



noviembre 8, 2021

Reconocimiento a las empresas que apuestan por la inclusión



En el marco del 5º *Market Place Social de la ANDI* se hizo entrega del Sello de Empresa Incluyente, otorgado por la Fundación ANDI, en alianza con la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID y ACDI-VOCA), con el apoyo de Deloitte, a empresas que implementan de manera exitosa prácticas de inclusión de población vulnerable en sus cadenas de valor.

La certificación corresponde a la tercera versión del sello, con el que la Fundación reconoció los productos, servicios o procesos de siete empresas que implementan prácticas de inclusión de población vulnerable y reconciliación en su negocio. Adicionalmente, se recertificaron las iniciativas de tres empresas que anteriormente habían sido galardonadas y que nuevamente lograron demostrar que sus prácticas de inclusión cumplen con altos estándares de calidad.

Según Catalina Martínez, directora de la Fundación ANDI, "Desde la ANDI y su fundación se busca incentivar e inspirar a las empresas a que sean cada vez más conscientes de la necesidad de integrar los temas sociales al negocio, para generar impacto sostenible, al tiempo que se mejora su desempeño económico y su competitividad".

La entrega del sello se realizó en Centro Virtual de Eventos de la ANDI y representa el tercer paso del Movimiento Empresas IN, una iniciativa que quiere inspirar al sector privado a generar transformaciones y dinámicas sociales desde los negocios. El movimiento está compuesto por tres etapas que identifican y reconocen a las organizaciones que han incluido a la población vulnerable en sus cadenas de valor. Estas acciones de buena voluntad son, sobre todo, un ganancia para las empresas y las comunidades.



Para otorgar la certificación a las empresas se tiene en cuenta la sostenibilidad, el impacto, la pertinencia y la replicabilidad de las iniciativas postuladas como criterios estándar en el proceso de evaluación.

Una vez realizada la auditoría, liderada por Deloitte, el sello les es otorgado con una duración de dos años consecutivos de vigencia, tiempo que puede ser extendido por dos años más a través del proceso de recertificación.

Certificación por la categoría Empleo Inclusivo

• **Claro Colombia**, primera empresa de telecomunicaciones en recibir este reconocimiento. Con la Ruta de Inclusión Social y Laboral, la compañía, y su programa de sostenibilidad Claro por Colombia, han logrado la formación, el acompañamiento y la vinculación efectiva de más de 318 personas en condición de vulnerabilidad de origen colombiano (jóvenes, mujeres, madres cabeza de familia y víctimas del conflicto) y venezolano (migrantes, retornados y binacionales) a empleos formales y estables en los roles de call center y tropas en sus empresas aliadas en las ciudades de Bogotá, Barranquilla, Medellín y Soachá. Esta iniciativa ha sido posible gracias a las alianzas establecidas por Claro por Colombia con la Embajada de Canadá, Cuso International con su proyecto SCOPE: Empleos para Construir Futuro, las Agencias de Empleo y Emprendimiento de Compensar y Minuto de Dios y la Universidad Corporativa Claro.

• **Ecopetrol**, comprometido con la diversidad y la inclusión, cuenta con un programa que como parte de su estrategia de crecimiento sostenible promueve una mayor inclusión social, laboral y económica. Trabaja en desarrollo entornos en lo que todas las personas se sientan bienvenidas, valoradas, tratadas con equidad y en los que haya más oportunidades para todos. El programa desarrolla iniciativas en cinco aristas comprendidas por género, discapacidad, etnias, origen y condiciones socioculturales, reconciliación (víctimas, excombatientes y retirados de la fuerza pública) y orientación sexual, todas bajo la sombrilla de la diversidad integral que incluye todas las formas de ser y pensar.

• **Frisby S.A** contribuye con el desarrollo del tejido social y el bienestar de la calidad de vida de sus colaboradores a través de su estrategia de desarrollo humano. A través del programa de Empleo Inclusivo, la empresa fomenta la inclusión laboral de población vulnerable, cualificando sus competencias en la formación para el trabajo, reduciendo la brecha social y proyectando a sus colaboradores para desempeñar cargos de liderazgo en la administración para la operación de sus restaurantes. Actualmente, el programa actúa a través de tres componentes principales: Universidad Frisby para Plan Carrera (que cuenta con la participación de 2369 colaboradores de la compañía que se encuentran en la operación de los restaurantes), procesos para el desarrollo humano y programa de bienestar. Con esta estrategia Frisby ha beneficiado a sus colaboradores en 55 municipios del país.

• La industria manufacturera, y más aún metalmecánica, se ha caracterizado por ser históricamente masculinizado, pero **Tenaris TuboCaribe** decide avanzar y romper estos paradigmas a través de su estrategia de diversidad, inclusión y participación, con la que desde hace cinco años busca promover cambios a nivel organizacional que contribuyan a cerrar brechas de género y, de esta manera, fortalecer la excelencia industrial en sus operaciones. Estas acciones han permitido una mayor participación de las mujeres, ofreciendo empleo de calidad y oportunidades de desarrollo en un ambiente libre de sesgos y con igualdad de oportunidades.

Certificación por la categoría Proveeduría Inclusiva

• **Colcafé** busca mejorar la productividad de la caficultura y la calidad de vida de las comunidades productoras del Suroeste Antioqueño a través de su Central de Beneficio Farallones – CDBF, iniciativa que nació en 2016 como resultado de la alianza entre la empresa y la Cooperativa de Caficultores de Andes y que le permite a los caficultores realizar el beneficio del café usando la infraestructura, tecnología y procesos estandarizados de la Central. Parte del café que es cultivado en la región y que es procesado en la CDBF constituye el 100% de la materia prima de Matiz, marca de café Premium líder de Nutresa. Adicionalmente, Colcafé implementa un programa que busca promover prácticas agronómicas orientadas a incrementar la productividad de fincas cafeteras, y a identificar y controlar los costos de producción. A hoy, el proyecto ha beneficiado a 650 familias.

• Desde hace 10 años, **Empacor** busca garantizar el fortalecimiento de las capacidades técnicas y el talento humano de sus proveedores y así promover el crecimiento de pequeñas Asociaciones de Recicladores como prestadores del servicio público de aseo en el componente de aprovechamiento. Para lograr este objetivo, Empacor se ha enfocado en aplicar cuatro diferentes estrategias con las organizaciones de recicladores que forman parte de su cadena de suministro de fibra reciclada, con las que ha contribuido al fortalecimiento de las asociaciones de recicladores de oficio y pequeñas bodegas de reciclaje como proveedores competitivos, ayudado a mejorar las condiciones de vida de los recuperadores ambientales y garantizado el reconocimiento de los esquemas de trabajo colaborativo entre la población recicladora y la industria transformadora.

• Desde hace más de 13 años, **Grupo Familia** a través de su Fundación definió como foco estratégico apoyar organizaciones de recicladores mediante procesos de fortalecimiento social y económico autosostenibles, para así lograr la inclusión de población vulnerable dentro de su cadena de valor y hacer una apuesta humana, ambiental y económica para contribuir al crecimiento del país. 3.233 recicladores de oficio, pertenecientes a 39 organizaciones, están vinculados a esta iniciativa, quienes han sido beneficiados en aspectos como formalización, permanencia y fortalecimiento organizacional.

Recertificación

• Desde hace 60 años, la **Compañía Nacional de Chocolates** trabaja directamente con asociaciones de pequeños productores de cacao, y los acompaña comercial y técnicamente para mejorar los procesos productivos e incrementar la competitividad de sus cultivos, a la vez que contribuye a mejorar su calidad de vida y la de sus familias. Adicionalmente, la compañía acorta las cadenas de intermediación, obtiene materia de calidad, establece vínculo directo con las comunidades y posiciona la marca.

• **Juan Valdez** ha realizado compras desde hace 2 años a emprendimientos de población vulnerable de diferentes territorios del país. Con este proceso ha creado un vínculo social y comercial con estas personas, generando nuevas oportunidades de ingreso y aportando al mejoramiento de su calidad de vida y la de sus familias. Así mismo ha logrado fortalecer su marca, a través de la visibilización de acciones concretas, posicionándose como referente entre la competencia y generando crecimiento de sus ventas a través de su labor inclusiva.

• **PAVCO** ha brindado durante 18 años oportunidades de empleo de calidad a las poblaciones de Guachenó, Puerto Tejada, Villa Rica y Caloto, en el Departamento del Cauca. Esta apuesta por el desarrollo social y económico de una región que ha sido golpeada por el conflicto armado ha beneficiado a la comunidad y a la empresa.

#Sociales



audífonos con tinta

Un poco de literatura con sabor a tecnología

El Libro Blanco de los Muertos, poeta Álvaro Miranda

[Escuchar »](#)

Lo que no tiene nombre

[Escuchar »](#)

Poema: Adiós Suspendido

[Escuchar »](#)