

Las pautas para crear un plan de RSE en las compañías

AMBIENTE. HACER UN ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA Y CREAR UN CÓDIGO DE CONDUCTA SON ALGUNOS DE LOS PUNTOS A TENER EN CUENTA AL REALIZAR LA ESTRATEGIA



Silvana Amaya
Analista senior Control Risks

“La RSE es una forma de asumir compromisos para generar impactos positivos, promoviendo el bienestar y la diversidad de las comunidades de las que se benefician”.

BOGOTÁ

Declaraciones de principios, buenas prácticas, modelos de triple balance, memoria de sostenibilidad e índices bursátiles, son todos componentes que integran lo que hoy se conoce como la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Un término que está de moda, pero, que no pasará, sino que, por el contrario, cada vez será más demandado y valorado en las compañías.

“Esto tiene que ver con que las empresas socialmente responsables utilizan su posición y sus recursos no solo para lograr resultados, sino que buscan generar un valor adicional desde lo social y ambiental; por ejemplo, retornando beneficios a las comunidades o territorios donde se opera, reduciendo el impacto ambiental y promoviendo el bienestar y la diversidad de los empleados”, explicó Silvana Amaya, analista senior de Control Risks.

Sin embargo, para que esto funcione debe ser política empresarial y, como todo, la RSE tiene un conducto regular.

De manera que si busca implementarla, lo primero que debe de hacer es realizar un análisis del impacto que sus actividades y de-



Fernando Merchán
Director en López & James

“Un plan de RSE es un documento de gestión y evaluación que define el marco y las directrices generales a seguir por una organización en el ámbito social y ambiental”.

Síganos en:



www.larepublica.co
Con más sobre la ley de borón y cuenta nueva que beneficiará a los morosos.

cisiones pueden generar en el entorno en el que operan.

Una vez esto, y según lo propone Fernando Merchán, director de López & James, se debe redactar un código de conducta. Esto implica “definir la filosofía de la organización sobre preservación del medio ambiente y bienestar”.

Como segundo paso, se debe identificar unos objetivos estratégicos alcanzables a corto, mediano y largo plazo que se ajusten a las particularidades de la

EL PASO A PASO PARA CREAR UNA ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

LOS FOCOS DE TRABAJO



LAS HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN

- SELLOS NACIONALES**
- Empresa B Colombia
 - Sello Ambiental Colombiano
 - Fenalco Solidario

- LINEAMIENTOS VOLUNTARIOS**
- ISO 26.000

- SELLOS INTERNACIONALES**
- Rainforest Alliance
 - Fairtrade International
 - SA 8000
 - Global G.A.P.
 - Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

LINEAMIENTOS

- 1 Redactar un código de conducta
- 2 Identificar Objetivos
- 3 Diálogo con Stakeholders
- 4 Seleccionar Indicadores
- 5 Elaborar una Memoria de Sostenibilidad

LAS 15 EMPRESAS MÁS RESPONSABLES EN COLOMBIA DURANTE LA PANDEMIA

ARTURO CALLE



Fuente: Merco / López & James Gráfico: LR-GR



PRINCIPIOS DE RSE NORMA ISO 26000

- 1 Rendición de cuentas
- 2 Transparencia
- 3 Comportamiento ético
- 4 Respeto hacia las partes interesadas
- 5 Legalidad
- 6 Normativa internacional
- 7 Derechos Humanos

Algunas herramientas de medición

Para que una empresa sea socialmente responsable debe estar en constante monitoreo de sus acciones, pero también generando rendición de cuentas. Dentro de las opciones están las certificaciones, como, por ejemplo, lograr ser reconocida como Empresa B. También, acudir a los índices bursátiles de sostenibilidad, que son empresas que cotizan en bolsa de todo el mundo y que acreditan una gestión responsable en materia sostenible. Además, se puede acoger al Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, la cual analiza el ámbito reputacional de las compañías.

organización. “Para elegirlos se debe tener en cuenta su producción, valores, el tipo de clientes, perfil de los trabajadores, entre otros” dijo Merchán.

El siguiente paso será hacer un diálogo con stakeholders (partes interesadas). Esto servirá para tener consciencia del papel influyente que juegan las comunidades. Esto, evaluará cómo esas relaciones afectan a la compañía y viceversa. A partir de ello, se deben buscar soluciones a los pro-

blemas detectados e intentar dar respuesta a las expectativas de los grupos de interés dentro de la estrategia de la organización.

El cuarto paso tiene que ver con seleccionar los indicadores. Merchán explica que este consiste en valorar si las acciones son las adecuadas para cumplir los objetivos a través de encuestas de satisfacción. Pero, aquí también figura uno de los pasos cruciales para que una estrategia de RSE sea efectiva y real, y tiene

que ver con las herramientas de medición y evaluación (ver recuadro). Esto va desde la realización de informes internos que midan el impacto económico, político, social y medioambiental; pero también, aceptar el escrutinio público de las acciones y asumir responsabilidades si estas llegan a ser negativas.

El quinto paso es elaborar una memoria de sostenibilidad que recopile el desempeño ambiental y social de la empresa.

Todo este valor adicional, trae beneficios. Según lo expertos estos serán en lo social ya que contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas y sus familias; en lo ambiental porque se reducen los impactos negativos y en lo económico, porque se mejora la reputación de la empresa y surgen nuevos mercados.

ALLISON GUTIÉRREZ @AllisonMariaG

EDUCACIÓN. MÁS DE 70% SE HAN PODIDO CERTIFICAR

Nutresa y HackU capacitaron a 2.000 tenderos por WhatsApp

BOGOTÁ

La compañía Nutresa y la startup colombiana de educación, HackU, se aliaron para capacitar a más de 2.000 tenderos en todo el país para que puedan alcanzar una mayor competitividad y fortalecer su cadena de valor.

La iniciativa, que hace parte del programa Escuela de Clientes de Nutresa, se realizó por medio de “cápsulas educativas” vía WhatsApp y con el acompañamiento de un coach personal.

“Se necesitaba llevar el programa de capacitaciones de tiendas clientes a la virtualidad, ya que para nosotros ayudar a nuestros clientes a desarrollarse y crecer es una prioridad fundamental”, afirmaron en Escuela de Clientes de Nutresa.

Según la investigadora Tien-da Registrada, las tiendas de barrio representaban 52% del mercado de consumo masivo de Colombia antes de la pandemia.

Fue a esta población a la que se enfocó este programa de ca-

pacitación que, según la empresa, ya ha hecho que los tenderos entrenados hayan aumentado su nivel de ventas en un 10%. Además, más de 70% de las personas que participaron en estos cursos se han podido certificar.

“Los tenderos colombianos tienen un impacto valioso en la sociedad porque pueden fortalecer el tejido social”, aseguró la compañía.

DIEGO STACEY dstacey@larepublica.com.co



Nutresa

La Escuela de Clientes de Nutresa se alió con HackU para facilitar las capacitaciones a las personas que no fueran nativas digitales.