# ANUARIO CORRESPONSABLES 2019

## ORGANIZACIONES RESPONSABLES Y SUSTENTABLES

EDICIÓN IBEROAMERICANA

# REFLEXIONES

**CLAUDIA FERNÁNDEZ A.,** Jefe Corporativa de RS y Relaciones Comunitarias de PetroEcuador

"La gestión social debe ser orientada a dirigir, coordinar y controlar el desarrollo de políticas que faciliten la ejecución de programas en armonía con las comunidades de sus áreas de influencia, estableciendo vínculos fundamentados en la corresponsabilidad, confianza, intereses comunes y creación de valor compartido".

**SERGIO RENGIFO,** Director de Capital Social de CECODES-Desarrollo Sostenible

"Es gratificante ver cómo los jóvenes están tomando el liderazgo en Responsabilidad Social en los diferentes espacios del país, sin importar el sector en el que se encuentren: privado, público, social, académico, entre otros".

**FELIPE SEPÚLVEDA,** Fundador y Director Ejecutivo de Carboneutral

"Detener el cambio climático será cada vez más difícil y costoso, y ahí es donde entran los intereses económicos de las empresas. Necesitamos ver la transición hacia una economía baja en carbono como una oportunidad de negocio".

**FRANCISCO RAMÍREZ,** Rector del Sistema UNIVA. Presidente ODUCAL

"Es urgente y necesaria la puesta en acción de estrategias y actividades universitarias que contribuyan a una cultura ecológica y ambiental, ética y sostenible, de tal manera que llegue a convertirse en un sello distintivo".

**WALTER OCAMPO,** Director Ejecutivo de ASOMUÑA (Asociación de Empresarios de Sibaté, Soacha y sur de Bogotá)

"Las asociaciones empresariales somos intermediarias de innovación, con la función de apoyar a las empresas afiliadas en sus procesos de reinventarse. Aunque carecemos de visibilidad, somos impulsoras de la innovación empresarial".

**JORGE VILLALOBOS,** Presidente Ejecutivo del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)

"La RSE en México dirige sus esfuerzos a coadyuvar en el fortalecimiento de una cultura cívica y social, en la que los valores y los principios éticos sean una guía de comportamiento para todos sus integrantes, para que, de manera consciente y comprometida, se enfoquen en la construcción de una sociedad más comprometida y solidaria".

# "SOMOS IMPULSORAS DE LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL"

**WALTER OCAMPO,**
Director Ejecutivo de ASOMUÑA (Asociación de Empresarios de Sibaté, Soacha y sur de Bogotá)

Todos sabemos que el escenario económico y de los negocios en el mundo cambia y es complejo día por día, y es por eso que se hace necesario desarrollar las capacidades de todos los trabajadores para resolver problemas de manera creativa. Las entidades sin ánimo de lucro (ESAL), en nuestro caso, asociaciones empresariales, estamos involucradas en trabajos relacionados con las políticas y comprendemos que las múltiples relaciones que establecemos, las hacemos como agentes que permanentemente interactuamos con otras ONG y entidades públicas, en diversos sistemas de innovación.

Por esto, las asociaciones empresariales somos intermediarias de innovación o innomediarias, con la función de apoyar a las empresas afiliadas en sus procesos de reinventarse. Pero, gracias a la acción local y regional, carecemos de visibilidad como organizaciones que fomentamos la innovación y, está a propósito el nicho para generar estudios que permitan argumentar lo dicho antes, porque somos impulsoras de la innovación empresarial.

Por regla general, la rentabilidad se calcula con información contable que no discrimina entre movimientos de caja (dinero contante y sonante) y contables. Así, la rentabilidad considera tan sólo la visión económica de las organizaciones y deja de lado los propósitos de todos los grupos de interés, que tenemos los propósitos más amplios y elevados, que incluimos no sólo la dimensión económica, sino también la socioambiental, en contrapeso a la visión cerrada de muchos "empresarios" que consideran que no creamos valor económico y social y que tampoco reconocen que generamos y entregamos beneficios que superan las expectativas, aportaciones, esfuerzos, inversiones y pagos realizados por los diferentes grupos de interés. Así capturamos valor, es decir, recibimos retornos o beneficios por haber entregado valor a nuestros *stakeholders*.

Dicho proceso de creación y captura de valor incrementa nuestra competitividad, entendida como la capacidad para lograr servicios y, especialmente, resultados superiores al Estado de resultados integral, a través de la realización de alianzas, agrupamientos, confederaciones, trabajo en red, comisiones sectoriales, gremios, entre otros, que aumentan el valor agregado y en sana lógica, mayores inversiones para la organización que infortunadamente, en muchas ESAL, no están entendiendo que hay que asumirlas. En muchos casos, las ESAL no cuentan con el conocimiento, las capacidades y los activos para la acción y se debe tener una estrategia abierta para relacionarse con agentes externos: consultores, centros tecnológicos, universidades, proveedores, entidades públicas, competidores y clientes.

Al trabajar juntos en este sistema social complejo, creamos nuevos servicios, procedimientos valiosos y útiles que definen nuestra creatividad; y cuando la creatividad de las personas y los equipos se aplican a la realidad empresarial, surge la innovación.

Como el conocimiento necesario para innovar está distribuido, y las innovaciones pueden gestarse tanto dentro como afuera de la organización y pueden incorporarse en cualquier fase del proceso creativo, hablamos de innovación abierta. Así, nos definimos como intermediarios de innovación, capaces de establecer conexiones entre actores del sistema. Conectamos, traducimos y facilitamos los flujos de conocimiento entre nuestros afiliados, los proveedores y los buscadores.

Este efecto de sinergia de las redes de innovación justifica nuestra capacidad para producir efectos positivos para todos los participantes, mucho más allá del resultado económico.

Para que quede claro, las asociaciones empresariales somos ejemplo de organizaciones con funciones institucionales, tanto económicas como sociales. Organizaciones que complementamos y facilitamos la actividad de nuestros afiliados, facilitadores que impulsamos su creación de valor y/o disminución de costos.

Al conectar las necesidades de nuestros afiliados con el conocimiento externo especializado, nos definimos como intermediarios de innovación o *brokers* de conocimiento, porque somos instituciones externas que apoyamos a las empresas en sus actividades y aprovechamos una amplia comunidad de personas para crear y desarrollar nuevas ideas. Como intermediarios, nuestra principal propuesta de valor es cerrar la brecha entre los conocimientos internos y externos, ya que sabemos qué hacer y quién lo puede hacer o bien.

El conocimiento es nuestro recurso estratégico y debe verse como la competencia central por parte de nuestros afiliados. Creo que nos ha faltado ser conscientes de este valor estratégico y, por eso, algunos de nuestros clientes, en su ignorancia supina, no tienen la capacidad de construir sentido o *sensemaking*, es decir, proceso mediante el cual una organización adquiere, interpreta y actúa respecto de la información sobre su entorno.