El Código Ético es nuestro documento de referencia. Nos inspira en las decisiones y nos guía en nuestras acciones diarias. (L'Oréal, 2020)</p>

Tabla 4. Estándares, Objetivos y Compromisos RSE de la Industria Química de Transformación.

Fuente: P&G, Unilever, PepsiCo, Ecolab y L'Oréal (2020)

Como se evidenció anteriormente, es mucha la información disponible, y con un gran nivel de detalle, asociada con las acciones que están implementado estas empresas de forma global. Es importante notar que la industria química desde hace ya varios años es muy consciente del impacto causado durante varias décadas en el pasado, y aun cuando son muchas las acciones ya gestionadas y los logros alcanzados, los esfuerzos aún no son suficientes, y se requieren de estrategias de sostenibilidad más fuertes e impactantes. Es por esto que los grandes actores del mercado de la industria química, incluso siendo competidores o llegando a los mismos segmentos de interés, han decidido unir fuerzas para crear programas de sostenibilidad de mayor alcance y envergadura.

De esta forma es que nacen organizaciones como TFS (Together for Sustainability), como una iniciativa conjunta y una red global de 26 compañías, cuyo objetivo principal es alinear un estándar global para el desempeño ambiental, social y de gobernanza de las cadenas de valor de la industria química. El programa TFS se basa en los fundamentos del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y Responsible Care®¹⁶ (TFS, 2020).



A continuación se muestra un listado de las principales compañías que forman parte de TFS, lo que refuerza la idea del gran compromiso que las compañías listadas en el ranking de la industria química tienen con la ética y RSE (TFS, 2020).



¹⁶ Responsible Care® “es la iniciativa de desempeño ambiental, de salud, seguridad y protección de la industria química. Durante más de 30 años, Responsible Care ha ayudado a las empresas miembro del American Chemistry Council (ACC) a mejorar significativamente su desempeño y mejorar la salud y seguridad de sus empleados, las comunidades en las que operan y el medio ambiente en su conjunto”. (Responsible Care, 2020)



Como se mencionó anteriormente, es amplio el espectro de las normas técnicas, certificaciones, indicadores, informes, entre otros, que son empleados para implementar y divulgar programas de ética y RSE. Sin embargo, es importante mencionar otros dos indicadores que se han considerados en los últimos años, y que a pesar de no ser listados en la tabla 2, son de gran importancia, hasta el punto de que el ser convocado a participar, incluidos o nombrados en los rankings publicados, son motivos de orgullo, pues se hacen grandes esfuerzos en términos de acciones de RSE para poder ser parte, o en su defecto es el gran comienzo como prospecto de empresa sustentablemente gestionada.

Índice de Sostenibilidad Dow Jones



El Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI) es un indicador implementado desde 1999 y que ha sido elaborado por la empresa RobecoSAM, y el cual puede entenderse como una variante del índice bursátil de Nueva York Dow Jones, que sin embargo atiende a los aspectos de responsabilidad ambiental en las empresas (National Geographic, 2020).

El análisis de este índice está basado en la interpretación del resultado de más de 600 variables, las cuales dan respuesta a factores ambientales, sociales y de gobernanza, y de esta forma se institucionalizó como el primer índice mundial para

identificar y clasificar a las principales empresas sostenibles. Es así como la empresa RobecoSAM¹⁷ escoge alrededor de 320 compañías y les da una valoración que las califica como las empresas socialmente más responsables de entre las 2.535 empresas más grandes del mundo (National Geographic, 2020).

Dentro ese listado de aproximadamente 320 compañías, RobecoSAM publicó una selección de las 60 empresas que encabezan este listado en el mundo, y en el cual se encuentra algunas de las escogidas para el estudio de este trabajo de investigación.

Industry	SAM Industry Clasification	Leaders
Automobiles & Components	Auto Components	Pirelli & C SpA
	Automobiles	BMW Group
Banks	Banks	Bancolombia SA
Capital Goods	Aerospace & Defense	Leonardo SpA
	Building Products	Owens Corning
	Construction & Engineering	Hyundai Engineering & Construction Co Ltd
	Electrical Components & Equipment	Schneider Electric SE
	Industrial Conglomerates	SK Holdings Co Ltd
	Machinery and Electrical Equipment	CNH Industrial NV
	Trading Companies & Distributors	ITOCHU Corp
Commercial & Professional Services	Commercial Services & Supplies	Waste Management Inc
	Professional Services	Bureau Veritas SA
Consumer Durables & Apparel	Homebuilding	Sekisui House Ltd
	Household Durables	Arcelik AS

¹⁷ RobecoSAM: Es una compañía de inversión internacional con un enfoque en inversiones en sostenibilidad. "La Evaluación de Sostenibilidad Corporativa (CSA) de RobecoSAM es el sistema de clasificación detrás del Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI) y otros índices, que califica el desempeño de sostenibilidad de las empresas en las dimensiones económica, ambiental y social" (Sustainable Purchasing Leadership, 2020)

	Leisure Equipment & Products and Consumer Electronics	LG Electronics Inc
	Textiles, Apparel & Luxury Goods	Moncler SpA
Consumer Services	Casinos & Gaming	Tabcorp Holdings Ltd
	Diversified Consumer Services*	
	Hotels, Resorts & Cruise Lines	Hilton Worldwide Holdings Inc
	Restaurants & Leisure Facilities	Yum China Holdings Inc
Diversified Financials	Diversified Financial Services and Capital Markets	UBS Group AG
Energy	Coal & Consumable Fuels	Banpu PCL
	Energy Equipment & Services	Saipem SpA
	Oil & Gas Refining & Marketing	Thai Oil PCL
	Oil & Gas Storage & Transportation	ONEOK Inc
	Oil & Gas Upstream & Integrated	PTT Public Company Limited
Food & Staples Retailing	Food & Staples Retailing	President Chain Store Corp
Food, Beverage & Tobacco	Beverages	Thai Beverage PCL
	Food Products	Grupo Nutresa SA
	Tobacco	British American Tobacco PLC
Health Care Equipment & Services	Health Care Equipment & Supplies	Abbott Laboratories
	Health Care Providers & Services	Cigna Corp
Household & Personal Products	Household Products	Colgate-Palmolive Co

	Personal Products	The Unilever Group
Insurance	Insurance	Zurich Insurance Group AG
Materials	Aluminum	Hindalco Industries Ltd
	Chemicals	PTT Global Chemical PCL
	Construction Materials	The Siam Cement PCL
	Containers & Packaging	BillerudKorsnas AB
	Metals & Mining	Teck Resources Ltd
	Paper & Forest Products	UPM-Kymmene Oyj
	Steel	Hyundai Steel Co
Media & Entertainment	Interactive Media, Services & Home Entertainment	Z Holdings Corp
	Media, Movies & Entertainment	Telenet Group Holding NV
Pharmaceuticals, Biotechnology & Life Sciences	Biotechnology	Biogen Inc
	Life Sciences Tools & Services	Illumina Inc
	Pharmaceuticals	Roche Holding AG
Real Estate	Real Estate	Dexus
Retailing	Retailing	Marui Group Co Ltd
Semiconductors & Semiconductor Equipment	Semiconductors & Semiconductor Equipment	ASE Technology Holding Co Ltd
Software & Services	IT services	Atos SE
	Software	SAP SE
Technology Hardware & Equipment	Communications Equipment	Cisco Systems Inc

	Computers & Peripherals and Office Electronics	Hewlett Packard Enterprise Co
	Electronic Equipment, Instruments & Components	Delta Electronics Inc
Telecommunication Services	Telecommunication Services	True Corp PCL
Transportation	Airlines	ANA Holdings Inc
	Transportation and Transportation Infrastructure	BTS Group Holdings PCL
Utilities	Electric Utilities	Acciona SA**
	Gas Utilities	Enagas SA
	Multi and Water Utilities	Hera SpA

Tabla 5: Ranking 2020 de las 60 Empresas Líderes a Nivel Mundial En el DJSI.

Fuente: S&P Global, (2020).

Para el reporte del 2020 y en el caso de Colombia, gratamente dos empresas están seleccionadas como líderes en la categoría de Bancos y Productos alimenticios. Se trata de Bancolombia y Nutresa, quienes están mencionadas en el reporte como líderes en sus respectivas categorías, y recientemente se notificó del ingreso de Ecopetrol y Corficolombiana al DJSI (S&P Global, 2020).



Ranking de Gestión Sostenible Wall Street Journal¹⁸

El otro indicador que ha cobrado bastante fuerza es el ranking publicado por el *Wall Street Journal*. Para la versión del 2020, la cual fue oficializada en Octubre del mismo año, los analistas de investigación medioambiental, social y de gobernanza del Wall Street Journal evaluaron a más de 5.500 empresas cotizantes en bolsa para determinar su propia clasificación de las empresas más sosteniblemente gestionadas en el mundo. Para efectos de la evaluación y los criterios tenidos en cuenta en el proceso se consideraron métricas de sostenibilidad, el medio ambiente, el capital humano o trabajadores, aspectos sociales, el modelo de negocio y la innovación. Dentro de la información pública disponible se mencionó el listado del

¹⁸ *The Wall Street Journal*: "Periódico comercial y financiero editado en la ciudad de Nueva York y vendido en todo Estados Unidos. El *Wall Street Journal* fue fundado por Charles H. Dow, de Dow Jones & Company, principalmente para cubrir noticias comerciales y financieras. El primer número se publicó el 8 de julio de 1889". (Britannica, 2020)

top 10 de dicho ranking, donde se mencionaron compañías como: Sony, Philips, Cisco Systems, Merck KGaA, Iberdrola, LG Electronics, Melia Hotels Internationals, HP, George Fischer, Sekisui Chemical. (The Wall Street Journal, 2020)

Compañías como Solvay, una de las cuales fue seleccionada para efectos de estudio de este trabajo de investigación, ocupó el puesto 52 (Solvay, 2020). De las otras compañías seleccionadas no fue posible la consecución de información de si fueron incluidas o la posición que les fue asignada.

De los estándares y directrices globales al entorno real colombiano

Una vez descritos cuáles son los estándares e indicadores considerados por varias de las guías y normativas encargadas de vigilar el cumplimiento de los principios de ética y RSE a nivel mundial, y los principales lineamientos, objetivos, alcances y compromisos corporativos tenidos en cuenta y publicados por varios de los principales actores de la industria química global, es importante hacer un análisis de la situación en Colombia y clarificar cuáles son las acciones y los compromisos de la industria química mediana-pequeña, y si efectivamente hay una preocupación por difundir dichas responsabilidades con los diferentes grupos de interés. En la tabla 6 se muestra una selección de 20 empresas de diferentes segmentos de mercado de la industria química mediana y pequeña (Recubrimientos e industrial, Agro, Petróleo Minería, Cuidado personal y del hogar), además se realizó una búsqueda de información sobre los temas de ética y RSE, con el fin de poder estimar cuál es el estatus de Colombia comparado con los patrones mundiales.

Empresa	Ciudad	Segmento	Descripción de Empresa	Cert. RSE	Política Pública RSE	Acciones RSE	Ética
Durocolor	Bogotá	Recubrimientos / Industrial	“Es una empresa fundada en 1983 con experiencia y tradición en la fabricación y comercialización vinilos, esmaltes, barnices, pinturas hidro-repelentes, revestimientos arquitectónicos, estucos venecianos, rayaplast y productos especializados” (Durocolor, 2020).	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política en la fuente consultada	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada
Pinturas Super	Mosquera	Recubrimientos / Industrial	“Es una empresa colombiana dedicada a la fabricación de pinturas, materia prima para la industria de la pintura, solventes y resinas. Pinturas Super fue creada en 1993” (Pinturas Super, 2020).	Si. Fenalco Solidario	Se menciona de forma general el compromiso con el entorno	No se especifican acciones en concreto, pero se menciona el interés de garantizar que sus procesos tengan un efecto positivo en la comunidad, el medio ambiente y los grupos de interés. (Pinturas Super, 2020)	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada, pero se mencionan valores de honestidad y cumplimiento del entorno legal. (Pinturas Super, 2020)
Pinturas Toner	Bogotá	Recubrimientos / Industrial	“Empresa Colombiana con más de 28 años de experiencia en la fabricación y distribución de pinturas” (Pinturas Toner, 2020).	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política en la fuente consultada	No se especifican acciones en concreto, pero se menciona en valores y misión la generación de empleo del país y el desarrollo sostenible. (Pinturas Toner, 2020).	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada
Preflex	Bogotá	Recubrimientos / Industrial	“Es una empresa fabricante de resinas, adhesivos y recubrimientos para las industrias de pinturas, empaques, madera, textiles y artes gráficas. Dentro de su portafolio cuenta con productos que incluyen resinas para pinturas (base agua y base solvente), adhesivos (base agua, base solvente y de PU), barnices UV, tintas Offset y Flexo,	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política en la fuente consultada	No se especifican acciones en concreto, pero se menciona el compromiso con la sostenibilidad, por lo tanto, buscan preservar el medio ambiente a través del uso, recuperación, reutilización y/o disposición responsable de los materiales que manejados. (Preflex, 2020)	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada, pero se mencionan valores de integridad y respeto. (Preflex, 2020)

			pinturas industriales, pinturas texturizadas, plásticos de laminación y sustratos de impresión a gran formato". Fundada en 1982. (Preflex, 2020)				
Tauroquimica	Bogotá	Recubrimientos / Industrial	Compañía fundada en 1995. Elabora y comercializa productos Químicos para la industria del Cuero, Metal y tratamiento de agua (Tauroquimica, 2020).	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política en la fuente consultada	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada
Chemioil Colombia Services	Cota	Petroleo / Minería	"Chemioil Colombia Services cuenta un amplio portafolio de productos y servicios para el desarrollo de operaciones de Perforación de pozos de petróleo, tratamiento de crudo y aguas residuales, transporte de crudo y productos blancos por oleoductos y poliductos, refinerías, comercialización de equipos, materiales y reactivos para análisis de laboratorio". (Chemioil Colombia, 2020)	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política en la fuente consultada	No reportan acciones específicas, pero se menciona el compromiso con el desarrollo normal de las actividades, evitando impactar de manera negativa el medio ambiente, estando a favor de la protección de la flora y fauna en las zonas de influencia de las operaciones (Chemioil Colombia, 2020).	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada, pero se mencionan valores de honestidad. (Chemioil Colombia, 2020)
Chemical and Services	Bogotá	Petroleo / Minería	Ofrece un portafolio de productos y servicios para el desarrollo de operaciones de Perforación de pozos de petróleo, tratamiento de crudo y aguas residuales.	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política en la fuente consultada	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada
AMG De Colombia	Bogotá	Petróleo / Minería	"Es una organización dedicada a contribuir con la productividad y rentabilidad de las organizaciones a través de la producción, distribución y comercialización de productos destinados a la protección y mantenimiento de equipos e instalaciones productivas de sus clientes" (AMG de Colombia, 2020).	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política en la fuente consultada	No se reportan acciones específicas, pero se menciona: "- El compromiso, respaldo y promoción de acciones ambientalmente seguras, destinando los recursos humanos y económicos necesarios para garantizar la salud y seguridad de los trabajadores, clientes, proveedores y contratistas.	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada, pero se mencionan valores de honestidad y Responsabilidad (AMG de Colombia, 2020).

						<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de actividades basadas en principios, políticas y valores que involucran a los grupos de interés a través de un modelo de gestión social para el mejoramiento de la calidad de vida de los mismos, promoviendo el uso adecuado de los recursos, garantizando mayor eficiencia y eficacia en el desarrollo de los proyectos y programas en beneficio de todos.. - Programa de Gestión Ambiental. Sin detalles - Programa de Gestión integral de residuos. Sin detalles. - Programa de inspecciones SSTA. Sin detalles - Programa de Seguridad y salud en el trabajo. Sin detalles". (AMG de Colombia, 2020) 	
Química Caribe	Tocancipá	Petróleo / Minería	“Es una empresa del Grupo M&P, cuyo objetivo es el diseño, formulación, manufactura y comercialización de aditivos químicos para la industria petrolera, cumpliendo con los más altos estándares de calidad y desempeño” (Chemcar, 2020).	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política en la fuente consultada	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada
Sumilan	Santa Marta	Petróleo / Minería	“Es una empresa Colombiana, fabrica, diseña y comercializa soluciones integrales sostenibles, en los sectores mineros, siderúrgicos, metalmecánicos, industriales y de la construcción” (Sumilan, 2020).	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política RSE en la fuente consultada, pero si está disponible una política integrada de Gestión	“Energía verde: 50% el consumo eléctrico en la planta de Santa Marta es generado por paneles solares. Impulsar el desarrollo sostenible” (Sumilan, 2020).	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada, pero se mencionan valores de Profesionalismo (Ética y Responsabilidad) (Sumilan, 2020).

					(Sumilan, 2020).		
Agrofercol	Bogotá	Agro	“Es una empresa orgullosamente Colombiana, dedicada a la producción y comercialización de fertilizantes y complementarios, con una experiencia de más de veinticinco años en el sector agrícola” (Agrofercol, 2020).	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política RSE, pero se menciona una actividad productora y comercializa insumos agrícolas, regida bajo los principios de responsabilidad social y empresarial (Agrofercol, 2020).	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada, pero se mencionan valores de respeto (Agrofercol, 2020).
Agroser	Bogotá	Agro	“Agroquímicos, Semillas y Equipos de Riego, S.A. (Agroser) es una compañía presente en el sector agrícola colombiano por más de veinte años. Cuenta con un equipo humano altamente capacitado, además de un extenso portafolio de soluciones integrales de protección para los principales cultivos de nuestro país (arroz, café, caña, frutales, maíz, palma, papa, pastos, vegetales, etc.” (Agroser, 2020)	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política en la fuente consultada	No reporta en la fuente consultada, sin embargo se mencionan comportamientos y operatividad en pro de la rentabilidad del sector, su productividad y sustentabilidad (Agroser, 2020).	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada, pero se mencionan valores de respeto y responsabilidad (Agroser, 2020).
Cosmoagro	Cali	Agro	“Es una empresa multinacional andina, la cual participa en el mercado de insumos para la agricultura global desde 1979, produciendo, comercializando y distribuyendo productos específicamente para la nutrición de las plantas y coadyuvantes, que	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política en la fuente consultada	Eventos de entrenamiento y capacitaciones con los cultivadores en Valle, Boyacá, entre otros. Participación en eventos de sostenibilidad y manejo adecuado de suelos. Participación en eventos de producción agropecuaria	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada

			buscan mejorar la productividad de los cultivos". (Cosmoagro, 2020)			sostenible (Cosmoagro, 2020)	
Microfertisa	Bogotá	Agro	"Empresa fundada en 1987 con el fin de ofrecer soluciones integrales que incrementen la productividad, el crecimiento y la agregación de valor al negocio agrícola" (Microfertisa, 2020).	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política RSE en la fuente consultada, pero si está disponible una política integrada de Gestión (Microfertisa, 2020).	No reporta en la fuente consultada, pero se menciona el desarrollo permanentemente de proyectos de innovación y de responsabilidad social empresarial (Microfertisa, 2020).	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada, pero se mencionan valores de respeto y responsabilidad (Microfertisa, 2020).
Laboratorio L'Mar	Cali	Cuidado Personal	"Es una empresa colombiana nacida en 1990, dedicada a la belleza y fabricación productos cosméticos y capilares, corporales de alta calidad. Emplea las mejores y más modernas materias primas para la elaboración de los productos" (L'Mar, 2020).	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política RSE en la fuente consultada, pero si está disponible una política ambiental estructurada y acciones sociales (L'Mar, 2020).	<p>"Aspecto Social"</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apoyo a la Fundación Samaritanos de la Calle de la ciudad de Cali. - Atención integral y resocialización de los habitantes de la calle. - Participación del Club Rotario 20-30 de la ciudad de Cali, que adopta diferentes hogares infantiles. - Colaboramos con los niños de la Fundación Caritas Felices. <p>Aspecto Ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sistemas de aprovechamiento del recurso hídrico. - Plan implementación ahorro de energía. - Biorremediación en procesos de pre-tratamiento - Alianzas con empresas certificadas. - Sistema de pre-tratamiento de aguas residuales. - Implementación de planes de ahorro y uso eficiente de agua. 	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada, pero se mencionan valores de respeto y responsabilidad (L'Mar, 2020).

						<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de jabones biodegradables para el lavado de equipos de planta. - Programas de capacitación ambiental. - Plan de gestión integral de residuo sólidos". (L'Mar, 2020). 	
Laboratorios Lissia	Bogotá	Cuidado Personal y Del Hogar	“Es una empresa colombiana cuyo propósito fundamental es satisfacer las necesidades de los clientes con productos cosméticos y cuidado personal acordes con las tendencias del mercado” (Laboratorios Lissia, 2020).	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política en la fuente consultada, sin embargo, se menciona un sistema de gestión integral que garantiza sostenibilidad de la compañía y las partes interesadas (Laboratorios Lissia, 2020).	No reporta en la fuente consultada,	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada, pero se mencionan valores de respeto, honestidad, responsabilidad (Laboratorios Lissia, 2020).
Laboratorios María Salome	Medellín	Cuidado Personal	Es una empresa dedicada a la fabricación de productos para el cabello	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política en la fuente consultada	No reporta en la fuente consultada, pero se menciona incorporación de productos naturales en formulaciones.	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada.

Pharmaderm	Bogotá	Cuidado Personal	“Empresa dedicada al desarrollo, producción, comercialización y distribución de productos dermatológicos” (Pharmaderm, 2020)	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política RSE en la fuente consultada, sin embargo se menciona una política del sistema integrado de gestión (Pharmaderm, 2020).	Implementación de un sistema integrado de gestión en Seguridad, Salud en el Trabajo y Medio Ambiente. El fortalecimiento en la ejecución de los controles para los peligros y aspectos ambientales identificados. El compromiso ambiental con la búsqueda de herramientas y tecnologías que favorezcan la prevención de la contaminación en nuestras operaciones y procesos (Pharmaderm, 2020).	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada
Beisbol	Palmira	Cuidado Del Hogar	“Empresa dedicada al desarrollo, producción, comercialización y distribución de productos para el cuidado del hogar, Aseo y Desinfección” (Beisbol, 2020)	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política en la fuente consultada	No reporta en la fuente consultada,	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada
Azul K	Bogotá	Cuidado Personal y Del Hogar	“Empresa dedicada al desarrollo, producción, comercialización de productos para el cuidado personal y del hogar” (Azul K, 2020)	No reporta en la fuente consultada	No se evidencia una política en la fuente consultada	No reporta en la fuente consultada, pero se menciona el reconocimiento como una organización socialmente responsable para generar utilidades crecientes y beneficios para accionistas, proveedores, clientes, empleados, usuarios, comunidad y Estado (Azul K, 2020).	No se evidencia una política pública de Ética o conducta en la fuente consultada

Tabla 6. Acciones de Ética y RSE en 20 empresas Colombianas de las Industria química

Fuente: Durocolor, Pinturas Super, Pinturas Toner, Preflex, Tauroquimca, Chemioil Colombia Services, Chemical and Services, AMG De Colombia, Química Caribe, Sumilan, Agrofercol, Agroser, Cosmoagro, Microfertisa, Laboratorio L'Mar, Laboratorios Lissia, Laboratorios Maria Salome, Pharmaderm, Beisbol, Azul K (2020)

Como se puede observar en la tabla anterior, la gran mayoría de las compañías colombianas listadas no tienen una adopción o incorporación de lineamientos de ética y RSE, y solo se comenta muy vagamente que se hacen procesos de forma responsable con el entorno, pero no se mencionan acciones que dejen ver alguna evidencia de dicha implementaciones. Solo unas muy pocas, a pesar de no tener políticas de RSE estructuradas o robustas, si manifiestan y publican acciones y compromisos de carácter social o políticas de gestión ambiental.

Lo anterior nos muestra que a 2020 es muy preocupante la situación del país en la materia, y que cada vez seguimos estando más distantes de los lineamientos que se imponen a nivel global. La gran cantidad de empresas medianas y pequeñas de la industria química que se encuentran atomizadas en los diferentes sub-segmentos de mercado (Farma, Alimentos, Cuidado Personal, Petróleo, Agro, Textil, Aseo del Hogar, Cuero, entre otras), y que se convierten en una gran parte del motor económico del país, no han considerado o por lo menos no han notado la importancia de la implementación y divulgación de las acciones de ética RSE. Es importante mencionar y resaltar que, si bien no hay evidencias al respecto en las fuentes consultadas, existe una posibilidad de que cuenten con algunas implementaciones o acciones, pero que no son dadas a conocer o reportadas públicamente de manera fácil y accesible como lo sugieren los lineamientos y las directrices globales.

Es así como se pueden inferir algunos factores de tipo social, cultural, económico o político que influyen en la falta de adopción de las políticas de ética y RSE por parte de la industria química mediana y pequeña, los cuales se mencionan a continuación:

- **Falta de capacidad, recursos y estructura organizacional.** Al tratarse de empresas de tamaño mucho más reducido en fuerza de trabajo y con estructuras organizacionales en muchos casos no muy claramente definidas, se hace compleja la implementación o institucionalización de áreas de gestión encargadas exclusivamente a temas de RSE y ética. Esto se ve reflejado en la multifuncionalidad de los cargos y el sobrecargo de funciones de otros al interior de las compañías, que desvían la atención hacia los asuntos más demandantes o con sentido de urgencia mayor. Esto trae como consecuencia que solo se mencionen en las fuentes públicas, y de forma muy general y vaga, compromisos con el entorno que se prestan para ambigüedad de la información y discreción del receptor de la información. De esta forma las empresas hacen parecer a los grupos de interés que sí hay una intención de acción, pero no con hechos concretos que enfrenten a las empresas y les generen compromisos mayores.
- **Prioridades y necesidades de los mercados finales y los segmentos poblacionales de acción.** Colombia es un país estratificado económicamente, en el que una arrasadora mayor parte de la población forma parte de los de los estratos medios bajos. Es aquí donde gran parte de estas empresas de la industria mediana y pequeña llegan con sus propuestas de valor, y por lo tanto el énfasis que se hace y las demandas de estos segmentos, suelen ser otras totalmente diferentes a los intereses de la ética y RSE. Las compañías no hacen fuertes campañas para

cambiar esta forma conformista de pensar y por el contrario aplican muy bien la ley del menor esfuerzo, dando únicamente al consumidor lo que ellos apremian, valoran o demandan en el día a día.

- **Falta de presencia de entidades asociadas exclusivamente a la sostenibilidad.** En Colombia son muy pocas las entidades enfocadas en promover exclusivamente las políticas de desarrollo sostenible. Es el caso de la Corporación Fenalco Solidario¹⁹ y La Fundación para la Conservación y el Desarrollo Sostenible²⁰. La primera enfocada en las acciones de cara a la sociedad y la segunda más orientada hacia el enfoque territorial. A pesar de existir una certificación emitida por Fenalco, vemos que aún hay cierto grado de flexibilidad con este tipo de certificaciones, ya que se revisaron algunas empresas mencionadas y certificadas por la entidad en las mismas fuentes de información usadas para las otras empresas del presente trabajo, y la información disponible sobre acciones de Ética y RSE son muy vagamente mencionadas.



- **La herencia generacional y cultural de los eventos pasados. Fraude, Narcotráfico y Corrupción.** Este es un factor que influye directamente en el modo de actuar correctamente y la filosofía de implementar buenas acciones por convicción. Esta dificultad para discernir entre lo bueno o lo malo, lo correcto o incorrecto por parte de las empresas y sus colaboradores, se ha mantenido década tras década y los patrones de comportamientos se han vuelto sensibles, debatiéndose o viéndose definidos por la moral selectiva, tolerancia, flexibilidad y la permisibilidad que como seres humanos nos hemos dado para ciertas acciones y comportamientos.
- **Creencia errónea de la abundancia de los recursos.** Este es un factor clave para que influye en el carácter conductual de las personas principalmente, pero también de las empresas a su vez. Colombia es un país incalculablemente privilegiado por la estratégica posición geográfica en la que se encuentra, la disponibilidad de los recursos naturales y la enorme biodiversidad; nunca nos hemos enfrentado directamente la escasez de recursos, como en otras zonas geográficas, donde

¹⁹ Corporación Fenalco Solidario: “Es una entidad del comercio organizado, trabajamos desde 1990 en promover la Responsabilidad Social y trabaja para que los empresarios y la sociedad, se comprometan a realizar acciones socialmente responsables que contribuyan a la sostenibilidad y la armonía en el planeta”. (Corporación Fenalco Solidario, 2020)

²⁰ La Fundación para la Conservación y el Desarrollo Sostenible (FCDS) “Es una Organización No Gubernamental, constituida legalmente el 27 de mayo de 2011, con el objetivo de promover la gestión integral del territorio a partir de la articulación de procesos de planificación, ordenamiento territorial y desarrollo sectorial, considerando escenarios de cambio y conflictos socio-ambientales”. (FCDS, 2020)

algunas crisis de disponibilidad de recursos ha forzado y motivado la preocupación por el entorno y la forma cómo se hace la utilización de los recursos. Esto ha generado una percepción errónea de que la disponibilidad de dichos recursos es infinita y que la acción que hemos realizado durante años no tiene ninguna incidencia, y por ende no existe un sentido de preocupación o urgencia por la implementación de medidas realmente efectivas e impactantes en torno a la RSE y la sostenibilidad.

- **Concientización de las poblaciones mayoritarias del país.** Este factor está muy ligado al anterior en cuanto a la percepción errónea sobre la infinitud de los recursos. Pensamos que los temas de desarrollo sostenible no nos incumben, o no son responsabilidad nuestra como seres humanos, ciudadanos y consumidores, lo que genera una falta de consciencia en las personas y las empresas por el uso correcto de los recursos y en el actuar correcta y éticamente.
- **Tamaño e infraestructura física de las empresas para la implementación de acciones con efecto perceptible.** Este puede ser un factor que dificulta la incorporación de principios de desarrollo sostenible, principalmente en las acciones que tienen un impacto ambiental. Las empresas medianas y pequeñas de la industria química, por su capacidad y tamaño de producción, cuentan con procesos productivos de menor escala y mucho menos automatizados, es por esto que se dificulta realizar acciones de RSE asociadas con el ambiente como, por ejemplo, control de emisión de gases, reducción de huella de carbono, recirculación y/o reutilización de aguas, entre otras. Adicionalmente, estas formas de contribución con el entorno pueden representar inversiones en infraestructuras costosas que no son percibidas como valor agregado por los consumidores finales de los segmentos a los cuales estas empresas ofrecen sus productos, esto debido a la falta de consciencia de las poblaciones y la necesidad de satisfacción de otro tipo de prioridades más apremiantes.
- **Falta de información y documentación de las poblaciones frente a las tendencias de mercado.** Colombia es un país que culturalmente vive de modas o tendencias que muchas veces se vuelven fugaces. Esto ha ocasionado que los consumidores demanden productos solo por escuchar atributos o características, cuando realmente no se tiene un conocimiento real o profundo del performance o las ventajas de los mismos. Es así como los productos de las empresas medianas y pequeñas se desarrollan con ciclos de vida muy cortos, con el objetivo de satisfacer la demanda momentánea del mercado y sacar el mayor provecho en términos de ventas y rentabilidad. De igual forma esta gran cantidad de tendencias y nuevos productos que se lanzan de una forma acelerada, y algunas veces sin control por parte de entidades regulatorias, desvía la atención de las empresas y los consumidores de las acciones de ética y RSE.

- **Falta de implementación de sistemas regulatorios más rigurosos que actúen en pro de la movilización de las empresas hacia un frente más preventivo y proactivo.** Este es un factor que ha afectado la implementación acciones de RSE en la medida en que las empresas históricamente han estado sujetas a la llegada de las nuevas normatividades o sanciones para tomar acciones de forma reactiva y no preventiva. Si tal vez dichas normatividades, aun cuando no fueran sancionables, se gestionaran y fueran adoptadas por las empresas, serian muchas las acciones que ya se hubiesen implementado y adelantado en pro del desarrollo sostenible y no de las posibles sanciones por incumplimiento.

CONCLUSIONES

Con la elaboración de este trabajo de investigación se identificaron los principales antecedentes, hechos y contextos históricos que han influenciado en la evolución, adopción e institucionalización de los conceptos de ética y RSE en las empresas a nivel mundial y en Colombia. Así mismo se logró concluir que estos han sido temas abordados durante varias décadas, y que la incorporación en el ADN de las compañías ha generado una transformación y evolución de los conceptos, acciones y compromisos en la materia, haciéndolos cada vez más robustos y estructurados.

Se logró detallar cuáles son las principales directrices, normatividades, acciones y compromisos corporativos que ya existen de forma estandarizada en el ámbito de la ética y la RSE, y que han sido implementadas por grandes compañías de carácter global. El conocerlas en un poco más de profundidad, nos permitió inferir que efectivamente en Colombia el camino por recorrer aún es largo y son muchas las aristas que este tema tiene y que deben superarse para lograr un avance efectivo.

De igual forma se logró identificar que en materia de ética y RSE son muchas las acciones y los compromisos que las empresas medianas y pequeñas de la industria química deben realizar en pro del desarrollo sostenible. Se evidenció que muchas compañías utilizan las expresiones de responsabilidad social y sistemas de gestión integral, pero realmente es muy poca la información que se publica en materia de acciones en concreto, efectivas y con resultados cuantificables. Algunas de estas empresas escasamente lo mencionan como parte de la visión o la misión corporativa como una forma de generar una mejor empatía y/o acercamiento a los grupos de interés.

Se logró hacer una aproximación de los principales factores económicos, sociales, culturales y políticos por los cuales se ha dificultado la adopción de lineamientos de ética y responsabilidad social en las cadenas de valor de la industria química mediana en Colombia. Dentro de estos se lograron identificar factores:

Socio-Ambientales: Prioridades y necesidades de los mercados finales y los segmentos poblacionales de acción, creencia errónea de la abundancia de los recursos, y falta de información y documentación de las poblaciones frente a las tendencias de mercado.

Económicos: Falta de capacidad, recursos y estructura organizacional y tamaño e infraestructura física de las empresas para la implementación de acciones con efecto perceptible.

Político-Culturales: La herencia generacional y cultural de los eventos pasados (fraude, narcotráfico y corrupción), falta de presencia de entidades asociadas exclusivamente a la sostenibilidad, y la falta de implementación de sistemas regulatorios más rigurosos que actúen en pro de la movilización de las empresas hacia un frente más preventivo y proactivo.

REFERENCIAS

- Actualícese (2016). Programa de Ética Empresarial: 8 principios fundamentales para su adopción. [En línea]. Recuperado de: <https://actualicese.com/programa-de-etica-empresarial-8-principios-fundamentales-para-su-adopcion/>
- Actualícese (2017). Transparencia en prácticas empresariales y ética empresarial en Colombia presentan índices penosos [en línea]. Recuperado de <https://actualicese.com/transparencia-en-practicas-empresariales-y-etica-empresarial-en-colombia-presentan-indices-penosos/>
- Agrofercol (2020). Quiénes Somos. [En línea]. Recuperado de: <https://www.agrofercol.com/quienes-somos/>
- Agroser (2020). Agroser. [En línea]. Recuperado de: <https://www.agroserag.com/site/>
- American Experience (2020). The Rise of American Consumerism. [En línea]. Recuperado de: <https://www.pbs.org/wgbh/americanexperience/features/tupperware-consumer/>
- AMG de Colombia (2020). Somos AMG. [En línea]. Recuperado de: <http://web.amgdecolumbia.com/>
- AMG de Colombia (2020). Corporativa. [En línea]. Recuperado de: <http://web.amgdecolumbia.com/Corporativa/>
- Azul K (2020). Nosotros. [En línea]. Recuperado de: <https://hogarazulk.com/nosotros/>
- BASF (2020). Our code of conduct. [En línea]. Recuperado de: <https://www.basf.com/global/en/who-we-are/organization/management/code-of-conduct.html>
- Beisbol (2020). Compañía. [En línea]. Recuperado de: <https://beisbol.com.co/compania/>
- BASF (2020). We create chemistry for a sustainable future. [En línea]. Recuperado de: <https://www.basf.com/global/en/who-we-are/sustainability.html>
- BBC (2020). Acerca de la BBC. [En línea]. Recuperado de: https://www.bbc.com/mundo/institucional/2013/03/000000_institucional_movil
- Britannica (2020). The Wall Street Journal - American Newspaper. [En línea]. Recuperado de: <https://www.britannica.com/topic/The-Wall-Street-Journal>

- Cardona, A. (2017). La historia de casi 100 años de la Responsabilidad Social Empresarial. [En línea]. Recuperado de <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/la-responsabilidad-social-empresarial-tiene-un-recorrido-historico-a-nivel-global-2528179>
- Cayetano, I. (2015). Adela Cortina: "Todo lo que sea invertir en RSE es invertir y no despilfarrar". *Diario Responsable*. [En línea]. Recuperado de: <https://diarioresponsable.com/opinion/19216-adela-cortina-fundacion-etnor>
- Chaves, J. (2004). Desarrollo Tecnológico en la primera Revolución Industrial. *Norba. Revista de Historia*, Vol. 17, 93-98. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1158936>
- Chemioil Colombia (2020). Nosotros. [En línea]. Recuperado de <https://www.chemioilcolombia.com/nosotros/>
- Chemcar (2020). Empresa. [En línea]. Recuperado de: <https://www.quimicacaribe.com/>
- Cherrier, H. y Black, I. (2010). Anti-Consumption as part of living a sustainable lifestyle: daily practices, contextual motivations and subjective values. *Journal of Consumer Behaviour*, 9, 437-440. [En Línea]. Recuperado de: https://www.academia.edu/3268641/Anti_consumption_as_part_of_living_a_sustainable_lifestyle_daily_practices_contextual_motivations_and_subjective_values?ssIV=C
- Climent, C. (2017). La extraviada ética colombiana. *El País*. [En Línea]. Recuperado de: <https://www.elpais.com.co/opinion/columnistas/carlos-e-climent/la-extraviada-etica-colombiana.html>
- Coll, F. (2020). Modelo de producción capitalista. [En línea]. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/modo-de-produccion-capitalista.html>
- Cosmoagro (2020). Eventos Cosmoagro. [En línea]. Recuperado de: <https://cosmoagro.com/eventos-cosmoagro/>
- Cosmoagro (2020). Nosotros. [En línea]. Recuperado de: <https://cosmoagro.com/nosotros-2/>
- Corporación Fenalco Solidario (2020). Información Corporativa. [En línea]. Recuperado de: <https://fenalcosolidario.com/informacion-corporativa#quienesSomos>
- Corporate Finance Institute (2020). ¿What is a Stakeholder? [En línea]. Recuperado de: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/stakeholder/>

- Cortina, A. (2010, Junio 4). Ética y responsabilidad social de las empresas en un mundo globalizado. [Archivo de video]. Universidad Diego Portales. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=kl8qLTm-2Sk>
- Costan, F. (2017). Industria Química e Ingeniería de Procesos. [En línea]. Recuperado de: <https://www.eadic.com/industria-quimica-e-ingenieria-de-procesos/>
- DOW (2020). DOW Code of Conduct. [En línea]. Recuperado de: <https://corporate.dow.com/en-us/about/legal/conduct/business.html>
- DOW (2020). Science and Sustainability. [En línea]. Recuperado de: <https://corporate.dow.com/en-us/science-and-sustainability.html>
- DSM (2020). One DSM: Código de Conducta Empresarial. [En línea]. Recuperado de: <https://www.dsm.com/content/dam/dsm/suppliers/en/documents/code-of-business-conduct-es.pdf>
- DSM (2020). Sustainability at DSM. [En línea]. Recuperado de: <https://www.dsm.com/corporate/sustainability.html>
- Duque, Y., Cardona, M. y Rendón J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Universidad del Valle, *Cuadernos de Administración*, 29(50), 197-204.
- Durocolor (2020). Conoce más sobre nosotros. [En línea]. Recuperado de: <https://durocolor.com.co/content/4-nosotros>
- Ecolab (2020). Code of conduct. [En línea]. Recuperado de: <https://www.ecolab.com/pages/code-of-conduct>
- Ecolab (2020). Our 2030 Impact Goals. [En línea]. Recuperado de: <https://www.ecolab.com/sustainability/sustainability-goals-and-performance/2030-impact-goals>
- El Observatorio de la Universidad Colombiana (2019). Beatriz Herrera, nueva rectora, nombrada por Mineducación. U. Autónoma de Colombia. [En línea]. Recuperado de: <https://www.universidad.edu.co/u-autonoma-de-colombia-beatriz-herrera-nueva-rectora-nombrada-por-mineducacion/>
- Etimología (2018). Etimología de Sustentabilidad. [En línea]. Recuperado de: <https://etimologia.com/sustentabilidad/>
- Evonik (2020). Sustainability at Evonik. [En línea]. Recuperado de: <https://corporate.evonik.com/en/responsibility/cr-at-evonik>

Evonik (2020). Governance and Compliance: Code of Conduct. [En línea]. Recuperado de: <https://corporate.evonik.com/en/responsibility/governance-compliance/code-of-conduct>

FCDS (2020). ¿Quiénes Somos? [En línea]. Recuperado de: <https://fcds.org.co/quienes-somos-fcnds/>

Gray, J. (2011). Karl Marx Tenía Razón. [En línea]. Recuperado de: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2011/09/110906_marx_capitalismo

Greenpeace (2020a). Historia. [En línea]. Recuperado de: <https://es.greenpeace.org/es/quienes-somos/historia-de-greenpeace/>

Greenpeace (2020b). Consumismo. [En línea]. Recuperado de: <https://es.greenpeace.org/es/trabajamos-en/consumismo/>

Hernández, R., Cuevas, A., Mendoza, C. y Valencia, S. (2017). *Fundamentos de investigación*. México: McGraw-Hill.

Ley 1778 de 2016 (2016) Guía destinada a poner en marcha programas de cumplimiento para la prevención de las conductas previstas en el artículo 2º de la Ley 1778 de 2016. Febrero 2 de 2016 [En línea]. Recuperado de https://www.supersociedades.gov.co/delegatura_aec/Documents/Circular_Externa_100-000003_del_26_de_julio_de_2016.pdf

Laboratorios Lissia (2020). Compañía. [En línea]. Recuperado de: <https://www.laboratorioslissia.com/compania/>

L'Mar (2020). Nosotros. [En línea]. Recuperado de: <https://www.lmar.com.co/nosotros>

L'Mar (2020). Política Ambiental. [En línea]. Recuperado de: <https://www.lmar.com.co/eco-friendly>

L'Mar (2020). Responsabilidad Social [En línea]. Recuperado de: <https://www.lmar.com.co/responsabilidad-social>

L'Oréal (2020). L'Oréal for the Future, our sustainability commitments for 2030. [En línea]. Recuperado de: <https://www.loreal.com/en/commitments-and-responsibilities/for-the-planet/#:~:text=In%202013%2C%20L'Or%C3%A9al%20decided,tangible%20sustainability%20goals%20towards%202020.&text=In%202019%2C%2085%25%20of%20L,improved%20environmental%20and%20social%20profile>.

- L'Oréal (2020). Ética: nuestra forma de trabajar. [En línea]. Recuperado de: <https://loreal-dam-front-corp-fr-cdn.damdy.com/ressources/afile/130856-c7de3-resource-code-of-ethics-spanish.pdf>
- Luna, N. (2020). ¿Qué es el B2B y B2C en Marketing? [En línea]. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/308985>
- Mejía, J. (2019). Ética empresarial, única solución contra la corrupción. [en línea]. Recuperado de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/capital-inteligente/opinion/etica-empresarial-contra-la-corrupcion>
- Microfertisa (2020). Nuestra Compañía. [En línea]. Recuperado de: <http://www.microfertisa.com.co/index.php?lang=es&opc=2&sel=2>
- Mitsubishi Chemical (2020). Mitsubishi Corporation Code of Conduct [En línea]. Recuperado de: <https://www.mitsubishicorp.com/jp/en/about/philosophy/code.html>
- Mitsubishi Chemical (2020). Sustainability. [En línea]. Recuperado de: <https://www.m-chemical.co.jp/en/csr/index.html>
- Morales, A. (2020). Moral Selectiva. El desafío del ser humano frente a la ética. [En Línea]. Recuperado de: <https://www2.deloitte.com/co/es/pages/finance/articles/moral-selectiva.html>
- Naciones Unidas (2020a). Sustainability. [En línea]. Recuperado de: <https://academicimpact.un.org/content/sustainability#:~:text=In%201987%2C%20the%20United%20Nations,development%20needs%2C%20but%20with%20the>
- Naciones Unidas (2020b). La Organización. [En línea]. Recuperado de: <https://www.un.org/es/about-un/index.html>
- Naciones Unidas (2020c). Qué hacemos. [En línea]. Recuperado de: <https://www.un.org/es/sections/what-we-do/index.html>
- Naciones Unidas (2020d). 17 Objetivos para transformar nuestro mundo. [En línea]. Recuperado de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- Naciones Unidas (2020e). Materiales de Comunicación. [En línea]. Recuperado de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/news/communications-material/>
- National Geographic (2020). ¿Qué es el Índice de Sostenibilidad Dow Jones? [En línea]. Recuperado de: https://www.nationalgeographic.com.es/naturaleza/actualidad/que-es-indice-sostenibilidad-dow-jones_13223

- Nestell & Associates (2020). ERP organizational change success factor: PE portfolio stakeholders. <https://nestellassociates.com/erp-organizational-change-success-factor-pe-portfolio-stakeholders/>
- Nuche, P. (2019). Ecología y Ecologismo... ¿Cuál esCuál? [En línea]. Recuperado de: <https://es.greenpeace.org/es/noticias/ecologia-y-ecologismo-cual-es-cual/>
- Oviedo, D. (2016). Consumerismo y medioambiente hacia las 7R y la ecopaz. *Revista Científica de la UCSA*, 3(2), 78-80. Recuperado de: https://www.academia.edu/30600205/Consumerismo_y_medioambiente_hacia_las_7R_y_la_ecopaz_Consumerism_and_the_environment_towards_the_7Rs_and_the_eco_peace
- PepsiCo (2020). Act with integrity: The PepsiCo Way. [En línea]. Recuperado de: https://www.pepsico.com/docs/album/global-code-of-conduct/pepsico-global-code-of-conduct/english_pepsico_global_code_of_conduct_booklet.pdf?sfvrsn=68014c63_30
- PepsiCo (2020). 2019 Sustainability Report Goals & Progress. [En línea]. Recuperado de: <https://www.pepsico.com/sustainability/goals-and-progress>
- Pharmaderm (2020). Nosotros. [En línea]. Recuperado de: <http://pharmaderm.com.co/nosotros-2/>
- Pharmaderm (2020). Política del Sistema Integrado De Gestión. [En línea]. Recuperado de: <http://pharmaderm.com.co/nosotros-2/>
- Pinturas Super (2020). Nosotros. [En línea]. Recuperado de: <https://www.pinturassuper.com/nosotros/>
- Pinturas Super (2020). Responsabilidad Social Empresarial. [En línea]. Recuperado de: <https://www.pinturassuper.com/responsabilidad-social-empresarial/>
- Pinturas Toner (2020). Nosotros. [En línea]. Recuperado de: <https://www.pinturastonner.com/nosotros/>
- Preflex (2020). Nuestra Empresa [En línea]. Recuperado de: <https://preflex.com.co/nuestra-empresa/>
- Preflex (2020). Medio Ambiente [En línea]. Recuperado de: <https://preflex.com.co/inicio/medio-ambiente-2/>

- P&G (2020). Environmental & Sustainability. [En línea]. Recuperado de: <https://us.pg.com/environmental-sustainability/#society>
- P&G (2020). Policies & Practices. [En línea]. Recuperado de: <https://us.pg.com/policies-and-practices/worldwide-business-conduct-manual/>
- Ramírez, V. (2014). Evolución de las teorías de explotación de recursos naturales: hacia la creación de una nueva ética mundial. [En línea]. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/luaz/n39/n39a17.pdf>
- Responsible Care, (2020). History of Excellence. [En línea]. Recuperado de: <https://responsiblecare.americanchemistry.com/>
- Reyes, C. (2017). Notable deterioro de los indicadores de corrupción de Colombia. [En línea]. Recuperado de: <https://www.urosario.edu.co/Periodico-Nova-Et-Vetera/Actualidad-Rosarista/Notable-deterioro-de-los-indicadores-de-corrupcion/>
- Ross, R. (2015). The Spatial Distribution of Development in Europe and Its Underlying Sustainability Correlations. *Elsevier. Applied Geography*, 63 (2015) 304-305. [En Línea]. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com.ezproxy.eafit.edu.co/science/article/pii/S0143622815001745>
- Solvay (2014). Código de Ética. [En línea]. Recuperado de https://www.solvay.jp/ja/binaries/Code_of_Conductb_2014_SP-147157.pdf
- Solvay (2020). Código de Integridad Empresarial. [En línea]. Recuperado de <https://www.solvay.com/sites/g/files/srpend221/files/2020-02/SP%20-%20Code%20of%20conduct%202019%20A5%20print.pdf>
- Solvay (2020). Solvay Among the world's 100 most sustainably managed companies [En línea]. Recuperado de: <https://www.solvay.com/en/article/solvay-among-100-most-sustainably-managed-companies#:~:text=Wall%20Street%20Journal%20ranks%20Solvay,score%20of%205%2C500%20companies%20surveyed.&text=Solvay%20has%20made%20the%20Wall,5%2C500%20publicly%2Dtraded%20businesses%20surveyed>
- Solvay General Secretary and Communication (2020). Annual Integrated Report. [En línea]. Recuperado de <https://www.solvay.com/en/2019-annual-integrated-report>
- Sumilan (2020). Quiénes Somos. [En línea]. Recuperado de: https://sumilansas.com/wp/?page_id=43
- Sumilan (2020). Conoce la política integrada de gestión de Sumilan S.A.S. [En línea]. Recuperado de: <https://sumilansas.com/wp/wp->

<content/uploads/2020/11/POL%C3%8DTICA-INTEGRADA-DE-GESTI%C3%93N.pdf>

Sustainable Purchasing Leadership (2020). Supplier Sustainability Ratings. [En línea]. Recuperado de: <https://www.sustainablepurchasing.org/rsp-robecosam/>

S&P Global (2020). DJSI Industry Leaders. [En línea]. Recuperado de: <https://www.spglobal.com/esg/csa/csa-resources/industry-leaders-aj19>

S&P Global (2020). Dow Jones Sustainability Index: Review 2020. [En línea]. Recuperado de: <https://infogram.com/csadjsi-review-presentation-2020-1h0r6rpl3npol2e?live>

Tauroquímica (2020). Organización. [En línea]. Recuperado de: <http://tauroquimica.com/quienes-somos/>

TFS (2020). ¿What is TFS? [En línea]. Recuperado de: <https://tfs-initiative.com/>

The Wall Street Journal (2020). These are the world's 10 most sustainably managed companies. [En línea]. Recuperado de: <https://www.wsj.com/articles/these-are-the-worlds-10-most-sustainable-companies-11602624830>

Transparencia por Colombia (2020). Índice de percepción de la corrupción 2019. [En línea]. Recuperado de <https://transparenciacolombia.org.co/wp-content/uploads/4.-americas-1-scaled.jpg>

Transparency International (2020). IPC 2019 Resumen Global. [En línea]. Recuperado de: <https://www.transparency.org/es/news/cpi-2019-global-highlights>

Tullo, A. (2019). C&EN's Global Top 50 Chemical Companies of 2018. *C&EN Magazine*, 97(30). [En Línea]. Recuperado de: <https://cen.acs.org/business/finance/CENs-Global-Top-50-chemical/97/i30>

Unilever (2020). Business Integrity. [En línea]. Recuperado de: <https://www.unilever.com/about/who-we-are/our-values-and-principles/business-integrity/>

Unilever (2020). Sustainable Living. [En línea]. Recuperado de: <https://www.unilever.com/sustainable-living/>

University of Alberta (2020). ¿What is sustainability?. [En línea]. Recuperado de: <https://www.mcgill.ca/sustainability/files/sustainability/what-is-sustainability.pdf>

World Compliance Association (2020). Acerca del Compliance ¿Qué es el Corporate Compliance? [En línea]. Recuperado de: <http://www.worldcomplianceassociation.com/que-es-compliance.php>