

INFORME DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

La tendencia mundial actual se caracteriza por presentar un entorno global competitivo, búsqueda de calidad en productos y servicios que tengan precios razonables, información disponible y oportuna, además una preocupación creciente por temas relacionados a la salud, a la cultura así como a los aspectos ambientales y sociales. En este contexto INDUMIL le ha apostado a la implementación de prácticas de responsabilidad social enfocando sus acciones en el desarrollo sostenible.

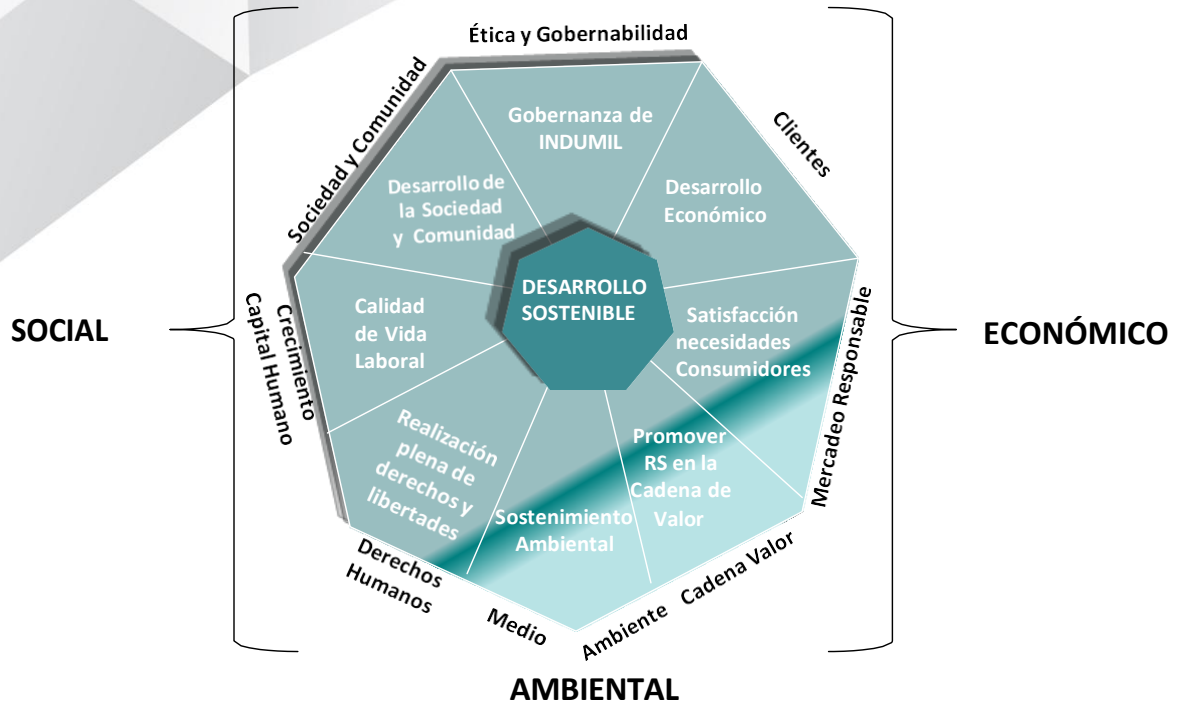
El punto de partida de esta implementación fue el desarrollo y elaboración de una definición de responsabilidad social¹ asociada a la contextualización de los valores acordes a la cultura corporativa. Es importante resaltar de la definición de Responsabilidad Social el énfasis en el desarrollo sostenible, que hace alusión a que INDUMIL debe ser económica, ambiental y socialmente sustentable como parte de un todo.

Así mismo, los valores han sido explícitos en un documento formal de conocimiento público (Código de Ética) que orientan la toma de decisiones en todos los niveles, son el eje articulador de la vida de la empresa y ayudan a construir vínculos entre sus miembros y de estos con quienes hacen parte de los otros grupos de interés.

Una vez que la empresa introduce lo que es para sí la responsabilidad social, procedió a establecer de qué manera lo materializa en acciones y beneficios para los grupos de interés y la organización (modelo y herramientas). Este modelo está sustentado en ocho (8) grandes ámbitos, ilustrados en la figura presentada.

- Prácticas de gobernanza de la empresa.
- Prácticas de Calidad de Vida Laboral.
- Prácticas de realización plena de derechos y libertades.
- Prácticas de satisfacción necesidades consumidores.
- Prácticas de desarrollo económico.
- Prácticas para promover la responsabilidad social en la cadena de valor.
- Prácticas de desarrollo de la sociedad y comunidad.

¹ Responsabilidad Social está definido por INDUMIL como: “El compromiso de la empresa por contribuir con el desarrollo económico sostenible, trabajando en conjunto con sus empleados, sus familias, la comunidad y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida de una manera integral”.



Guías y/o prácticas que aseguren la incorporación de Responsabilidad Social.

Capacidades y conocimientos en las áreas de INDUMIL que aseguren una adecuada gestión.

Espacios y mecanismos de comunicación a través de los cuales la empresa pueda informar oportuna y correctamente a sus grupos de interés sobre la gestión.

Figura No. 4- 1. Modelo de responsabilidad social

Prácticas de sostenimiento ambiental.

Y en una metodología que explica el paso a paso a través del ciclo Planear – Hacer – Verificar – Actuar.

Adicionalmente el modelo cuenta con una caja de herramientas, que se diseñaron bajo la base de una revisión exhaustiva de fuentes bibliográficas de organizaciones nacionales e internacionales, cada una con un propósito específico. Estas son:

- **Auto diagnóstico para medir el nivel de implementación en RS:** medir el grado de avance de implementación de RS que la sociedad, el mercado, los grupos de interés y la agenda mundial están demandando en la empresa. En donde se evidencia cuáles están siendo implementadas, cuáles se conocen y cuáles son importantes para impulsar.
- **Capacitación:** desarrollar habilidades para liderar el tema al interior de la empresa, facilitar el uso de las herramientas, profundizar sus conocimientos en las áreas de responsabilidad social y formar competencias para acoplarlas en la estrategia corporativa de la empresa.

- **Gestión de Grupos de Interés:** generar estrategias de relacionamiento de acuerdo con las características de cada uno y con el nivel de influencia que estos representen para la empresa.
- **Política y objetivos:** definir el conjunto de criterios generales que establecen el marco de referencia para el desempeño de la actividad empresarial, los fundamentos de la estrategia y los estándares mínimos adoptados por la empresa, con el fin de garantizar una recta gerencia, las responsabilidades de la junta directiva, la fluidez de la información y las relaciones con los grupos de interés.
- **Comunicaciones externas e internas:** identificar puntos de contacto, canales adecuados y oportunidades comunicativas, tanto internas como externas, así como definir la estrategia comunicativa de la empresa para difundir la gestión, avances y resultados de la Responsabilidad Social.
- **Indicadores en RS:** conocer el avance de la empresa en aspectos relativos a la responsabilidad social, a partir del correcto seguimiento de los indicadores, con el fin de elaborar el informe anual de la organización.

Herramienta	
Auto diagnóstico	Instrumento de autoevaluación nivel de implementación de RS
Capacitación	Capacitación Líderes Guía Práctica – Responsabilidad Social
Comunicaciones externas e internas	Identificar puntos de contacto, canales y oportunidades comunicativas tanto internas como externas. Estrategia de comunicación.
Política y Objetivos	Tablero de Mando Estratégico. Código de Buen Gobierno. Código de Ética.
Gestión Grupos de Interés	Identificación. Estrategia de Relacionamiento. Ejecución de estrategias.
Indicadores	Desempeño.

Tabla No. 4- 1

La implementación del modelo con sus herramientas ha permitido agregar valor en los siguientes aspectos:

- Mantener el prestigio consolidado y fundamentado que INDUMIL ha logrado ante todos sus Grupos de Interés.
- Acceso a los mercados globales.
- Diferenciamiento de productos y servicios.
- Fidelización de clientes.
- Apoya los recursos humanos.
- Mejora el entendimiento de los requerimientos legales y exigencias de los entes reguladores.

- Reduce la presión de los entes fiscalizadores.
- Facilita el reclutamiento de personal de primer nivel y la retención de talentos.
- Incrementa la confianza de los grupos de interés, mejora la calificación de riesgo y facilita el desarrollo de convenios.

El reto es posicionar la Responsabilidad Social como herramienta para direccionar el Sistema de Gestión Integral, como parte integral de la estrategia de negocios, consecuentemente con la planificación y cuantificación de la gestión para el logro de los objetivos estratégicos y como herramienta para mejorar la Competitividad y Sostenibilidad de la empresa.