

# Portafolio

UNA PUBLICACIÓN DE EL TIEMPO CASA EDITORIAL

Edición 51  
Octubre del 2021  
ISSN 2256-425X  
Colombia

13.500 pesos

## ¿La era de los CEOs 'activistas'?

Ocho directivos de las más importantes empresas del país revelan cómo iniciaron este camino, con los aspectos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo en el centro de su gestión.



**Néctor  
Drozco**

DONALD'S

**Mario  
Hernández**

MARIO HERNÁNDEZ

**Marcel  
Regis**

BAVARIA

**Juan C.  
Mora**

BANCOLOMBIA

**Mónica  
Contreras**

TGI

**Camila  
Escobar**

PROCAFECOL

**Felipe  
Bayón**

ECOPETROL

**Carlos E.  
Cavelier**

ALQUERÍA



TEMA CENTRAL

COLOMBIA EN LA COP26

# ¿La era de los CEOs ‘activistas’?

Los líderes empresariales son cada vez más conscientes de la necesidad de administrar las compañías de forma que sus grupos de interés, trabajadores y entorno sean el centro de su estrategia corporativa. En las siguientes páginas, ocho directivos de las más importantes firmas del país revelan, con verdadero espíritu vocacional, cómo han comenzado a seguir este camino, enmarcado bajo los criterios ESG, es decir, que tienen en cuenta aspectos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo para intentar construir una sociedad mejor.

D, IMPUESTO Y RIQUEZA, NO TENDREMOS UN MUNDO MEJOR' •  
ONES DE PROFESIONALES CONSCIENTES, CRÍTICOS Y REFLEXI-  
DE LA HUMANIDAD' • 'EN DONDE ALGUNOS VEN DIFICULTADES  
A LA CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD' • 'SABEMOS QUE  
MUNIDADES PRÓXIMAS' • 'UNA BUENA MANERA DE REDUCIR  
TRATOS' • HE SIDO' • '¿ES POSIBLE GANAR CON  
CTA A FUTURO DE' • '¿CÓMO LOGRAR UN MUNDO DE SOSTENIBI-  
S DE SU DESARROLLO' • '¿CÓMO LOGRAR UN MUNDO DE SOSTENIBI-  
AR EMPLEO, INICIAR' • '¿CÓMO LOGRAR UN MUNDO DE SOSTENIBI-  
GENERACIONES' • '¿CÓMO LOGRAR UN MUNDO DE SOSTENIBI-  
ESTAR DE LA HUMANIDAD' • '¿CÓMO LOGRAR UN MUNDO DE SOSTENIBI-  
' • 'SABEMOS' • '¿CÓMO LOGRAR UN MUNDO DE SOSTENIBI-  
RA DE REDUCIR' • '¿CÓMO LOGRAR UN MUNDO DE SOSTENIBI-  
ICA GANAR CON' • '¿CÓMO LOGRAR UN MUNDO DE SOSTENIBI-  
S DE SOSTENIBI-  
ER EMPRESARIAS  
REMOS UN MUNDO  
ENTES, CRÍTICOS  
ALGUNOS VEN DI-

Por Constanza  
Gómez Guasca  
Periodista  
de Portafolio

# ‘La sostenibilidad debe ser compartida’

## ¿Cómo ha evolucionado la compañía en materia de ahorro de agua?

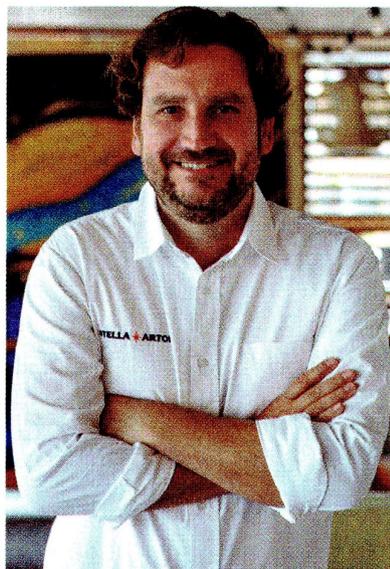
En la última década, Bavaria ha reducido en más del 30% su consumo, en línea con su compromiso con el uso responsable del recurso en sus procesos. Bajo el programa MiPáramo, Bavaria y el Fondo de Agua de la Alianza Bio-cuencia trabajan de la mano de comunidades locales para conservar el páramo de Santurbán. La iniciativa ha vinculado a 1.216 familias campesinas de la región y protegido 6.414 hectáreas, incluyendo la siembra de 268.890 árboles nativos. MiPáramo replicará su metodología en Cundinamarca, en cinco municipios del páramo de Guerrero.

## ¿En qué frentes ve los mayores logros?

La compañía se ha fijado ambiciosas metas de sostenibilidad en seis pilares: agua, agricultura inteligente, consumo responsable, emprendimiento, consumo circular y acción climática. En circularidad, por ejemplo, más del 90% de los envases son retornables y se logra recuperar más del 97% que sale al mercado. Esta logística inversa evita que 1.200.000 de toneladas de vidrio lleguen a rellenos sanitarios. Y para el 2025, la compañía tiene el compromiso de reducir el 25% de las emisiones de carbono generadas en su cadena de valor, y adoptar energías renovables en sus operaciones.

## Marcel Regis

Presidente de Bavaria



© / Cortesía

## Un consejo para que las empresas sigan el camino de la sostenibilidad...

Las que se proyectan a futuro deben interiorizar metas de sostenibilidad. Esa es una responsabilidad compartida para propiciar mejores condiciones para las comunidades, el medio ambiente y el planeta en general. Lo importante es iniciar de acuerdo con las posibilidades de cada uno, identificar alianzas y construir redes de cooperación que apunten al cumplimiento de metas comunes, con resultados medibles. Un buen marco para comenzar son los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que trazan una ruta general adaptable a la naturaleza y propósitos de las diversas organizaciones.

# ‘Somos energía que transforma al país’

## ¿Qué lo motiva a abanderar causas de sostenibilidad?

Este no es un ideal impulsado solamente por el presidente del Grupo Ecopetrol. Todos los trabajadores de la empresa son líderes y promotores de la SosTECnibilidad, un término que adoptamos para referirnos al medio ambiente, lo social y la gobernanza, a los que les sumamos la tecnología como elemento habilitador que está en el corazón de la estrategia. Somos conscientes del compromiso que tenemos especialmente con las nuevas generaciones para lograr una sociedad más equitativa, con mayor acceso a la educación, la salud y las oportunidades de empleo para que los colom-

## Felipe Bayón

Presidente de Ecopetrol



© Cortesía

bianos puedan satisfacer sus necesidades básicas.

## ¿Qué ha sido lo más complejo a la hora de estructurar el plan ambiental en Ecopetrol?

En donde algunos ven dificultades nosotros observamos grandes posibilidades de aportar a la conservación de la biodiversidad. Aparte de los temas de compensación e inversión voluntaria que ejecutamos en todas nuestras zonas operativas, me gustaría citar dos ejemplos en los cuales hemos trabajado con intensidad durante los últimos tiempos. El primero es la red de eco-reservas que estamos desarrollando con el apoyo del Instituto Alexander Von

Humboldt, que arranca con seis, ubicadas en predios de la empresa en el Huila y las regiones del Magdalena Medio y la Orinoquía, sobre una extensión de al menos 15.000 hectáreas, y que tiene como meta conformar 50 espacios similares al año 2030. El otro es la iniciativa nacional ‘Sembrar Nos Une’, en la que hemos aportado 2,8 millones de árboles en lo corrido del 2021, que equivale a un cumplimiento del 68% de la meta establecida por el Grupo Ecopetrol para el 2022.

## ¿Cuál es la aspiración que tiene para la compañía en materia de sostenibilidad?

Seguir siendo la energía que transforma a Colombia.