EMPRESAS INCLUYENTES

UNA APUESTA POR LA COMPETITIVIDAD

4a Edición



ANDI | MÁS PAÍS

Fundación ANDI

Movimiento {in}

NOVIEMBRE
2024

FUNDACIÓN ANDI

CATALINA MARTÍNEZ GUZMÁN
DIRECTORA EJECUTIVA

LISETH BELTRÁN PITTA
SUBDIRECTORA

SEBASTIÁN GONZÁLEZ CUELLAR
GERENTE MOVIMIENTO IN

ANDRÉS YEPES CHARRY
LIDER DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

MANUEL SÁNCHEZ
DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

EMPRESAS INCLUYENTES
UNA APUESTA POR LA COMPETITIVIDAD

* Las fotografías en este documento han sido compartidas por algunas empresas y otras hacen parte del banco de imágenes de uso libre www.pexels.com.

Foto de portada de Empacor.

4ª EDICIÓN

BOGOTÁ, COLOMBIA

NOVIEMBRE, 2024

4ª EDICIÓN BOGOTÁ, COLOMBIA 2024



ADVERTENCIA*

El uso del lenguaje que no discrimine ni marque diferencias entre hombres y mujeres es una de las preocupaciones de nuestras organizaciones. Sin embargo, no hay acuerdo entre los lingüistas sobre la manera de hacerlo en nuestro idioma. En tal sentido, con el fin de evitar la sobrecarga gráfica que supondría utilizar en español "o/a" para marcar la existencia de ambos sexos, hemos optado por emplear el masculino genérico clásico, en el entendido de que todas las menciones en tal género representan siempre a hombres y mujeres.

*Tomado de documentos de la Organización Internacional del Trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

CARTA EDITORIAL - - - - - *Pág 1*

1. ***LA DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN EN LA ANDI Y SU FUNDACIÓN.*** - - - - - *Pág 3*

- ¿Qué es la diversidad, la equidad y la inclusión?
- DEI desde el valor compartido
- Estrategia de Competitividad Inclusiva

2. ***MOVIMIENTO DE EMPRESAS IN*** - - - - - *Pág 9*

- Lista de Empresas Inspiradoras
- Sello Empresa Incluyente
- Empresas Certificadas con el Sello Empresa INcluyente

3. ***LISTA DE EMPRESAS INSPIRADORAS 2024*** - - - - - *Pág 19*

4. ***EMPRESAS INCLUYENTES 2024*** - - - - - *Pág 38*

- Empresas Certificadas
- Empresas Recertificadas

5. ***CONCLUSIONES*** - - - - - *Pág 73*

- Prácticas de alta calidad
- Retos

REFERENCIAS - - - - - *Pág 78*

CARTA Editorial

Hace 10 años, la ANDI y su Fundación identificaron la necesidad de visibilizar y consolidar acciones orientadas a contribuir con la construcción de una sociedad más equitativa e incluyente en la que el sector empresarial asuma desde sus modelos de negocio, un rol transformador que incida en la reducción de la pobreza y desigualdad que enfrentan muchas personas y comunidades en Colombia.

Este es el origen de la Estrategia de Competitividad Inclusiva, la cual desde un enfoque de diversidad e inclusión se propone aportar en la construcción de nuevas relaciones entre las empresas y sus grupos de interés, impactando el desarrollo social y económico de territorios y poblaciones históricamente excluidas de las dinámicas de crecimiento económico.

En la actualidad, son muchos los logros que hemos obtenido en el marco de nuestra estrategia, de los cuales destacamos algunos:

1. Hemos diseñado e implementado más de 100 proyectos de desarrollo de proveedores vulnerables, en 20 departamentos, con más de 60 empresas anclao. Esto ha permitido impactar a 4.468 unidades productivas que han aumentado el 10% de sus ingresos, beneficiando así a 16.909 personas.

2. Hemos visibilizado más de 1.600 emprendimientos de poblaciones vulnerables en 263 municipios, los cuales han sido incluidos en 16 ediciones del directorio "Se le tiene" en el cual las empresas pueden encontrar proveedores para diferentes tipos de necesidades operativas.

3. Hemos promocionado acciones y mecanismos para fortalecer y ajustar los procesos de talento humano de 106 empresas para que sean más incluyentes. Esto permite que población vulnerable cuente con mayores oportunidades para ser incluida de manera sostenible en empleos formales.

4. Se ha diseñado e implementado un programa de voluntariado corporativo con enfoque DEI, desarrollando 31 Vamos Colombia en 17 departamentos y 34 municipios con la participación de más de 200 empresas y 7.000 voluntarios. Este voluntariado contribuye a la construcción de confianza entre las empresas y su entorno. Así mismo, es una oportunidad de reconocimiento de la diversidad del país como un factor de competitividad.



Es de resaltar que, como parte de esta estrategia, se creó el **Movimiento IN** en 2018 para inspirar y visibilizar a las empresas que resuelven desafíos sociales como parte integral de sus estrategias de negocio. Desde entonces, 570 empresas han firmado el **Pacto por la Competitividad Inclusiva** como muestra de su compromiso con la inclusión. De este total de compañías, 116 han sido reconocidas en la **Lista de Empresas Inspiradoras** con iniciativas de valor compartido y 21 empresas cuentan con el **Sello Empresa Incluyente**, porque poseen altos estándares de calidad en sus prácticas de diversidad, equidad e inclusión.

En esta cuarta edición de "Empresas Incluyentes: una apuesta por la competitividad", buscamos presentar no sólo los casos de éxito de las 13 empresas certificadas y recertificadas con el **Sello Empresa Incluyente** en el 2024, sino también visibilizar las iniciativas de las compañías que fueron reconocidas en la **Lista de Empresas INspiradoras.**

Esperamos que este documento continúe siendo una fuente de inspiración para que cada vez más empresas actuando desde su visión de negocios, logren generar las grandes transformaciones sociales que Colombia requiere con urgencia.

Una sociedad más equitativa e inclusiva será la oportunidad para construir MÁS PAÍS.

Bruce Mac Master
Presidente ANDI

1 LA DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN (DEI) EN LA ANDI Y SU FUNDACIÓN



FOTO DE ROCKETMANN TEAM: HTTPS://WWW.PEXELS.COM/ES-ES/FOTO/APILAR-PILA-MONTON-DIVERSIDAD-9486931/

Este capítulo presenta los elementos base para la comprensión de los casos empresariales que se reconocen en el documento. Abordaremos un marco conceptual de diversidad, equidad e inclusión. Luego se introducirá la Estrategia de Competitividad Inclusiva y el Movimiento IN, plataforma desde la cual la ANDI y su Fundación identifica casos de éxito de valor compartido y Diversidad, Equidad e Inclusión.



En las últimas décadas, a nivel mundial, pequeñas y grandes empresas tienen en sus agendas el tema de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI), y Colombia no es ajena a esta tendencia, como lo muestra la encuesta de equidad de género de la ANDI (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, 2023) donde el 54,4% de los encuestados manifestaron tener estrategias DEI.

Teniendo en cuenta la importancia que han cobrado estas estrategias, y con el fin de encuadrar el significado de los términos de Diversidad, Equidad e Inclusión, en esta sección, brindaremos algunos elementos que son importantes para su comprensión y apropiación.

Antes de ello, es esencial destacar la correlación que existe entre estos tres conceptos puesto que el éxito de las estrategias DEI radica en la comprensión de esta interdependencia. De nada sirve tener una composición demográfica diversa en las cadenas de valor de las empresas, si no se generan modelos de negocio que, a través de sus políticas, procesos y operaciones, fomenten un ambiente donde las personas se sientan incluidas y, al mismo tiempo, proporcionen un marco que les permita crecer y mejorar su calidad de vida. Entonces, un modelo de negocio diverso es exitoso, cuando el propósito del mismo es la inclusión y la equidad.

1.1 ¿Qué es la diversidad, la equidad y la inclusión?

Poder definir y comprender estos conceptos por separado, ayudará a las empresas a definir rutas de acción claras, desde el reconocimiento de los retos y la mitigación de los riesgos asociados a la implementación de estrategias **DEI.**



Diversidad

Desde la ANDI y su Fundación, la diversidad se entiende como la variedad de individuos únicos que son reconocidos por sus diferencias; como lo son raza, etnia, sexo, orientación sexual, identidad de género, edad, habilidades físicas, estatus socioeconómico, entre otros. La **diversidad** desde el entorno empresarial, implica reconocer y celebrar las diferencias individuales, así como respetarlas y garantizar su participación en el entorno laboral, entendiendo que esto generará para la empresa una mayor competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

La diversidad guarda también un fin último dentro del sector empresarial, relacionado con un cambio en la cultura corporativa por medio del establecimiento de objetivos que permitan reflejar las variadas diferencias que se encuentran en los entornos sociales (Mckinsey & Company, 2022).

Entendiendo que la diversidad está directamente relacionada con la composición demográfica, en este componente es fundamental comprenderla y analizarla según el entorno operativo de cada negocio. Es así como la diversidad tiene un significado basado en el contexto geográfico: mientras que para algunas sociedades la diversidad puede comprender connotaciones raciales o étnicas; para otras (como el caso colombiano) involucran matices adicionales asociados al conflicto, o recientemente al fenómeno migratorio. Para las empresas conocer su entorno a profundidad se configura en una ventaja competitiva, pero a la vez en la oportunidad de aportar a la construcción de una sociedad más equitativa e incluyente.

Inclusión

Para la Fundación ANDI, la **inclusión** es el conjunto de acciones o mecanismos que lleven a las empresas a revisar sus procesos, políticas y hacer ajustes razonables que les permitan habilitar la vinculación de población vulnerable[1] en sus cadenas de valor (como colaboradores, proveedores y/o distribuidores). También puede verse desde la analogía de abrir la puerta y dejar ingresar a aquellos que, por sus condiciones étnicas, etarias, de estatus migratorio, relacionadas con la violencia y situación socioeconómicas, entre otras, no ha podido acceder a las mismas oportunidades que el resto de la población.

Esta definición nos sugiere que la inclusión puede responder a un desafío operacional a la medida de los requerimientos de la empresa y a un desafío social. Es así como la inclusión es la oportunidad para que las empresas construyan un mejor país, en la medida que con estas acciones garanticen mayor movilidad social, eliminen barreras y generen un entorno favorable para la superación de la pobreza y al cierre de brechas de desigualdad.

Equidad

El término de **equidad** se refiere a cómo las empresas garantizan igualdad de oportunidades y condiciones para todos los individuos que ya hacen parte de sus cadenas de valor (colaboradores, proveedores o distribuidores), independientemente de sus diferencias personales o características. Es así como las estrategias de equidad buscan cerrar las brechas de progreso de las personas que por sus condiciones de vida previas a la vinculación como empleados, proveedores o distribuidores (diversidad, pobreza, entre otros), y a pesar de ser incluidas a las dinámicas económicas tradicionales y formales, no logran tener movilidad social (Montenegro & Meléndez, 2014).

La **equidad**, tradicionalmente ha estado relacionada con los temas de género centrándose en las diferencias y conductas que perjudican el crecimiento y desarrollo de la mujer en los ambientes laborales. El trabajo de la Fundación ANDI, da cuenta de que se debe ir más allá de los temas de género y de empleo para abarcar a la población vulnerable y la cadena de valor en su totalidad, de acuerdo a su entorno operacional.

[1] *En la Fundación ANDI, la población vulnerable es un grupo poblacional que por razones geográficas, socioeconómicas o históricas ha estado excluido de las dinámicas de crecimiento económico.*

1.2 DEI desde el valor compartido

La manera como las empresas abordan los temas sociales ha evolucionado en los últimos años con diferentes enfoques. Uno de ellos es el valor compartido, entendido éste como "las políticas y las prácticas operacionales que mejoran la competitividad de una empresa a la vez que ayudan a mejorar las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde opera" (Porter & Kramer, 2011).

La diversidad, la equidad y la inclusión desde el valor compartido, significa comprender que las estrategias DEI permiten a las empresas relacionarse con sus entornos desde el principio gana-gana, es decir, buscando el beneficio tanto para las organizaciones como para la comunidad. Adicionalmente, es importante mencionar que se debe entender no como un discurso, sino como una cultura organizacional que se encuentra asociada con valores puntuales de la empresa.

Para el sector empresarial, contar con estrategias DEI desde este enfoque, implica diversificar sus proveedores, tener una plantilla de colaboradores que refleja la composición de la sociedad y apalancarse en diferentes grupos de la sociedad para distribuir sus productos, calculando el retorno de estas acciones. Desde esta visión, la Fundación ANDI ha diseñado su Estrategia de Competitividad Inclusiva.

1.3 Estrategia de Competitividad Inclusiva

Construir una sociedad más equitativa e incluyente, es un tema de competitividad para las empresas. Es por ello, que las estrategias que busquen este objetivo, deben ser importantes en la agenda empresarial de un país como Colombia. Precisamente, reducir la población en situación de pobreza, puede significar el crecimiento de la economía, la ampliación de mercados y el acceso a mano de obra mejor calificada.

Para lograr esto, la inclusión de las poblaciones que han sido tradicionalmente excluidas de las dinámicas económicas es cada vez más importante y sólo se puede generar por el sector privado y sus mercados. El gobierno o las entidades sin ánimo de lucro dan un soporte con soluciones de corto y mediano plazo, sin embargo, no pueden proveer una forma de subsistencia sostenible. Por todo lo anterior, la ANDI y su Fundación implementan desde el 2014 la estrategia de Competitividad Inclusiva, que consiste en incentivar y acompañar a las empresas a hacer inclusión de estas poblaciones vulnerables en sus negocios a través de tres (3) modalidades:



FOTO DE CELSIA

DESARROLLO DE PROVEEDORES

Fortalecimiento de organizaciones productivas y emprendimientos de poblaciones excluidas de las dinámicas de crecimiento económico (mujeres, grupos étnicos, víctimas del conflicto armado, entre otras) para que sean incluidas en la cadena de valor como proveedoras, a la vez que aumentan sus ingresos.

EMPLEO INCLUSIVO

Eliminación de barreras en los procesos de selección y contratación para que puedan ofrecer empleos de calidad a población vulnerable.

CADENA DE VALOR DIVERSA E INCLUYENTE

Fortalecimiento de proveedores y distribuidores de empresas ancla en conceptos de diversidad, equidad e inclusión para su cadena de valor.

Dentro de la Estrategia de Competitividad Inclusiva, en 2018, la Fundación ANDI lanza el Movimiento de Empresas IN, como una iniciativa que permita visibilizar las mejores prácticas de valor compartido e inclusión en Colombia.

2 MOVIMIENTO EMPRESAS IN



FOTO DE ECOPETROL.

El **Movimiento IN** es una plataforma que reúne a las empresas que están unidas por un propósito: resolver desafíos sociales como parte integral de sus estrategias de negocio. Aquellas empresas convencidas de la importancia de construir entornos sostenibles para ser más competitivos.

¿CÓMO SER UNA EMPRESA IN?





FOTO DE ECOPETROL

CATEGORÍAS DEL MOVIMIENTO IN

PACTO POR LA COMPETITIVIDAD

Es el compromiso simbólico del sector privado de asumir un rol protagónico en la inclusión de poblaciones y territorios tradicionalmente excluidos de las dinámicas de crecimiento económico, entendiendo que una sociedad más equitativa e inclusiva será la oportunidad para crecer y volvernos más competitivos.

LISTA DE EMPRESAS INSPIRADORAS

Busca visibilizar a las empresas que están generando valor económico al tener un impacto positivo en la sociedad. Es decir, empresas con una estrategia competitiva que crea valor tanto para el negocio como para la sociedad (valor compartido).

SELLO EMPRESA INCLUYENTE

Distintivo único en Colombia que certifica altos estándares de calidad en las prácticas de inclusión de las empresas.

2.1 Lista De Empresas Inspiradoras

En el mundo, empresas de vanguardia y líderes innovadores están entendiendo que los grandes problemas sociales son las grandes oportunidades para los negocios. Ser social es rentable cuando lo social hace parte del modelo de negocio. De hecho, las empresas que transforman el mundo desarrollan un propósito trascendental y transformador; entienden que ser líder no se mide únicamente por su participación en el mercado sino también por la capacidad de inspirar a todos sus grupos de interés, alineando su estrategia social con su propósito de negocio.

Es bajo esta premisa que se desarrolla la Lista de Empresas INspiradoras, un listado que busca visibilizar a las empresas que están generando valor económico al tener un impacto positivo en la sociedad. Es decir, **se busca reconocer iniciativas, estrategias o proyectos construidos desde el valor compartido.**

La Lista busca inspirar a las empresas para que sean cada vez más conscientes de la necesidad de integrar en su modelo de negocio las necesidades sociales y así generar un impacto sostenible, al tiempo que se mejora la competitividad. Es por esto que 'Empresas INspiradoras' es un llamado a la acción para llevar otro nivel la discusión sobre los temas sociales desde el sector privado.

Criterios de selección

Los criterios de selección buscan identificar que las iniciativas que se postulen, estén alineadas con la teoría del valor compartido. En ese sentido, las iniciativas son evaluadas desde tres perspectivas:

A) Contribución al impacto social

B) Resultados para el negocio

C) Nivel de inclusión

Para conocer más detalles al respecto, se sugiere revisar el documento **"Guía para una Postulación Efectiva".**

2.2 Sello Empresa Incluyente

El Sello **Empresa INcluyente** ha sido el producto de una investigación constante sobre las certificaciones sociales. Desde 2018, se han referenciado los sellos asociados a la inversión social privada que existen en el país y el mundo para aprender de las mejores experiencias. Sin embargo, se ha encontrado una ausencia de un distintivo que visibilice las acciones de inclusión de distintas modalidades con diferentes poblaciones, y entienda el concepto más allá de la "no discriminación",[2] conectando los desafíos del negocio con los de la sociedad y que al tiempo se consolide como un instrumento de comunicación que llame la atención de los grupos de interés de las empresas. Esta investigación ha permitido la construcción de una metodología de evaluación que se ha venido refinando desde su lanzamiento. A partir de los diferentes instrumentos de recolección de información, se ha logrado identificar los factores de éxito, barreras y beneficios que se encuentran en la implementación de estas estrategias.

Pilares del Sello Empresa INcluyente

La certificación Sello Empresa INcluyente se basa en los siguientes pilares que orientan las acciones de evaluación:

Sostenibilidad: Las acciones de inclusión con población vulnerable deben hacer parte de la estrategia general de la empresa y estar sustentadas en una política o documento formal, que garantice que sea un proceso sostenido en el tiempo.

Impacto: La inclusión de población vulnerable debe generar beneficios directos para la empresa y contribuir a que las personas beneficiadas aumenten sus ingresos.

Pertinencia: Los procesos de inclusión deben ser congruentes con los objetivos del negocio y las necesidades de la población vulnerable incluida en su cadena de valor.

Replicabilidad: Las acciones de inclusión deben ser llevadas a un modelo que permita su implementación en otras áreas de la compañía y que sirva como referencia de buena práctica para el ecosistema de inversión social privada en Colombia.

[2] *Los sellos de inclusión que existen actualmente se refieren a grupos poblacionales particulares o que asocian el tema de la inclusión con la no discriminación. En Colombia, cabe destacar el avance realizado por el Ministerio del Trabajo en asuntos de equidad de género a través de su sello Equipares y el sello de No Discriminación otorgado por el Ministerio del Interior. Adicionalmente, es importante mencionar la creación del Sello Bogotá Incluyente, otorgado por la Alcaldía Mayor de Bogotá, el cual es un distintivo que se otorga a las empresas en dicha ciudad por procesos de empleo inclusivo.*

Categorías del Sello

En línea con la Estrategia de Competitividad Inclusiva, la certificación se otorga en tres categorías, a las empresas que trabajan por:

EMPLEO INCLUSIVO

PROVEEDURÍA INCLUSIVA

DISTRIBUCIÓN INCLUSIVA



FOTO DE TENARIS TUBOCARIBE

¿Cómo participar en el Sello?

Las empresas participantes del sello deben pasar por varias fases que determinan su camino hacia la certificación. Inicialmente, las empresas, en su estado de preparación, deben contar con un proyecto o iniciativa de inclusión con población vulnerable en alguna de las 3 categorías establecidas por la Fundación ANDI (Empleo, Distribución y Proveeduría).

Es importante mencionar que, para iniciar el proceso de certificación de este sello, la Fundación ANDI no realiza una convocatoria abierta, sino que invita a participar a las empresas que hayan sido seleccionadas en la Lista de Empresas INspiradoras y que cumplan los requisitos que más adelante se enuncian.

SELECCIÓN DE EMPRESAS:

Una vez la empresa ha sido reconocida en la Lista de Empresas Inspiradoras del año en curso, deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- La empresa debe contar con un proyecto o iniciativa de inclusión con población vulnerable en alguna de las categorías definidas y mencionadas previamente.
- Las iniciativas deberán haber obtenido una calificación igual o superior al 90% de la máxima valoración, es decir, mínimo deben obtener un puntaje global de 2.7 sobre 3.0.
- Las iniciativas deberán haber obtenido un puntaje de 3.0 en el componente de inclusión.

Si la organización cumple con estos criterios, la Fundación ANDI envía una comunicación formal y confidencial para invitar a participar a la empresa y su proyecto de inclusión por la certificación. Si la empresa acepta, se inicia un proceso de auditoría para verificar los altos estándares de calidad en las prácticas postuladas.

Metodología de Evaluación

La evaluación de las iniciativas se hace con una metodología que toma en cuenta criterios cuantitativos y cualitativos. Por ello, se solicita información que responde a los cuatro pilares mencionados anteriormente: sostenibilidad, pertinencia, resultados positivos y replicabilidad. En cada uno de los momentos, la evaluación se hace con base a ellos.

COMPONENTES DE LA EVALUACIÓN

La metodología de evaluación cuenta con seis componentes los cuales tienen una ponderación distinta de acuerdo con la información que se recolecta en cada uno.

FORMULARIO DE APLICACIÓN (40%)

Cuestionario de postulación dividido en las cuatro dimensiones del Sello el cual es diligenciado por la empresa.

EVALUACIÓN CUALITATIVA RESPUESTAS (15%)

Valoración de las respuestas entregadas en el formulario de aplicación.

EVALUACIÓN DE SOPORTES (10%)

Revisión de los soportes entregados en el formulario.

VISITAS ENTREVISTAS (10%)

Encuentros con los responsables del proyecto para hacer aclaraciones o conocer más sobre la iniciativa.

ENCUESTAS A LOS PARTICIPANTES (15%)

Aplicación de encuestas a los participantes de cada proyecto.

COMITÉ FINAL (10%)

Valoración por parte de expertos a las iniciativas auditadas.

Para las empresas que se someten a la recertificación, se surte el mismo proceso, con instrumentos adaptados para la revisión del fortalecimiento de las iniciativas.

EMPRESAS CERTIFICADAS CON EL SELLO EMPRESA INCLUYENTE

► *SELLO EMPRESA INCLUYENTE* ◄

CATEGORÍA PROVEEDURÍA

- **ALPINA*** *2020 – 2022*
- **CASA LUKER*** *2023*
- **COMPAÑÍA NACIONAL DE CHOCOLATES*** *2018 – 2021 - 2023*
- **EMPACOR*** *2021 - 2023*
- **INGREDION** *2022*
- **PROCAFECOL - JUAN VALDEZ*** *2018 – 2021 - 2023*
- **SELVA NEVADA*** *2020 - 2022*

CATEGORÍA DISTRIBUCIÓN

- **BAVARIA** *2022*

CATEGORÍA **EMPLEO**

- **CELSIA*** *2023*
- **CLARO*** ✪ *2021 - 2023*
- **DAVIVIENDA*** *2023*
- **ECOPETROL*** ✪ *2021 - 2023*
- **FRISBY*** *2021 - 2023*
- **INCOLMOTOS YAMAHA*** *2020 - 2022*
- **MANPOWER GROUP COLOMBIA*** *2023*
- **NALSANI TOTTO*** *2020 - 2022*
- **PAVCO WAVIN*** *2018 – 2021 – 2023*
- **PREBEL*** *2020 - 2022*
- **SEGUREX*** *2023*
- **SODIMAC - HOMECENTER*** *2020 - 2022*
- **TENARIS TUBO CARIBE*** *2021 - 2023*

** Las empresas marcadas con un asterisco se sometieron al proceso de recertificación*

✪ *Empresas que en el proceso de recertificación demostraron que aparte de robustecer sus estrategias de empleo inclusivo, han extendido la cultura de la Diversidad, Equidad e Inclusión en su cadena de valor.*



FOTO DE BRIAN JIZ. HTTPS://WWW.PEXELS.COM/ES-ES/FOTO/CIELO-GRANJA-SOMBRERO-GORRO-9816771/

3

LISTA DE EMPRESAS INSPIRADORAS 2024

En este capítulo, se presentarán los casos que fueron reconocidos en el año 2024, organizados en seis categorías:

a. Estrategias de Diversidad, Equidad e Inclusión

b. Empleo inclusivo

c. Proveeduría inclusiva

d. Distribución inclusiva

e. Estrategias de equidad

f. Productos para la solución de retos sociales

g. Grandes promesas

ESENTTIA

ESENTTIA DIVERSA(O), TALENTO SIN ETIQUETAS

La estrategia Esenttia Diversa(o), Talento sin etiquetas fue lanzada en el año 2021. Esta iniciativa busca integrar la diversidad en toda su cadena de valor, incluyendo colaboradores y proveedores, de acuerdo con 5 dimensiones: género, discapacidad, orientación sexual, etnias y reconciliación. Es así como la empresa impacta diferentes problemáticas de la ciudad de Cartagena: desigualdad, discriminación, desempleo, falta de oportunidades y cierre de brechas en materia de género y de poblaciones históricamente excluidas de las dinámicas de crecimiento económico.

Hasta la fecha, han vinculado a 17 personas de las poblaciones priorizadas, y cerca del 85% de los más de 1000 empleados de sus contratistas in-house provienen de comunidades cercanas a Mamonal. Así mismo, gracias a la estrategia, han logrado un mejor clima laboral y la disminución de la rotación del talento, lo cual optimiza costos de la compañía.

RAMO

EN RAMO HORNEAMOS UN MAÑANA MÁS DIVERSO E INCLUSIVO

Ramo impulsa la equidad de género e inclusión laboral a través de dos programas clave. El Programa Segura ha contratado a 138 mujeres de estratos 1 y 2, ofreciéndoles oportunidades en roles tradicionalmente ocupados por hombres, con formación personalizada en áreas como conducción y logística. El Programa Habilidades Diversas garantiza un entorno accesible para personas con discapacidad, eliminando barreras y promoviendo la no discriminación. Para esto, se crean perfiles de cargo adaptados y se brinda capacitación especializada para su integración laboral. Por medio de este, Ramo ha vinculado a 37 personas con discapacidad auditiva e intelectual.

Con el Programa Segura, Ramo ha obtenido una reducción en los eventos de accidentalidad, generado así una reducción de costos. Así mismo, con el programa Habilidades Diversas ha sensibilizado los equipos para tener un mejor clima laboral.

KONECTA

KONECTA MONTERÍA

KONECTA MONTERÍA es un proyecto de Impact Sourcing enfocado en generar empleo en la región de Córdoba. Su operación se sitúa en el Barrio Furatena, al sur de Montería, donde vive más del 90% de sus colaboradores. El proyecto ha creado más de 1800 empleos formales, brindando además oportunidades de crecimiento profesional y desarrollo de carrera.

Vincula principalmente víctimas del conflicto armado, víctimas de desplazamiento, mujeres cabeza de familia, personas de estratos 1 y 2 y bachilleres. Además, con esta iniciativa ha logrado disminuir la rotación de personal y el ausentismo, en comparación con otras regiones en las que opera.

Konecta

GRANDBAY PAPELES NACIONALES SA

EMPLEO PARA MUJERES CABEZA DE HOGAR

La compañía ofrece empleo a mujeres cabeza de hogar en su planta operativa en Risaralda. Actualmente, cuenta con 99 mujeres de Pereira y Cartago, que aportan a los procesos productivos. La empresa promueve la formalización del empleo, salarios equitativos, y brinda apoyo en capacitación, créditos y subsidios para mejorar las condiciones de estas trabajadoras.

Con esta iniciativa, se contribuye a la disminución de las brechas existentes que enfrentan las mujeres en el mercado laboral en particular en áreas como en la que se encuentra la compañia en Puerto Caldas. Algunos resultados de esta iniciativa, están asociados con la disminución de la accidentalidad y la rotación de personal, logrando así un ahorro en costos para la organización.

GRANDBAY
PAPER & CARE PRODUCTS Corp.

PAPELES NACIONALES S.A.S.

ZONA FRANCA DE BOGOTÁ

SEMILLERO ANALISTA I

El Grupo ZFB ofrece oportunidades laborales a jóvenes entre 18 y 28 años y población víctima del conflicto armado, con o sin experiencia.. El proceso comienza con una capacitación de 3 días sobre régimen franco, y quienes superan el Semillero con más del 70%, quedan a la espera de vacantes. Uno de estos programas se realiza en una zona de conflicto armado, brindando empleos dignos a la población afrodescendiente.

Esta iniciativa busca priorizar el primer empleo de jóvenes, población víctima del conflicto armado del Cauca y afrodescendientes ajustando así sus criterios de vinculación, como por ejemplo la experiencia laboral. A la actualidad, se han formado 246 personas y contratado 142, de los cuales, 115 son jóvenes. Con esta estrategia, la empresa evidencia ahorros en costos de entrenamiento y en procesos de selección.

GRUPO ZFB

ALQUERÍA

VACA MADRINA

El programa busca mejorar la productividad de pequeños productores de leche en el sur del Cesar y hacer la ganadería más inclusiva y sostenible. Para ello, la empresa ha fomentado el uso de biodigestores y capacitado a los productores locales. En 2023, 90 productores participaban en el programa, de los cuales 79 ya tenían biodigestores instalados. Estos dispositivos generan biogás, reduciendo el uso de leña y gas propano, y gestionan eficientemente los residuos orgánicos del ganado.

Los ganaderos que participan en el programa han incrementado su producción en más de un 24%, beneficiando de esa manera a la compañía.

PROCAFECOL SA / JUAN VALDEZ

COMPRAS INCLUSIVAS

Desde 2017, Procafecol integra en su cadena de valor a pequeños emprendimientos conformados por personas en situación de vulnerabilidad, como minorías étnicas y víctimas del conflicto. La empresa compra artículos de marca como velas, totebags y manillas que le generan nuevos ingresos. Así mismo, realiza la compra de agroinsumos para la fabricación de productos en su plan de producción (cacao para la cobertura de chocolate de la torta de café y la naranja para el jugo que se comercializa en sus puntos de venta).

Para la ejecución de este programa, se implementó una Política de Compras Inclusivas desde el 2019, que ofrece beneficios como flexibilidad en la documentación, anticipos de hasta el 50% de la compra, plazos de pago de hasta 30 días, entre otros.

POSTOBÓN

HIT SOCIAL

Hit Social es un programa que ha beneficiado a 1.577 agricultores de 10 departamentos de Colombia, muchos de ellos en condición de vulnerabilidad (minorías étnicas, víctimas del conflicto armado y mujeres rurales), para asegurar un abastecimiento sostenible de fruta para Postobón, al tiempo que mejora las condiciones de vida de los agricultores y sus familias y genera empleo rural.

El programa ofrece una atención integral a los agricultores, realizando, entre otras acciones, capacitaciones a los productores y promoviendo el desarrollo de habilidades técnicas, comerciales y organizacionales para mejorar su prácticas agrícolas, fortalecer la productividad y comercialización. Se destaca que el 69% de la mora que compró Postobón para su producto Hit Mora, la referencia más vendida del portafolio, fue suministrada por agricultores del programa Hit Social.

Postobón

VESTOLIT ORBIA

VINILO EN MOVIMIENTO

Vinilo en Movimiento es un programa para el cierre de ciclo de los materiales en desuso del PVC, el cual busca mejorar la calidad de vida de los recicladores de oficio mediante cuatro líneas de acción: i) donación de equipos y capital de trabajo, ii) entrenamiento técnico y administrativo, iii) acceso a fuentes de generación de ingresos y iv) compra del material reciclado. Además, el scrap de PVC se ha convertido en una nueva línea de productos de la empresa.

La iniciativa ha formalizado y especializado a los recicladores de oficio en dicho material. Vestolit ha desarrollado una estiba fabricada 100% con PVC reciclado, que remplaza a 10 estibas de madera, ahorrando costos asociados a la compra de estibas de madera que requiere para su planta de Cartagena.

vestolit

BIVIEN

TUKUENTAS

Bivien, a través de esta iniciativa, ofrece capital semilla en productos a madres cabeza de hogar en situación de vulnerabilidad socioeconómica. Les permite vender estos productos mediante un catálogo exclusivo con precios competitivos, generando oportunidades de ingresos para mejorar sus condiciones de vida.

La iniciativa ha impactado a más de 50 emprendedoras de los barrios Siloé y Mariano Ramos. Estas mujeres históricamente han estado en medio del conflicto, la pobreza extrema, el tráfico de drogas, entre otras situaciones que los ubica como población vulnerable en Cali y han incrementado el porcentaje de ventas de la compañía.

Bivien

CONSTRUCTORA BOLÍVAR

SEGURIDAD ALIMENTARIA

El Programa Seguridad Alimentaria promueve hábitos saludables entre los trabajadores de construcción y sus familias, mejorando la nutrición en los casinos de las obras. Se enfoca en estandarizar los casinos en containers para mayor eficiencia, mejorar la calidad nutricional de los alimentos y fortalecer la gestión de los operadores. La estrategia incluye asesorías, talleres experienciales y un taller llamado "CHEF POR UN DÍA" dirigido a las familias.

Con la iniciativa se ha contribuido a cerrar la inseguridad alimentaria a más de 9.000 personas que diariamente trabajan en las obras y reducir en un 97% los ausentismos por enfermedades relacionadas con malos hábitos alimenticios.

CONSTRUCTORA
BOLÍVAR

EMTELCO

COMUNIDADES, LA SUMA DE CORAZONES DIVERSOS

Emtelco gestiona la diversidad, equidad e inclusión para promover bienestar, calidad de vida y sentido de pertenencia, a través de distintas comunidades. Estas incluyen: "Escucha amiga" para apoyo emocional, "Amiga date cuenta" para víctimas de violencia de género, "Resiliencia" para quienes enfrentan el duelo, y "Nuevo comienzo" para acompañar reubicaciones laborales. Además, el voluntariado "Unidos por tus sueños" crea rutas de formación para personas vulnerables, y el teletrabajo desde zonas rurales ofrece empleo formal, evitando la migración y el desarraigo.

Tiene impacto a nivel nacional en más de 10 mil colaboradores y son cerca de 2000 personas reciben acompañamiento directo a través de las comunidades. De igual manera, se ha disminuido el índice de rotación, generando así un ahorro a la compañía.

emtelco

EMPACOR

SEGURO LO TENGO

Empacor creó la iniciativa "Seguro lo Tengo", un plan de seguridad social para brindar apoyo económico a recicladores ante incapacidades temporales derivadas de su trabajo. La mayoría de estos trabajadores carecen de EPS y ARL, lo que los deja desprotegidos, y este programa busca cubrir esa necesidad.

Con "Seguro lo tengo", se ha impactado a más de 1.300 recicladores de oficio de los departamentos de Cundinamarca y Antioquia. Para vincularlos a esta estrategia, se han realizado alianzas con 617 Asociaciones de Reciclaje y con la empresa de seguros. En 2021, las organizaciones con este beneficio, vendieron más de 14 millones de kilogramos de materia prima. En 2023, la compra de este material aumentó un 30%.

empacor S.A.

INDUSTRIAS MÉDICAS SAMPEDRO

SOLUTION

Sampedro se especializa en implantes estándar, pero para casos complejos como accidentes, malformaciones, oncología y ortopedia infantil, creó la línea Solution. Esta adapta los implantes estándar a necesidades específicas. Con tecnología avanzada y un sistema de producción flexible, la solución se desarrolla en menos de una semana, ofreciendo una respuesta rápida para los pacientes.

Con esta iniciativa, se da una solución médica a pacientes con lesiones ortopédicas complejas, especialmente de accidentes de tránsito y pacientes de bajos recursos que dependen del sistema de salud pública. Con la creación de esta línea, se han generado nuevos ingresos para la compañía.

sampedro

SISTEMAS DE FIJACIÓN ÓSEA

SURTIGAS

GAS NATURAL PREPAGO

El proyecto de Medición Gas Natural Prepago permite a los clientes residenciales, que en su mayoría son parte de los estratos 1 y 2 y el 60% se encuentra en pobreza monetaria, acceder al servicio según su capacidad de pago. Mediante un medidor recargable, los usuarios pueden realizar recargas prepagadas de gas a partir de 5m³, tantas veces como lo necesiten.

Ha significado la reactivación en el consumo de más de 5.000 usuarios que tenían una cartera castigada, lo que se traduce en nuevos recaudos por comercialización del gas.

Surtigas

MANIFIESTA

HECHO EN COLOMBIA

Manifiesta, Hecho en Colombia, es una empresa social que creó una marca de ropa cuyas prendas cuentan historias de paz y reconciliación, diseñadas y confeccionadas por exguerrilleros de las FARC y víctimas del conflicto armado. El 50% de las utilidades de producción y comercialización se reinvierte en los excombatientes y víctimas vinculados al proyecto, generando un ingreso sostenible para ellos.

Con la iniciativa se proporciona un ingreso seguro y experiencia laboral en diseño y confección, contribuyendo así a ampliar sus oportunidades de vida, ya que el 80% se enfrentan a barreras para la contratación y sólo 20% ha conseguido empleo formal.

MANIFIESTA

HECHO EN COLOMBIA

SOLMEX COLOMBIA

POR UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA

El modelo de negocio de Solmex busca generar más del 50% de empleo formal en aseo, jardinería y mantenimiento para poblaciones vulnerables de estratos 1 y 2, sin requerir competencias técnicas o bachillerato. Han contratado más de 600 personas en situación de vulnerabilidad en los departamentos de Bolívar y Atlántico.

Como parte de la iniciativa, se establece un programa de formación anual que busca fortalecer sus competencias técnicas y humanas que les facilite la vinculación laboral y compromiso con la empresa. Así mismo, Solmex presupuesta en las ofertas a clientes un valor de imprevistos (renuncias voluntarias, ausentismos por causa médica o sin causa justificada). Al mantener a los trabajadores fidelizados con la empresa, se han disminuido las tasas de ausentismo injustificado y por ende, se ve reflejado en ahorros.

SOLMEX

ASEO Y SOSTENIMIENTO INTEGRAL

4

SELLO EMPRESA INCLUYENTE 2024



En este capítulo, se presentan los casos de las empresas que obtuvieron el Sello de Empresa Incluyente en el año 2024 por los altos estándares de calidad en sus prácticas de diversidad, equidad e inclusión. Están organizadas en 2 categorías:



EMPLEO INCLUSIVO



PROVEEDURÍA INCLUSIVA

Se presentarán primero las cinco empresas que obtuvieron este reconocimiento por primera vez y luego, las 8 organizaciones que después de dos años de haber recibido el Sello, este año se recertifican como muestra de su compromiso y progreso en sus prácticas de Diversidad, Equidad e Inclusión.



CASA LUKER
EL SUEÑO DEL CHOCOLATE

PROVEEDURÍA INCLUSIVA

FOTO DE CASA LUKER

CasaLuker es una empresa colombiana con más de 115 años de trayectoria en el país, que cuenta con un portafolio de una amplia oferta de productos de alta calidad en la línea de alimentos - principalmente chocolate - y de aseo. Luker tiene como objetivo transformar el ecosistema del cacao en Colombia y crear valor para todas las partes, incluidos los agricultores, las comunidades, el medio ambiente, clientes y consumidores.

Desde 2018, con "El Sueño de Chocolate" su plan colaborativo, la empresa ha desarrollado proyectos de triple impacto, llevando programas de educación y emprendimiento a las regiones, buenas prácticas agrícolas sostenibles y el respeto de los Derechos Humanos en su cadena. Desde sus programas promueve la equidad de género y la inclusión de jóvenes y mujeres en la cadena. A través de esta estrategia de valor compartido, transforma los territorios cacaoteros mientras fortalecen su modelo de negocio al generar alianzas con diferentes actores de la cadena de valor del chocolate al incluir clientes, ONGs, gobiernos locales, el sector privado, emprendedores e instituciones académicas.

Para lo anterior, Casa Luker estableció metas a largo plazo a 2027: i) Aumentar el ingreso de 1.500 familias productoras de cacao en un 20%; ii.) Mejorar la calidad de vida de 5.000 familias; iii) Garantizar que 100% de cacao tenga evidencia de transferencia de precio, no trabajo infantil ni forzoso en su cadena y cero deforestación; iv) 5.000 hectáreas con medida de protección ambiental y v) Cumplimiento del 90% de los Principios de Empoderamiento de las Mujeres (WEPs).

Específicamente, para las metas que tienen que ver con un crecimiento económico, se han desarrollado dos programas: El Efecto Cacao y Maestro del Cacao. El primero, es una iniciativa que busca fortalecer la cadena productiva del cacao, promover la asociatividad y el emprendimiento, así como impulsar la educación y resiliencia en comunidades cacaocultoras. El segundo, busca reconocer, incentivar y recompensar a los productores y asociaciones que se esfuerzan por cultivar cacao de manera sostenible.

En 2023, la iniciativa alcanzó importantes avances hacia sus metas para 2027. Se aumentaron en un 20% los ingresos de 1.120 familias de las 1.500 familias previstas, y se mejoró la calidad de vida de 3.933 familias cacaocultoras de 5.000. Del 100% de las compras se logró la trazabilidad del 10% el cual equivale a 2.503 familias trazadas. y para 2024 se logró una trazabilidad del doble de familias. además, se protegieron 11.945 hectáreas en zonas cacaocultoras.



FOTO DE CELSIA

CELSIA
La energía que quieres

Celsia es una empresa del Grupo Argos, que genera, trasmite y comercializa energía eficiente de fuentes limpias (agua, sol y viento) con respaldo térmico, a residencias, empresas o proyectos urbanos. Así mismo, presta soluciones tecnológicas y energéticas innovadoras a sus clientes, más allá de la energía convencional.

La empresa hace parte de un sector tradicionalmente masculinizado y que requiere de forma permanente personas capacitadas en conocimientos técnicos que necesita la operación de la organización. Por ello, desde 2021, Celsia ha establecido alianzas con el Sena, Deltec, Inelma y Propacífico para la formación de mujeres y hombres, de escasos recursos, en condición de vulnerabilidad, y con acceso limitado a la educación, en programas de electricidad industrial con el fin de romper techos de cristal y apalancar el desarrollo y el crecimiento económico de Colombia; sobre todo, cerrar brechas de género existentes en el sector con programas de formación y vinculación laboral, en Zarzal, Buga, Palmira y Buenaventura, en el Valle del Cauca.

En las convocatorias pueden participar tanto mujeres y hombres que se encuentran en el entorno operativo de Celsia y las personas seleccionadas cuentan con un apoyo o patrocinio mensual mientras están en su etapa lectiva, facilitando las condiciones de estudio y se disminuye las deserciones del programa.

El Impacto económico estimado para Celsia, se ve reflejado en el ahorro en procesos de selección y entrenamiento en diferentes roles. Desde la creación de la iniciativa, 7 grupos de formación se han llevado a cabo. En ellos, participaron 220 personas y se vinculó el 21% en empresas aliadas y Celsia con lo que se aporta a un entorno más diverso e incluyente en el que las personas tienen las herramientas para su desarrollo laboral.

Para habilitar el entorno, han realizado talleres de sensibilización con personas en roles de liderazgo para evitar la reproducción de estereotipos y sesgos de género en las diferentes áreas de la organización.



DAVIVIENDA
INCLUSIÓN LABORAL "CRESER" EN MALAMBO Y PENSILVANIA

EMPLEO INCLUSIVO

FOTO DE DAVIVIENDA

DAVIVIENDA

Davivienda tiene más de 50 años de trayectoria en el mercado colombiano ofreciendo una amplia gama de servicios financieros a personas, pymes y clientes corporativos. El Banco Davivienda hace parte del Grupo Bolívar, un grupo empresarial con más de 80 años de experiencia enfocado en el sector financiero, seguros y constructor.

Este proyecto de inclusión laboral con la iniciativa "Pensilvania emprende", que buscaba crear oportunidades laborales en este municipio, del departamento de Caldas, al conformar un Call Center en la ruralidad de Colombia. Con ésta, se han brindado oportunidades de empleo digno a mujeres y jóvenes de Pensilvania. Al municipio, junto con esta iniciativa, llegó el Ecosistema Davivienda, que tiene como propósito impulsar la inclusión financiera y el uso del dinero digital. Davivienda replicó el modelo, al implementar un segundo Call Center en el municipio de Malambo, en el Atlántico.

Tanto Pensilvania como Malambo, son municipios con altos índices de vulnerabilidad. Las principales fuentes de ingresos de los hogares provienen de empleos informales, y por esto, jóvenes y mujeres se desplazaban a las grandes ciudades en búsqueda de oportunidades de empleo que les permitan mejorar sus condiciones de vida. Emergia, la Fundación Acesco, las Alcaldías de Pensilvania y de Malambo y Davivienda se unieron en una alianza estratégica para generar opciones de empleo digno e impulsar el desarrollo económico de estas poblaciones.

Como resultado, se han vinculado cerca de 400 personas (la mayoría jóvenes y mujeres), beneficiando a más de 350 personas con empleos formales, el 75% son jóvenes, 77% son mujeres y para el 50% de ellas ha sido su primer empleo. Además, estos dos call center tienen un NPS (satisfacción de llamada) de 86, y genera un ahorro significativo con colaboradores comprometidos y felices con su trabajo. Con este proyecto, todos los aliados aportan a la generación de empleo, al crecimiento económico de estos municipios, al mejoramiento de la calidad de vida de las personas beneficiarias, y a entregar una experiencia cercana a los clientes.



MANPOWERGROUP COLOMBIA

TALENTPOWER [3]

EMPLEO INCLUSIVO

FOTO DE MANPOWER

ManpowerGroup®

ManpowerGroup es una multinacional que presta servicios y soluciones innovadoras de talento humano. En Colombia, lleva 48 años acompañando a miles de compañías con soluciones de atracción, selección, reclutamiento, contratación, evaluación, desarrollo y gestión del talento, mientras también encuentra empleo para millones de personas en una amplia gama de industrias.

Teniendo en cuenta que se trata de una organización con este propósito, la empresa y su Fundación crearon TalentPOWER desde el 2022. Se trata de un programa diseñado para empoderar a los jóvenes participantes del Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes y jóvenes en situación de vulnerabilidad que integran las familias de sus colaboradores o la comunidad, creando para ellos oportunidades laborales. Para participar en el programa, es necesario que los jóvenes tengan entre 17 y 29 años y vivan en estratos 1 y 2. Adicionalmente, es necesario que los jóvenes cuenten con un perfil educable y empleable.

Este programa, además de brindar oportunidades laborales a sus participantes, ofrece assessment, mentoría por parte de colaboradores voluntarios de ManpowerGroup y formación y entrenamiento en habilidades técnicas, sociales, humanas y desarrollo de habilidades específicas como técnica laboral, digitales e informáticas.

Las oportunidades laborales se brindan a través de prácticas con ManpowerGroup, en el marco del programa técnico en asistencia administrativa del Sena, donde pueden aplicar sus conocimientos en un entorno laboral real. En paralelo, los jóvenes realizan cursos diseñados por la empresa para desarrollar habilidades blandas y competencias laborales. Posteriormente, participan como candidatos para otras asignaciones en ManpowerGroup o con sus clientes, manteniendo para ellos el acompañamiento y la mentoría a través de su equipo de empleados voluntarios a quienes entrenan para brindar orientación personalizada desde el primer mes del programa y hasta 6 meses después de finalizada la práctica laboral. Esta práctica permite garantizar que cada joven se sienta respaldado en su búsqueda de una vida mejor.

Desde el inicio del programa, hasta diciembre del 2023, 169 jóvenes han participado en el programa. Después de realizar las prácticas, la empresa y sus clientes han vinculado a 24 de ellos. Cada año que se va ejecutando TalentPOWER, la empresa mide el impacto del programa en los jóvenes por medio del número de jóvenes integrados al mismo, el desarrollo de habilidades en etapa de aprendices, mejora de calidad de vida, satisfacción de las partes y la colocación laboral. De igual forma, se mide la rotación y la retención de los participantes. Como retorno a la empresa, ManpowerGroup identifica el ahorro monetario en dos aspectos: en el pago de la monetización al SENA y en el costo que el equipo de recursos humanos invierte en el reclutamiento y selección del grupo de aprendices SENA.

[3] *También conocido como entrevista de evaluación situacional, es una metodología de selección de personal que se utiliza para evaluar las habilidades y competencias de los candidatos.*



SEGUREX

PROGRAMA DE INCLUSIÓN DE GÉNERO

EMPLEO INCLUSIVO

FOTO DE SEGUREX

SEGUREX LATAM SAS es una empresa del sector metalmecánico que trabaja en la fabricación, distribución y construcción de cerraduras para el control de acceso y seguridad mecánica y electrónica para pequeñas, medianas y grandes empresas. La empresa se fundó en 1.961 y se ha consolidado como la única empresa fabricante de cerraduras 100% colombianas.

A través del programa de inclusión de Genero contribuye al progreso, mejoramiento de las condiciones de vida y formalización laboral de las mujeres del país, en una industria que por tradición ha sido masculinizada.

Desde hace 10 años, la compañía formalizó la política de contratación en la que se prioriza a mujeres entre 18 y 40 años para todos los roles de la organización, no solo en cargos administrativos sino también en cargos de la planta de producción.

Segurex ha identificado que puede contribuir a la reducción de las desigualdades y la igualdad de género a través del trabajo decente y su negocio siga siendo competitivo. Con su programa de inclusión busca generar las mismas condiciones y oportunidades de empleo y ascenso para hombres y mujeres en el sector metalmecánico, al contribuir en la reducción de roles y estereotipos de género, ofrecer oportunidades de vinculación formal a la vida laboral para el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de mujeres y sus familias que en su mayoría son de estratos 1 y 2.

En la actualidad, la planta de producción cuenta con más de 155 trabajadores de los cuales el 45% son mujeres, adicional a esto el 80% de los cargos Gerenciales de Segurex están ocupados por mujeres. Los resultados son tangibles además en la disminución de rotación de personal en un 12%, en la nueva línea de producción de cilindros lanzada en el 2021. Se identifica, además, un ahorro en gastos de reclutamiento y reentrenamiento,



COMPAÑÍA NACIONAL DE CHOCOLATES

ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE E INCLUSIVO DE CACAO

PROVEEDURÍA INCLUSIVA

FOTO DE COMPAÑIA NACIONAL DE CHOCOLATES

Compañía Nacional de Chocolates

La Compañía Nacional de Chocolates (CNCh), parte del Grupo Nutresa, es líder en chocolates y snacks en Colombia desde 1920. Con más de 65 años, su área de Compras y Fomento Agrícola apoya el desarrollo sostenible del sector cacaotero.

Abastecimiento sostenible e inclusivo de cacao, es la iniciativa con la que contribuyen al mejoramiento de las condiciones de vida de los cacaocultores promoviendo el incremento de la productividad, el mejoramiento de la calidad del cacao y la adopción de prácticas agrícolas sostenibles. Es decir, fomenta una cacaocultura equitativa y responsable para todos los actores que intervienen en ella.

La implementación de esta iniciativa ha permitido identificar que una de las maneras para asegurar el abastecimiento de materia prima sostenible y de alta calidad, es por medio de la vinculación directa de los cacaocultores a la cadena de valor de la Compañía.

CNCh fortalece el desarrollo de capacidades mediante asesoría técnica y acompañamiento para la mejora de sus sistemas productivos. Los agricultores reciben capacitación y formación técnica, comercial, ambiental y socio-empresarial. A través de convenios de comercialización a 10 años, la Compañía se compromete a comprar su producción de cacao bajo estándares específicos de la NTC 1252, brindando estabilidad económica y promoviendo el cacao como una alternativa de vida sostenible a largo plazo para las familias productoras.

Algunos de los resultados de la iniciativa se relacionan con el volumen de comercialización proveniente directamente de las organizaciones de agricultores que ha crecido de manera importante. En 2022, por ejemplo, el 44% del total de cacao comprado, CNCh lo obtuvo directamente de estos proveedores, mientras que en 2023, este porcentaje representó el 48%, demostrando que las organizaciones incrementaron su participación comercial con la empresa.

Otro de los resultados destacados es que la empresas en los últimos años ha creado programas de desarrollo de capacidades para grupos poblacionales específicos (mujeres y jóvenes). Es así como, por ejemplo, la empresa ha desarrollado "Atenea, Mujeres que Trascienden", un programa que busca generar transformación a largo plazo en mujeres productoras de cacao a través del desarrollo de capacidades en emprendimiento, empoderamiento femenino y educación financiera para la mujer rural con el fin de impactar positivamente sobre su calidad de vida, la de su familia y la de las comunidades con las que interactúa. La primera promoción de este programa se realizó en el Urabá antioqueño en donde más de 100 mujeres pertenecientes a 6 organizaciones proveedoras de cacao completaron más de 300 horas de formación impulsando una cacaocultora más prospera, diversa, equitativa e incluyente.



EMPACOR
TEJIENDO SOCIEDAD

PROVEEDURÍA INCLUSIVA

FOTO DE EMPACOR

EMPACOR S.A. es una empresa colombiana con 40 años de trayectoria en el mercado, que se dedica a brindar soluciones de empaque fabricado a partir de fibra reciclada para sus clientes. A través de su estrategia busca preservar el medio ambiente a través de la economía circular regenerativa, destacando la importancia de los proveedores de fibra reciclada en la cadena.

Los recicladores de oficio, históricamente marginados, son el centro de esta iniciativa. Desde el área de abastecimiento, creó la estrategia Tejiendo Sociedad, que se enfoca en realizar acciones de valor compartido que aseguren el suministro del 100% de fibras recicladas, mejorando calidad y precio, dignificando así el trabajo de los recicladores y apoyando su formación integral.

Empacor desarrolla su estrategia en diferentes localidades de Bogotá (Bosa, Suba, Puente Aranda, Kennedy, Engativá, Fontibón, Ciudad Bolívar, Barrios Unidos, Usaquén y Antonio Nariño). En 2023 se está expandiendo a Barranquilla e Itagüí. Sus principales líneas de trabajo son:

1. Bienestar: Mejorar el bienestar y calidad de vida de los recicladores mejorando la salud, aumentando la formación de ellos y promoviendo el autocuidado.
2. Erradicación del trabajo infantil: Se enfoca en trabajar activamente en la eliminación del trabajo infantil, y la creación de espacios para el bienestar de la niñez involucrada.
3. Acompañamiento para la formalización: Busca brindar apoyo para el crecimiento y formalización de las asociaciones de recicladores como prestadoras del servicio público.

Entre 2021 y 2023, más de 165 asociaciones y cerca de 400 bodegas se han beneficiado. Además, cerca de 36 mil recicladores de oficio han sido impactados con las actividades que realiza la empresa. Con toda esta estrategia, Empacor se ha beneficiado con la compra de más de 237 mil toneladas de material reciclado. Estos resultados, dan muestra de un constante aumento en el número de proveedores asociados a EMPACOR, lo cual deja más material en EMPACOR y así tener mayor producción de producto.

En los últimos dos años, la estrategia se ha fortalecido, desarrollando de manera más amplia las siguientes actividades que impactan en la productividad de los recicladores de oficio: i) La entrega de bicicargadores para que sean reemplazados las carretillas; ii) La cátedra del buen reciclador, un curso de seis sesiones con el fin de certificar las competencias laborales y iii) "Seguro lo tengo", un plan de seguridad social para brindar apoyo económico a recicladores ante incapacidades temporales derivadas de su trabajo.



FOTO DE MICHAEL BURROWS: HTTPS://WWW.PEXELS.COM/ES-ES/FOTO/NATURALEZA-SOLEADO-ROJO-CAFE-7125434/

PROCAFECOL S.A - JUAN VÁLDEZ

PLATAFORMA DE VALOR COMPARTIDO.

PROVEEDURÍA INCLUSIVA

Procafecol S.A. se fundó en 2002 con el objetivo de visibilizar la labor de los caficultores colombianos y potenciar la comercialización de su café a través de la marca Juan Valdez en diversos canales de mercado: tiendas de café, grandes superficies, canal institucional, domicilios y su portal de comercio electrónico.

En 2017, la compañía inició la construcción de la Plataforma de Valor Compartido, que integra dos iniciativas clave: Plan Amigo Caficultor y Compras Inclusivas. La primera de estas iniciativas incluye los programas Mujeres Cafeteras y Jóvenes Renacer.

Mujeres Cafeteras nació con el propósito de promover el empoderamiento social y económico de las caficultoras a través de la comercialización de su café, incentivando buenas prácticas agrícolas, la asociatividad y el cuidado del medio ambiente, todo ello bajo un enfoque de equidad de género. Por su parte, Jóvenes Renacer tiene como objetivo fortalecer el liderazgo de los jóvenes caficultores colombianos provenientes de diversas zonas del país.

Ambas iniciativas comparten dos componentes fundamentales: comercialización y fortalecimiento. En cuanto a la comercialización, se paga un sobreprecio a los caficultores como participantes de este programa. El componente de fortalecimiento se materializa a través de alianzas estratégicas que acompañan multidimensionalmente a los caficultores en áreas clave.

En cuanto a los resultados obtenidos hasta la fecha, a través del programa Mujeres Cafeteras se ha impactado a más de 1.000 beneficiarias, con la compra de más de 250.000 kg de café verde y cerca de 390 mujeres capacitadas mediante la plataforma de fortalecimiento multidimensional. Por otro lado, el programa Jóvenes Renacer ha beneficiado a más de 100 personas con la compra de aproximadamente 65.000 kg de café verde, y más de 90 jóvenes han recibido formación en liderazgo y gestión.

En los últimos dos años, el programa Mujeres Cafeteras ha ampliado su cobertura, fortaleciendo a caficultoras en los departamentos de Tolima, Valle del Cauca y Antioquia, capacitándolas en temas como buenas prácticas de manufactura en la industria del café, innovación, asociatividad, medio ambiente entre otras. De manera similar, jóvenes del Huila han sido capacitados en áreas como educación financiera, habilidades digitales y liderazgo.

La segunda iniciativa dentro de la Plataforma de Valor Compartido, Compras Inclusivas, nació con el fin de apoyar a emprendedores de comunidades vulnerables mediante la comercialización de sus productos. Desde 2019, la Política de Compras Inclusivas ha mejorado la competitividad, flexibilidad y transparencia en los procesos de adquisición. Entre sus principales beneficios se destacan la reducción de requisitos documentales para los proveedores, el anticipo de pagos de hasta el 50%, y el apoyo y visibilidad a través de la plataforma de comunicación de Juan Valdez.

Gracias a este programa, los productos de fruver adquiridos, como cacao y naranja, han permitido la venta de más de 213.000 porciones de torta de café con cobertura de chocolate, así como cerca de 57.000 unidades de jugo.



CLARO
RUTA DE INCLUSIÓN LABORAL Y SOCIAL

EMPLEO INCLUSIVO

FOTO DE CLARO

Claro es una empresa colombiana de telecomunicaciones que hace parte del grupo mexicano América Móvil. Presta servicio de telefonía fija y móvil, televisión por suscripción, e Internet fijo y móvil. En 2012, Telmex Colombia y Comcel fusionaron sus operaciones bajo la marca Claro, consolidando todos sus servicios de telecomunicaciones.

Claro por Colombia es la estrategia de sostenibilidad de Claro, que tiene como uno de sus pilares la inclusión laboral y social de personas en situación de vulnerabilidad. Su iniciativa principal, la Ruta de Inclusión Laboral y Social, promueve la contratación de personas con barreras de acceso al empleo formal en su red de proveedores y distribuidores. El objetivo es generar empleo formal y mejorar las condiciones de vida de estas poblaciones vulnerables. Desde 2019 con la Ruta se han constituido en una empresa que articula los actores del ecosistema del empleo inclusivo para hacer incidencia sobre grupo de proveedores, y así generar un ambiente positivo para la inclusión en la cadena de valor en Bogotá, Medellín, Rionegro, Barranquilla, Cali, Soacha, Manizales y Riosucio.

A través de la iniciativa, se busca especialmente que víctimas, jóvenes, mujeres, migrantes, retornados, binacionales y grupos étnicos tengan acceso a empleos formales, con condiciones laborales estables, permitiéndoles garantizar una fuente de ingresos sostenible que les permita superar su condición de vulnerabilidad y mejorar su calidad de vida.

Empresa que en el proceso de recertificación demostró que aparte de robustecer su estrategia de empleo inclusivo, ha extendido la cultura de la Diversidad, Equidad e Inclusión en su cadena de valor.

Este proyecto incluye la identificación de vacantes y ajustes en los perfiles, priorizando competencias en ventas sobre estudios técnicos. Involucra la convocatoria, selección, formación y certificación de participantes, además de proporcionar subsidios de transporte, alimentación, vacunación, lentes ópticos, conectividad y bioseguridad. Ofrece acompañamiento psicosocial a los beneficiarios y asesoría jurídica a proveedores y empresas aliadas para temas de contratación.

Entre 2019 y 2023 ha vinculado más de 1.300 personas; y apalancado más de $1.200.000.000 en recursos para la ejecución del proyecto, y el indicador de permanencia laboral es del 60%, indicador que estaba en 50% en 2021. Es decir, el proyecto ha reducido la rotación de empleados, lo que ha disminuido los costos asociados a nuevos procesos de selección y curvas de aprendizaje. Además, ha mejorado la efectividad en atención al cliente y la productividad en ventas, impulsando el cumplimiento de los objetivos del negocio. También ha mitigado riesgos en la cadena de valor y ha reducido los costos en preselección y selección de personal. En 2023 gracias al éxito de la iniciativa uno de los proveedores abrió operación para Claro de telemercadeo en Riosucio, Caldas, vinculando a población indígena y víctimas del conflicto, con una tasa de rotación menor al 2%.

La empresa, en estos dos últimos años, ha ampliado su estrategia de tal manera que se ha incluido población vulnerable no sólo a través de sus proveedores, sino también directamente desde la organización.



ECOPETROL

PROGRAMA DE DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN

EMPLEO INCLUSIVO

FOTO DE ECOPETROL

Ecopetrol fue fundada en 1951, es la principal empresa petrolera de Colombia y una de las más grandes de América Latina. Inicialmente, fue una entidad estatal encargada de administrar los recursos petroleros del país. A lo largo de los años, expandió sus operaciones a la exploración, producción, refinación, y transporte de hidrocarburos, además de diversificar su portafolio hacia energías renovables.

Desde el pilar de generar valor con SosTECnibilidad en su estrategia 2040, la organización propende por armonizar el desarrollo económico, social y ambiental, y como parte de este firme propósito incluye la Estrategia de Riqueza Humana (Diversidad, Equidad, Inclusión y Pertenencia). Esta tiene como objetivo vivir e incorporar la diversidad, la equidad, la inclusión y la pertenencia en la cultura del Grupo Ecopetrol, a través de productos y servicios que permitan el diálogo territorial, ambientes seguros para todas las personas, la generación de alianzas con actores que valoren la riqueza humana, la inclusión social, laboral y económica, así como la creación de entornos en los que todas las personas se sientan valoradas y puedan ser auténtica.

La Estrategia hace parte de la Gerencia de Cultura, Desarrollo y Experiencia de la Vicepresidencia Corporativa de Talento Organizacional y busca apalancar los principios culturales que se relacionan con: "Primero la Vida", "Éticos y Éticas Siempre", "Pasión por la Excelencia", "Escuchamos con Respeto y Hablamos con Claridad", "Somos un Solo Equipo" y "Hacemos Posible lo Imposible". De esta manera, se integra a toda la organización para conectar la energía de todas las personas y cumplir los objetivos que se tiene como compañía y como Grupo Ecopetrol.

★ *Empresa que en el proceso de recertificación demostraró que aparte de robustecer sus estrategias de empleo inclusivo, han extendido la cultura de la Diversidad, Equidad e Inclusión en su cadena de valor.*

La estrategia se desarrolla con los trabajadores, las trabajadoras y grupos de interés del Grupo Ecopetrol desde las siguientes perspectivas: i) Género (mujeres, personas LGBTIQ+, hombres); ii) Étnica (Comunidades afrocolombianas, negras, raizales y palenqueras, pueblos indígenas, pueblo Rrom Gitano); iii) Generaciones (jóvenes y personas adultas mayores); iv) Discapacidad y prácticas de cuidado; v) Reconciliación (víctimas del conflicto, excombatientes y retirados de la FFMM) y vi) Grupos socioculturales (características socioeconómicas, religión, nacionalidad, ideología política, etc.).

A 2023, Ecopetrol ha incrementado la participación de mujeres en puestos de liderazgo del 18% al 31% y del 24% al 33% en el Grupo, mientras que más de 581 empleados tienen discapacidad (6% de la plantilla). Se ha avanzado en la autoidentificación étnica, con un 58,2% de mestizos, 28,3% de blancos y un 3,1% de afrodescendientes. Además, el registro de parejas del mismo sexo ha aumentado de 9 a 40, y hay 7 personas no binarias. El programa ha apoyado a más de 2.300 emprendimientos inclusivos y generado 20.664 empleos para personas con barreras laborales, incluyendo 16.486 mujeres y 1.348 de grupos étnicos.

Ecopetrol ha logrado, en estos años, ampliar su estrategia a sus proveedores y distribuidores, de tal manera que ellos también implementen prácticas de empleo inclusivo. Adicionalmente, ha fortalecido su programa de proveeduría inclusiva, creando un directorio de compras responsables para incorporar emprendimientos productivos diversos (mipymes lideradas o que emplean mayoritariamente población que enfrentan mayores barreras de inclusión laboral) y realizando activaciones comerciales para estos emprendimientos (rondas, mercados y ferias).



FRISBY

UNIVERSIDAD FRISBY, FUENTE DE DESARROLLO DEL COLABORADOR Y PLAN DE CARRERA PARA EL EMPLEO INCLUSIVO.

EMPLEO INCLUSIVO

FOTO DE FRISBY

Frisby es una empresa que inició a finales de los setenta en Pereira y hoy es una de las cadenas de restaurantes más populares e importantes del País. En la actualidad tiene presencia en 60 municipios de Colombia con sus restaurantes, la empresa cuenta con más de 5.500 colaboradores.

A través de la Universidad Frisby, la organización busca fomentar la inclusión laboral de grupos poblacionales vulnerables mediante la cualificación de sus competencias en la formación para el trabajo, apoyando así el cierre de brechas sociales y proyectando a sus colaboradores para que se desempeñen en cargos de liderazgo en la operación de sus restaurantes.

Los objetivos de la compañía, con esta iniciativa, son varios: i) Cumplir el propósito superior de la compañía: "alimentar con amor para contribuir al desarrollo del ser humano y transformar positivamente la sociedad"; ii) Reducir la rotación de personal, fomentar la formación y promoción interna; iii) Cultivar un alto índice de colaboradores comprometidos; iv) Cumplir con el presupuesto anual de ventas y rentabilidad, asegurando al mismo tiempo una excelente experiencia del cliente y la calidad del producto y v) Posicionar la marca como atractiva para el talento, todo ello mientras se garantiza la sostenibilidad y el desarrollo de una consciencia empresarial.

El plan de carrera de la Universidad Frisby, beneficia a 1,398 colaboradores. El 38% de ellos, se encuentran principalmente en restaurantes (91.74%). El 55% son mujeres y el 45% hombres, con una distribución de edades de la siguiente manera: 18 a 30 años (41%). 31 a 40 (35%) y mayores de 41 (24%). Así mismo, para la compañía, la iniciativa ha generado resultados asociados con el índice de rotación. Por ejemplo, en 2023, este cerró en 45.7%, bajando 13.4% con respecto al del año anterior.

En los últimos dos años, la iniciativa se ha fortalecido mediante la alianza con el Sena, con el fin de que los estudiantes que culminan los cursos de la Universidad, puedan recibir capacitaciones en la industria de servicios de alimentos. Así mismo, realizó una alianza con la Universidad Eafit de Medellín, para ofrecer carreras de formación técnica en administración y operación de restaurantes, así como en mantenimiento autónomo de maquinaria industrial.



PAVCO WAVIN
PROGRAMA DE EMPLEO INCLUSIVO.

EMPLEO INCLUSIVO

FOTO DE PAVCO WAVIN

Pavco Wavin es la marca líder en Colombia con más de 60 años de experiencia en soluciones para la conducción de agua potable, alcantarillado, manejo de aguas lluvias, tecnologías para rehabilitación de tuberías y proyectos de infraestructura sostenible con geosintéticos. Cuenta con centros de distribución en las principales ciudades del país y plantas de producción en Bogotá, Guachené (Cauca) y Soledad (Atlántico), que vinculan laboralmente a más de 1.200 personas. La empresa hace parte del grupo Orbia Building & Infrastructure - B&I, marca mundial en el suministro de sistemas y soluciones de tuberías plásticas.

El programa de empleo inclusivo se desarrolla, principalmente, en el municipio de Guachené en el Departamento del Cauca e incluye a tres municipios vecinos en el norte del departamento (Puerto Tejada, Villa Rica y Caloto). La iniciativa busca mejorar la competitividad de Pavco Wavin en Guachené y fomentar el desarrollo económico y social de la región, integrando a la comunidad afrodescendiente, afectada por la pobreza y el conflicto armado, en la cadena de valor como colaboradores y el desarrollo de proveedores locales. Precisamente, la iniciativa, que se convirtió en un modelo de trabajo y política para la empresa, se viene implementando desde el comienzo de las operaciones en la región del Norte del Cauca hace más de 24 años.

En los últimos tres años, la empresa tiene un índice de permanencia de colaboradores oriundos de la región superior al 90%. De igual forma, más de la mitad de los trabajadores tiene antigüedad entre los 0 y 10 años; como también hay personas vinculadas por más de 20 años. Adicional a estos resultados, el porcentaje de rotación ha decrecido del 9.17% al 7.68% entre el 2022 y 2023, lo cual se traduce en reducir la inversión de la compañía en capacitación de nuevo personal. Continuar contratando población de la región, reducen costos en servicio de rutas de transporte de los colaboradores, ya que los recorridos y tiempos de desplazamientos siguen siendo menores. Otro aspecto importante es que se continúa impulsando la proveeduría inclusiva con la cual se impacta directamente la economía local en el norte del Cauca.

Desde la última recertificación en 2022, la estrategia de empleo inclusivo ha ampliado su alcance, trabajando por la inclusión de personas migrantes en su planta de Bogotá. Esta decisión se tomó a partir de la política global de inclusión de Orbia.



TENARIS TUBOCARIBE
DIVERSIDAD CON ENFOQUE DE GÉNERO

EMPLEO INCLUSIVO

FOTO DE TENARIS TUBOCARIBE

Tenaris

Tenaris TuboCaribe es parte de la multinacional Tenaris, fabricante líder de tubos y servicios relacionados para la industria de la energía del mundo y otras aplicaciones industriales. Su sistema de fabricación abarca los procesos de fabricación del acero, laminado y conformado de tubos, tratamiento térmico, roscado y acabado en 16 países. En Colombia son el principal productor de tubería con y sin costura para la industria energética del país, y uno de los principales fabricantes de acoples.

Para Tenaris, la diversidad basada en el origen étnico, el género, la religión, entre otras constituye ADN de la empresa. Como respuesta a la masculinización en puestos de trabajo en la industria metalmecánica, en 2017 se estable la estrategia "Diversidad con enfoque de género". En el caso de Tenaris Tubo Caribe, se comprometieron a impulsar cambios significativos para superarlo buscando la participación igualitaria de géneros en la compañía, creando un ambiente libre de sesgos y con igualdad de oportunidades.

Para eso, implementaron políticas, acciones y condiciones laborales sostenibles, buscando crear un entorno de trabajo inclusivo que transforme la representación de géneros en todos los equipos de trabajo. En ese sentido, la empresa realizó adecuaciones de infraestructura (por ejemplo, salas de lactancia y baños para mujeres dentro de planta), uniformes industriales para mujeres embarazadas, capacitación en temas de diversidad e inclusión, visitas de referentes en temas de inclusión, círculos de confianza para promover el desarrollo personal y profesional de las mujeres, entre otros.

En la empresa creen que desde la dirección se deben promover conversaciones sobre balance de género, especialmente sobre el reconocimiento del liderazgo de mujeres en el ambiente industrial; para esto crearon la campaña "Casco Rosa" donde los líderes incentivan la participación de las mujeres en la mejora continua, promover el desarrollo y la construcción de oportunidades, promover el rol de la mujer en la industria, motivar el autocuidado y liderar con ejemplo a través de espacios de reconocimiento a la contribución igualitaria de hombres y mujeres en la compañía.

En cuanto a los resultados de la estrategia, de 2021 a 2023, la representación de las mujeres en Tenaris TuboCaribe se ha incrementado en los diferentes roles: i) En el operativo, pasó del 11% al 13%; ii) En cargos de supervisión, pasó del 12% al 19% y iii) En los profesionales, del 36% al 38%. A hoy, el total de mujeres que hacen parte de la compañía en Colombia son 149. La tasa de rotación disminuyó en un punto porcentual de 13% en 2021 al 12% en 2023 reduciendo costos para la organización.

En los últimos dos años, desde la certificación, la estrategia se ha fortalecido y ha buscado generar un entorno igualitario entre hombres y mujeres. Recientemente rediseñaron todas las competencias de la compañía para dar espacio a "Diversidad e Inclusión" como comportamientos evaluables.

5 CONCLUSIONES



FOTO DE HELENA LOPES: HTTPS://WWW.PEXELS.COM/ES-ES/FOTO/PERSONA-JARDIN-PLANTA-SUELO-27176669/

En esta versión, al presentar las iniciativas de la Lista de ***Empresas INspiradoras 2024,*** se destacan los esfuerzos por generar acciones que se pueden realizar desde el valor compartido y la inclusión desde este enfoque, el cual busca resolver desafíos sociales desde sus estrategias de negocio. Las categorías de la Lista de este año, dan cuenta del conjunto de estrategias innovadoras que pueden realizarse desde las empresas. Estas iniciativas impactaron a cerca de 39 mil en 24 departamentos.

Los casos del ***Sello Empresa Incluyente,*** presentados en esta versión, dan cuenta de la implementación de un grupo significativo de iniciativas que se materializan en buenas prácticas asociadas a la diversidad, la equidad y la inclusión. Algunos ejemplos de estas iniciativas son: el desarrollo de políticas estratégicas que garantizan la sostenibilidad de los procesos en el mediano y largo plazo, y las campañas de sensibilización, entre otros. Estas acciones reflejan el conocimiento y la experiencia que estas empresas han acumulado para garantizar la competitividad y la construcción de un mejor país. Las 13 empresas, con sus estrategias, han impacto a más de 80.000 personas en 23 departamentos del país.

Los casos muestran las particularidades de los sectores, contextos y territorios de operación de las organizaciones. El equipo evaluador identificó **algunas prácticas** de diversidad, equidad e inclusión con altos estándares de calidad y **algunos retos** que son necesarios abordar para robustecer sus estrategias.

PRÁCTICAS DE ALTA CALIDAD

1 Construcción de las estrategias DEI desde las necesidades del negocio y los retos sociales del entorno operativo

Al revisar los diferentes casos de estudio, evidenciamos que sus estrategias son el resultado del diálogo entre los desafíos del negocio (como por ejemplo, la alta rotación del personal, los altos costos de importación y el ahorro en procesos de selección y capacitación del talento humano) y la necesidad de resolver un desafío social del entorno en el que opera la empresa (por ejemplo, desempleo y pobreza). Para esto, usa los recursos y experiencia corporativa, para crear valor en la sociedad, la empresa y la comunidad.

2 Ajustes razonables

Observamos que cada vez más, las estrategias DEI reflejan los ajustes que realizan las empresas para incluir población históricamente excluida de las dinámicas de crecimiento económico en su cadena de valor. En empleo, un ejemplo de esto, es ajustar los perfiles en los procesos de atracción y selección del talento, de tal manera que propendan por seleccionar más que un perfil deseado, un perfil empleable. Para proveeduría, un ejemplo de esto es generar un anticipo que le permita a los proveedores sociales contar con un recurso económico que le permitan entregar el producto o prestar el servicio.

3 Fortalecimiento técnico

Otro de los elementos que evidenciamos en los casos de estudio, fue la implementación y ejecución de programas de capacitación para fortalecer a los proveedores, distribuidores y colaboradores para la producción del producto que se requiere, la prestación del servicio solicitado o la venta del producto. Esto permite que para la inclusión de la población no hayan tantas barreras a la hora de seleccionarlo y adicionalmente, se garantice la calidad del producto o servicio que se presta.

4 Estrategias de comunicación y sensibilización al interior de las organizaciones

Muchas de las empresas, han realizado diferentes actividades de comunicación y sensibilización de la diversidad al interior de la compañía. Con estas, generan cada vez más una cadena de valor consciente de la necesidad de incluir a toda la población e incrementa la empatía y el sentido de pertenencia por la compañía y hace que la cultura organizacional sea favorable para un entorno incluyente y diverso.

5 Alianzas para materializar sus estrategias

En esta cuarta edición, también observamos cómo las empresas se han articulado con otros actores, apalancando recursos, habilidades y conocimiento. La mayoría de las compañías reportaron varias alianzas. Algunos de estos actos, son parte de la cooperación internacional o la academia. Así mismo, evidenciamos un trabajo más cercano con entidades territoriales locales y nacionales que facilitan la implementación de estrategias de inclusión.

6 Participación de la alta dirección

Las estrategias DEI tienen mayor alcance cuando la alta dirección se encuentra comprometida con estas. Tomar decisiones oportunas, destinar presupuestos para su ejecución y contar con el personal adecuado y necesario, son elementos que hemos identificado que contribuyen a la generación de un entorno favorable para la inclusión y la diversidad.

7 Promoción de la cultura de la inclusión en la cadena de valor

Hemos encontrado empresas que han extendido la cultura de la inclusión en toda su cadena de valor, acompañando e incentivando a proveedores y distribuidores en la implementación de estrategias DEI para ser más competitivos. Además, incorporan en sus procesos y políticas prácticas que impulsan a los proveedores a incluir practicas a favor de la diversidad e inclusión.

RETOS

1 Monitoreo y evaluación

A pesar de los avances de las empresas por dar cuenta de la implementación y los alcances de las estrategias DEI, aún se encuentra un vacío en la inclusión de indicadores que permitan dar cuenta del retorno tangible de las diferentes estrategias. La batería de indicadores, usualmente no contemplan este tipo de información, impidiendo tomar decisiones basadas en la evidencia.

2 Riesgos asociados a la inclusión

Es importante mencionar que algunas empresas han avanzado en la identificación de riesgos asociados a la inclusión, tanto para la compañía como para las comunidades. Además, sigue siendo un desafío el contar con estrategias de mitigación claras que permitan una respuesta rápida y acertada. Adicionalmente, evidenciamos el reto de establecer una metodología de revisión y actualización de los riesgos y las formas de mitigarlos.

3 Gestión del conocimiento

La producción de conocimiento, en ocasiones, se centra únicamente en la producción de documentos que orientan las acciones de inclusión perdiendo la oportunidad de compartir el conocimiento de otras formas. Si bien en algunos casos las empresas cuentan con políticas de compras, guías de relacionamiento con comunidades o guías de diversidad e inclusión, aún identificamos la ausencia de estrategias de Gestión del conocimiento que destaquen los aprendizajes y buenas prácticas que han identificado las compañías a lo largo de implementación de las estrategias DEI.

REFERENCIAS

- **Asociación Nacional de Empresarios de Colombia – ANDI (2023).** Encuesta de equidad de género. 5° Foro de Equidad, Diversidad e Inclusión de la ANDI, Bogotá D.C.

- **Mckinsey & Company (2022). The state of diversity in global private markets:** 2022 (Diversity in the workplace). https://www.mckinsey.com/industries/private-equity-and-principal-investors/our-insights/the-state-of-diversity-in-global-private-markets-2022

- **Montenegro, A. & Meléndez, M. (2014). Equidad y movilidad social:** Diagnósticos y propuestas para la transformación de la sociedad colombiana (1.a ed.). Editorial Kimpres Ltda.

- **Porter, M.E., & Kramer, M.R. (2011). Creating Shared Value.** Harvard Business Review. https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value

Fundación
ANDI

2024