

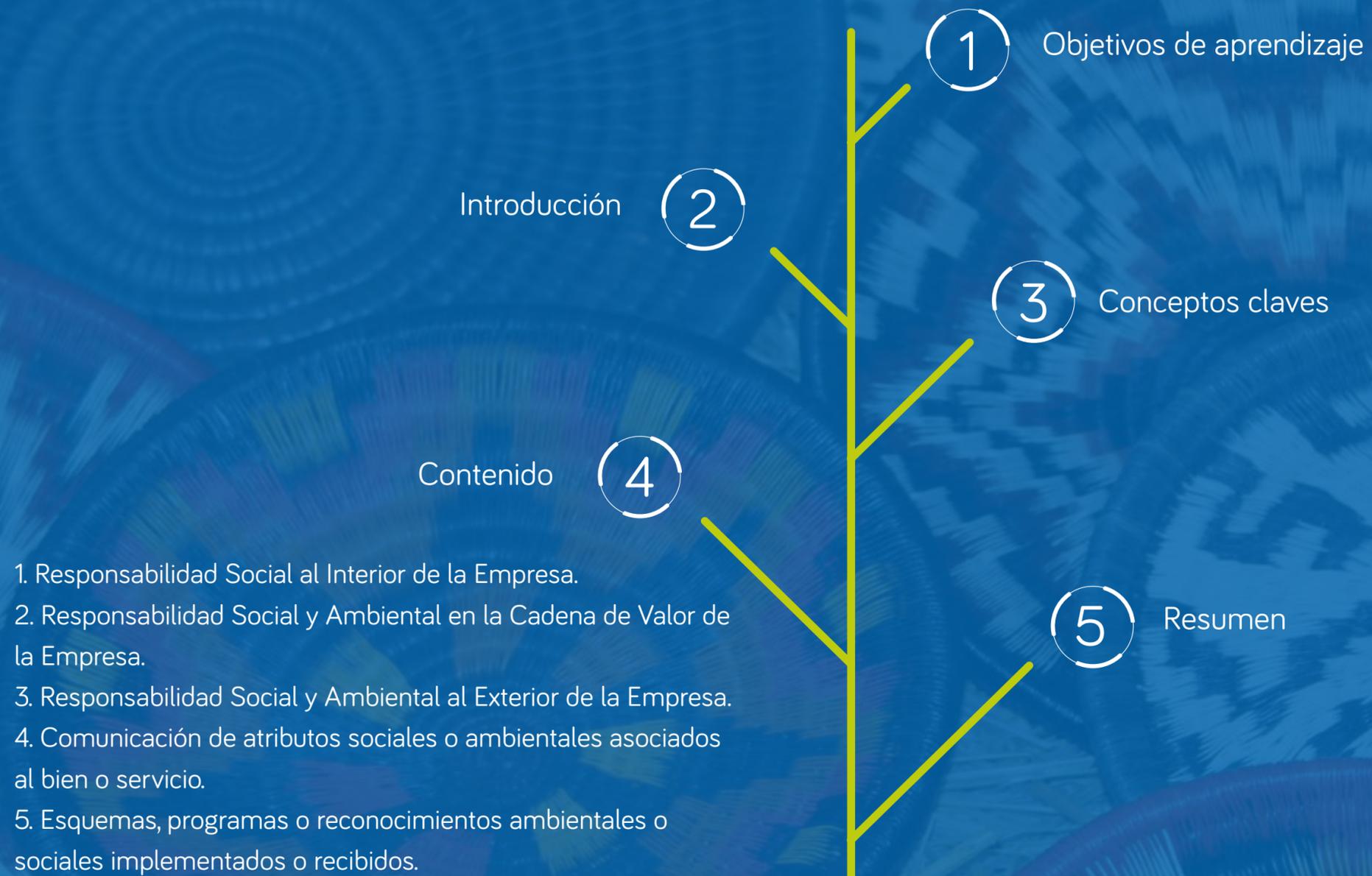
Módulo 4

Criterios de Responsabilidad Social



Menú

Tabla de Contenido





1. Objetivos de aprendizaje

Los criterios de Responsabilidad Social, aportan al desarrollo social y competitividad del negocio



En esta sesión podrás identificar y valorar la gestión socialmente responsable en los Negocios Verdes e Inclusivos.

También podrás identificar oportunidades y riesgos en la operación, al interior de la empresa, en comunidades y durante la cadena de valor.

2. Introducción

En la sesión anterior, pudiste comprender criterios ambientales que caracterizan a los negocios verdes. En esta sesión, podrás identificar los criterios que permiten asegurar impactos directos de un negocio verde con las personas y la sociedad; nos referimos a los empleados, comunidades, sistemas vivos, organizaciones que participan y/o hacen parte de la cadena de valor, donde queremos ampliar la información de Negocios Inclusivos.

Partimos de algunos conceptos claves para comprender el significado de responsabilidad social (RS), negocios inclusivos, cadena de valor, impactos positivos y riesgos. Estos conceptos permitirán establecer los atributos de RS que se espera sean integrados en un negocio verde, además de valorarlos de acuerdo a la metodología de verificación establecida por el MADS.

Al finalizar encontrarás ejemplos de impactos para la competitividad del negocio, para las personas y sociedad, por medio de la integración de los criterios de RS.

3. Conceptos claves

Responsabilidad social empresarial:

Los negocios socialmente responsables, integran en su gestión y decisiones un enfoque coherente con el desarrollo sostenible:



Dimensión económica: actividad financieramente posible y rentable.

Dimensión social: busca el mantenimiento de la cohesión social y los beneficios para personas y comunidades.

Dimensión medio ambiental: considera la preservación de la biodiversidad y los ecosistemas y evita la degradación de la naturaleza y los espacios habitados.

De acuerdo con la guía de Responsabilidad Social que emite la ISO (Organización Internacional de Normalización), define la RS como la “responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:

- ✓ Tome en consideración los intereses de sus partes interesadas;
- ✓ Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y
- ✓ Esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones”.¹

Para comprender la RSE, es importante definir los siguientes términos:

RSE



- ✓ Impactos.
- ✓ Grupos de interés.
- ✓ Cadena de valor.
- ✓ Gestión responsable en la cadena de abastecimiento.
- ✓ Transparencia y rendición de cuentas.

Impacto de una organización: toda decisión y acción empresarial genera impactos. El impacto es un “cambio positivo o negativo que se genera en la sociedad, en la economía o el medio ambiente, producido, en su totalidad o parcialmente, como consecuencia de las actividades y decisiones de una organización”.²

¹La ISO 26000 brinda directrices sobre los principios, materias fundamentales y asuntos relacionados con la responsabilidad social y sobre cómo pueden ponerlos en práctica las organizaciones.

²Ibid, capítulo 2, apartado 2.9.

³El compromiso con los Stakeholders. Manual para la práctica de las relaciones con los grupos de interés. Accountability, UNEP (2006)

Una operación socialmente responsable, permite identificar, gestionar y prevenir impactos negativos y maximizar los impactos positivos.



Grupos de interés: el término grupos de interés o en inglés “stakeholder”, “se refiere a aquellas personas o grupos de personas que se ven **afectados o se podrían ver afectados** por las operaciones de una organización o empresa”³.

Las opiniones de los grupos de interés, sus preocupaciones, temores, expectativas, permitirán identificar impactos, gestionarlos para prevenir daños derivados de la operación empresarial, y puede convertirse en una oportunidad para generar relaciones de mutuo beneficio.

Recomendaciones⁴

- ✓ Dialogar con los grupos de interés puede contribuir a la acción para el progreso continuo.
- ✓ El nivel corporativo requiere que esto sea asumido por la dirección local para garantizar la concreta y apropiada implementación.
- ✓ Un buen conocimiento de los grupos de interés y el establecimiento de un diálogo permanente con ellos es una garantía para el desarrollo sostenible de las actividades de la empresa

Existen diferentes métodos para identificar y priorizar los grupos de interés de una empresa. Te mostraremos un ejemplo de acuerdo a la **relación con la empresa:**



▶ **Estructurales:** tienen que ver con el inicio, la creación o el reposicionamiento estratégico de la empresa (accionistas, inversionistas, socios).



▶ **De gestión:** Implicados en la gestión, desarrollo, consolidación y progreso de la empresa (empleados, proveedores, clientes, reguladores).



▶ **Complementarios:** A través de su actuación y opinión influyen en la reputación y credibilidad de la empresa (comunidad local, ONG, administración local).

Rendición de cuentas:

Las empresas están llamadas a rendir cuentas de sus impactos económicos, sociales y ambientales de su actuación, lo cual también implica asumir responsabilidad por sus impactos negativos y el compromiso de tomar las medidas pertinentes para repararlos y evitar repetirlos. Existen diversos mecanismos de rendición de cuentas por medio de los canales de comunicación empresarial, sin embargo la tendencia ha aumentado en la elaboración de **Informes de Sostenibilidad**.

¿Cómo se integran estos conceptos en la gestión de la empresa?



Por medio de estándares, guías y herramientas que orientan la integración de la RSE, facilitando una actuación ética y competitiva en el mercado.

⁴ Diálogo con los grupos de interés. ORSE/CSR EUROPE/FORÉTICA - MAYO 2009

Los Modelos de Gestión de RSE, permiten mejorar el desempeño empresarial respecto a los indicadores de desarrollo sostenible: crecimiento económico, desarrollo social y ambiental, integrando las expectativas de grupos de interés. Se enmarcan en el ciclo PHVA (Planear, hacer, verificar, actuar), utilizado en los procesos estandarizados que buscan el mejoramiento continuo. Las políticas, estrategias procesos y procedimientos deben ser medibles, verificables y comunicados.

4. Contenido

Los criterios de Responsabilidad Social, buscan identificar, promover y avanzar en la integración de atributos que:

- ✓ Generan valor agregado a los bienes y servicios.
- ✓ Contribuyen a mejorar el relacionamiento y desempeño con los grupos de interés: empleados, dueños de negocio, comunidades, reguladores, clientes y consumidores.
- ✓ Negocios éticos y competitivos

A continuación podrás conocer los tres criterios de responsabilidad social que permiten ser un negocio verde mejor:

1 Responsabilidad Social al Interior de la Empresa

Cuando hablamos de RS al interior de la empresa, nos referimos a:

- ▶ Gobernanza ética y responsable
- ▶ Seguridad y bienestar
- ▶ Calidad en el empleo





Oportunidades para el negocio

El impacto que tiene una gestión responsable en el marco estratégico de la empresa, en su relación con los colaboradores y calidad en el empleo, es posible valorarlo por medio de indicadores de crecimiento financiero, productividad y gestión del riesgo.

70% Opina que es necesario contar con una estrategia de sostenibilidad para ser una empresa competitiva.⁵

Hallazgos apoyados en estudios de McKinsey, Boston Consulting Group, IBM, PwC y otros:⁶

- ▶ Las empresas se están diferenciando a través de la sostenibilidad como un generador del valor para sus negocios.
- ▶ Los estudios siguieron que del 10 al 20% de las empresas que cotizan en bolsa están ahora cosechando beneficios a partir de la Sostenibilidad.

Impacto para las personas, el desarrollo y empoderamiento económico:

- ✓ “Acceder a un empleo productivo que genere un ingreso justo,
- ✓ Garantice la seguridad en el lugar de trabajo y la protección social para las familias.

- ✓ Mejores perspectivas de desarrollo personal e integración social,
- ✓ Libertad para que los individuos expresen sus opiniones, se organicen y participen en las decisiones que afectan sus vidas, y La igualdad de oportunidades y trato para todos, mujeres y hombres”⁷

Indicadores que miden la Responsabilidad Social Interna en un Negocio Verde e Inclusivo

- 1 Calidad en el empleo formal (mejores condiciones en las prestaciones sociales y el pago de salarios, a las exigidas por ley).
- 2 Contratación de personal en estado de vulnerabilidad (discapacitados minorías étnicas, desplazados por la violencia, desmovilizados de grupos armados, madres cabeza de familia).
- 3 Igualdad de oportunidades (entre diversos niveles jerárquicos, género, raza o religión).
- 4 Apoyo a la conformación de fondos internos para el bienestar del trabajador
- 5 Apoyo a programas especiales para mejorar la calidad de vida de sus empleados y de sus familias (vivienda, educación formal y no formal, cultura, recreación y deportes, preparación para el retiro y jubilación de sus empleados).
- 6 Implementación de programas innovadores en temas de seguridad industrial y salud ocupacional (adicionales a lo exigido por ley).
- 7 Pago de una tasa justa a los accionistas y empleados (bonos) de los dividendos de la empresa.

⁵ Encuesta PwC sobre Desarrollo Sostenible en América Latina. 2014

⁶ “The Business of Sustainability: McKinsey Global Survey Results”. 2011. http://www.mckinsey.com/insights/energy_resources_materials/the_business_of_sustainability_mckinsey_global_survey_results

⁷ Concepto del trabajo decente. Organización Internacional del Trabajo. Recuperado de <http://www.ilo.org/global/topics/decent-work/lang-es/index.html>

2 Responsabilidad Social y Ambiental en la Cadena de Valor de la Empresa

Para comprender los criterios de responsabilidad social en la cadena de valor, es necesario definirlo.

Cadena de valor: Modelo que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final⁸. Incluye proveedores, distribuidores, clientes y/o consumidores.

¿Cómo se relaciona la cadena de valor con una gestión socialmente responsable?



Se refiere a la administración de los impactos en el medio ambiente, sociales y económicos, así como el estímulo de buenas prácticas de gobernanza, a lo largo de los ciclos de vida de bienes y servicios.⁹



En cada etapa del ciclo de vida de ciertos productos existen impactos sociales y al medio ambiente o externalidades, en el medio ambiente y en la gente. Además, la gobernanza o la responsabilidad de las organizaciones ante las partes interesadas en cuanto a su conducta, es importante en cada etapa a lo largo de la cadena de suministro.¹⁰

⁸ Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance (1985)
⁹ Global Compact, BSR, Sustentabilidad de la Cadena de Suministro Una Guía Práctica para la mejora continua. (2010)
¹⁰ Ibid, página 7

Este criterio se da en aquellas empresas que, para la producción y prestación de sus bienes o servicios, consideran incentivar el desarrollo de su cadena de valor y compartir las buenas prácticas de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial con sus proveedores, servicios tercerizados (outsourcing) y clientes, promoviendo aspectos como:

- 1 Realización de negocios inclusivos y justos con sus proveedores.
- 2 Abastecimiento responsable en la cadena de suministros (compras sostenibles) y desarrollo de proveedores.
- 3 Contratación de empresas de economía social, MIPYMES y promoción de estrategias de encadenamiento.
- 4 Producción de bienes y servicios de calidad, a precios razonables, que estén de acuerdo a las necesidades de los clientes.
- 5 Promoción entre sus clientes de prácticas de devolución de empaques y envases, adicionales a lo establecido en la ley.

El criterio de responsabilidad social en la cadena de abastecimiento, es uno de los atributos que vinculan de forma directa el modelo de negocio verde y el modelo de negocio inclusivo.



3 Responsabilidad Social y Ambiental al exterior de la empresa

Diferentes estándares de RS, proponen a las empresas, integrar un enfoque de desarrollo con comunidades que se ven afectadas o están en las zonas de operación de la empresa, contribuyendo al desarrollo económico, social y ambiental.

La ISO 26.000, guía a las empresas a involucrarse en los siguientes asuntos:

- ✓ Participación activa en la comunidad: para ello, sugiere participar y apoyar a instituciones o grupos de la sociedad civil con el objeto de ayudar a la resolución de problemas en la comunidad.
- ✓ Educación y cultura: al efecto, recomienda que desde la organización se promuevan permanentemente la educación y la cultura.
- ✓ Creación de empleo y desarrollo de habilidades: las decisiones de inversión y contratación de la organización deberían tener en cuenta su impacto potencial sobre el empleo y tratar de maximizar la creación de empleos de calidad.
- ✓ Desarrollo y acceso a tecnología: para lo cual propone facilitar el desarrollo y acceso de los ciudadanos a las tecnologías modernas, bien directamente o mediante alianzas con otras organizaciones y asociaciones.
- ✓ Generación de riqueza e ingresos: en este sentido, recomienda fortalecer los recursos económicos y las relaciones sociales que generen beneficios para la comunidad. En concreto, debería prestarse especial atención a los grupos vulnerables: minorías étnicas, mujeres en situación de riesgo, etc.

- ✓ Salud: aconseja favorecer aquellas actividades que minimicen los riesgos y maximicen los efectos positivos para la salud de la comunidad.
- ✓ Inversión social: insta a tratar, al máximo, de que los proyectos de inversión en los que participe la organización mejoren la calidad de vida de los ciudadanos de la comunidad.

Se da en las empresas que, para la producción y prestación de sus bienes o servicios, gestionan sus impactos sobre ámbitos de influencia externa –las comunidades, el Estado, los consumidores y la sociedad en general–, promoviendo aspectos como:

- 1 Contribuir a la economía local a través de la generación de empleo sostenible
- 2 Llevar a cabo programas de inversión social y desarrollo comunitario orientados a la generación de empleo y de ingresos, la disminución de pobreza y al progreso y desarrollo sostenible del país.
- 3 Apoyo a fundaciones u organizaciones que soporten la implementación de programas de inclusión social, protección ambiental o generación de negocios incluyentes.
- 4 Realizar donaciones para los sectores menos favorecidos de la sociedad o para la conservación ambiental.
- 5 Tener y acatar una política de transparencia y ética con sus grupos de interés (Estado, comunidades, ONG).
- 6 Promover programas de sensibilización para que los consumidores sean responsables y sostenibles
- 7 Promover en los consumidores prácticas de devolución de empaques y envases, adicionales a lo establecido en la ley.
- 8 Identificar y disminuir los impactos ambientales y sociales en los actores externos.

Los Negocios Inclusivos se convierten en una oportunidad que facilita la integración de los criterios de responsabilidad social en el Negocio Verde.

Podrán ver en los ecosistemas de Negocios Inclusivos, considerando como el entorno favorable que se requiere y da soporte al negocio, un encadenamiento y participación de actores para lograr el desarrollo social y económico de un entorno.

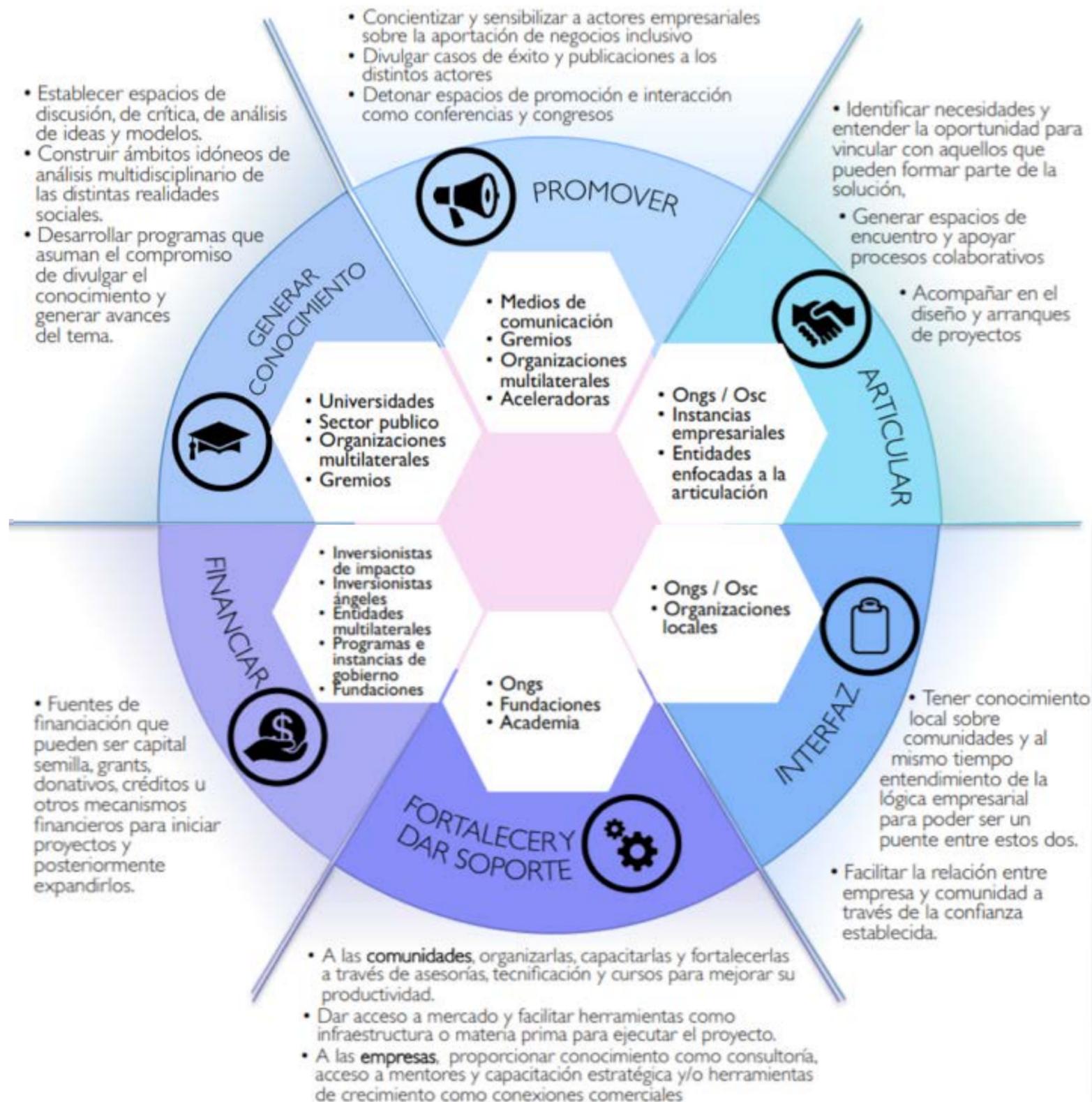
¿Qué se requiere para que exista un ecosistema de Negocios Inclusivos?



1. Procesos
2. Actividades
3. Actores

Este entorno favorable o ecosistemas de Negocios Inclusivos, permite involucrar diversos actores, generar procesos y acciones para soportar, financiar, promover, acompañar y disminuir la probabilidad de mortalidad de un encadenamiento productivo con impacto en las personas y la comunidad.

Ecosistema De Negocios Inclusivos en Colombia¹¹



Esta dinámica en un entorno particular, alrededor de un Negocio Inclusivo, además de facilitar la articulación de actores, para el soporte de procesos y acciones, genera una dinámica de participación y construcción del tejido social.

4 Comunicación de atributos sociales o ambientales asociados al bien o servicio

El criterio 11 de los Negocios verdes, propone la comunicación de los atributos sociales y ambientales. Para comprender este criterio, es importante responder las siguientes preguntas:

1. ¿Por qué debo comunicar?
2. ¿Cómo comunicar?
3. ¿A quién debo comunicar?

Las siguientes respuestas se fundamentan en estándares internacionales y experiencias empresariales: son tendencia.

¹¹Melo, J. Negocios Inclusivos en México y Colombia. Una mirada a los actores, ecosistemas y modelos de negocio. GIZ. 2015

1. ¿Por qué debo comunicar?

Al desarrollar y comunicar los vínculos entre sostenibilidad y negocio, las empresas aumentan su valor, miden y gestionan el cambio y promueven mejoras e innovación (Global Reporting Initiative 2014).

La comunicación de la gestión socialmente responsable, se ha convertido en una tendencia y exigencia mundial:

¿Cómo hace su negocio?

Las empresas tendrán que rendir cuentas, de sus decisiones, impactos en su operación, en sus productos y servicios.

¿Cómo evidencia que su negocio es responsable?

Los tomadores de decisión (inversionistas, clientes, consumidores, reguladores, comunidades, entre otros), requieren cifras, datos, características de productos, servicios, formas de uso, garantías y mecanismos de fácil acceso a esta información. Ayuda incluso, a la competitividad y legitimidad de la empresa o producto en el mercado.

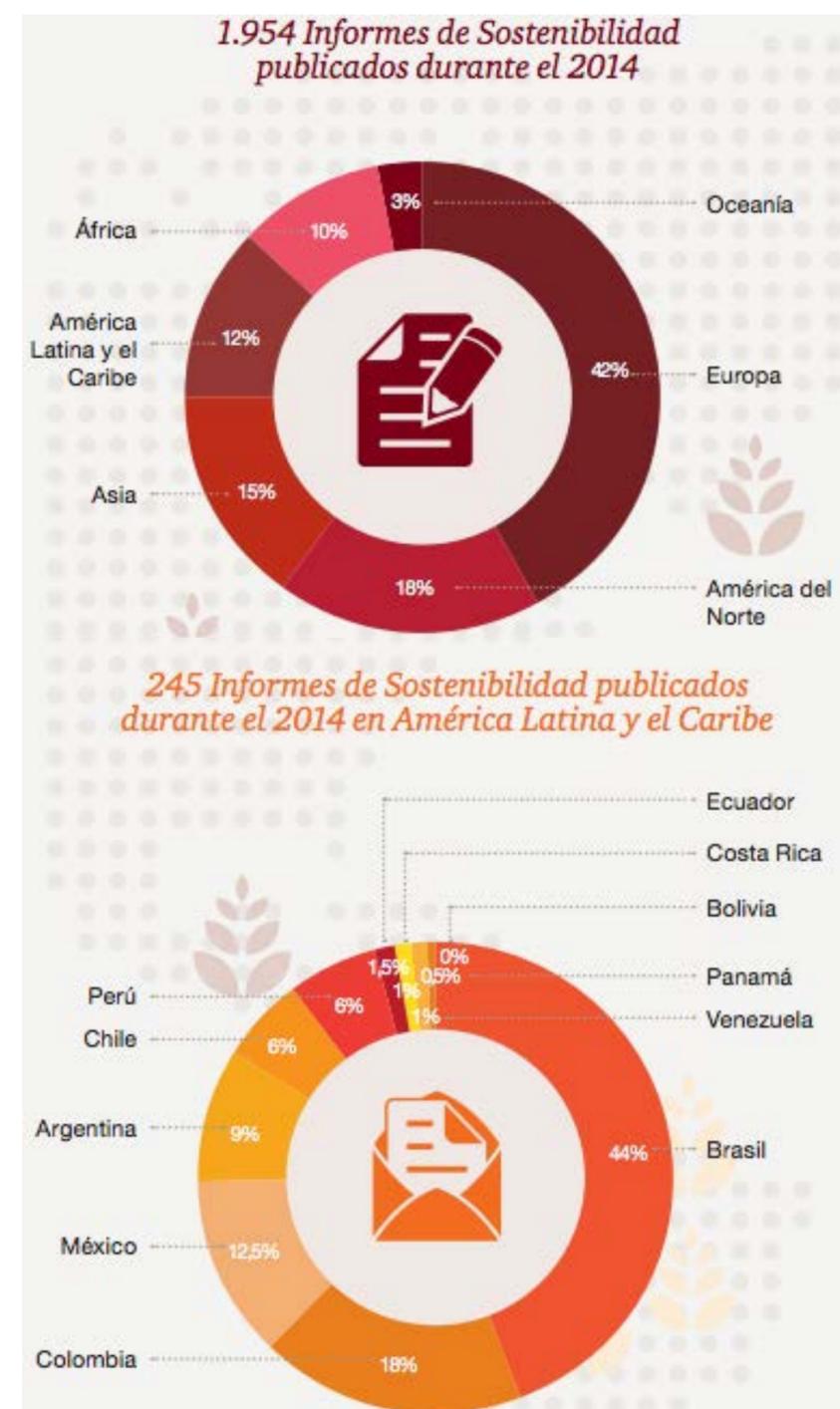
¿Es coherente lo que hace con lo que informa?

Es un deber, que evidencia un comportamiento ético de empresa con sus grupos de interés, con sus políticas y exigencias legales.

2. ¿Cómo debo comunicar?

La empresa debe comunicarse de acuerdo a los mecanismos de diálogo con sus grupos de interés, que facilite el acceso a la información y al mejoramiento de la relación y confianza.

La tendencia mundial muestra el aumento de reportes empresariales, que comunican su impacto económico, social y ambiental por medio de los **Informes de Sostenibilidad**.



Encuesta PWC sobre empresas y desarrollo sostenible en América Latina (2014).

¹²Recuperado de: <https://www.pwc.com/bo/es/publicaciones/assets/pwc-encuesta-desarrollo-sostenible.pdf>

¿A Todos los grupos de interés, les debo comunicar por medio del informe o memoria de sostenibilidad?



Cada grupo de interés tendrá diferentes estrategias, mecanismos y contenidos de información, en relación a los atributos de responsabilidad social. Por ejemplo:

Grupos de interés	Aspectos relevantes al comunicar
 Inversores	<ul style="list-style-type: none"> Modelo de negocio, estabilidad o potencial de crecimiento financiero. Mercado asegurado. Mecanismos de gestión del riesgo: cumplimiento legal en materia económica, social y ambiental. Gobernabilidad y transparencia en la información.
 Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> Características del producto, insumos, etiquetado, trazabilidad. Protección de la salud y la seguridad de los consumidores: la Guía invita a ofrecer productos y servicios que sean seguros y saludables. Consumo sostenible y educación al consumidor. Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias. Protección y privacidad de los datos de los consumidores. Precios justos.
 Comunidades	<ul style="list-style-type: none"> Impactos de la operación en las comunidades en aspectos ambientales, sociales y económicos Características de los productos y servicios. Programas de inversión social. Creación de empleo y desarrollo local. Participación activa en la comunidad y control social

 Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> Proyección y estrategia empresarial. Gobernabilidad, transparencia y acceso a la información. Mecanismos para el diálogo y concertación con la empresa. Mecanismos de seguridad en el trabajo. Bienestar en el trabajo y familia
 Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> Rendición de cuentas financieras. Gobernabilidad de la organización. Mecanismos de gestión y mejoramiento en aspectos ambientales y sociales. Cumplimiento legal: aspectos sociales, económicos, ambientales. Licencias, concesiones, permisos y autorizaciones del proceso, bien o servicio

Las estrategias de comunicación de los atributos sociales o ambientales de un bien o servicio de Negocios Verdes deben ser coherentes con la gestión que la empresa desarrolla para garantizar la sostenibilidad y deben involucrar a los diferentes actores del ciclo de vida.

Considerando lo anterior, es de suma importancia que el atributo que destaca tales aspectos sea preciso y no engañoso y que se garantice un respaldo veraz a la hora de ser verificado por parte de los consumidores o de cualquier actor presente en la cadena, para proteger sus derechos (Plan Nacional de Negocios Verdes, 2014).

5 Esquemas, programas o reconocimientos ambientales y sociales implementados o recibidos

Se han venido promoviendo a nivel internacional, reconocimientos de una gestión social y ambientalmente responsable en una empresa o modelo de negocio. Estos reconocimientos, pueden verse reflejados en certificaciones, etiquetas, premios o avales, otorgados a partir de procesos estandarizados de evaluación o verificación por terceros (instituciones, iniciativas eventos, etc.,).



¿Por qué es importante este tipo de reconocimientos en un negocio verde e inclusivo?



Contribuye a posicionar el producto o servicio en el mercado, y proporciona información para tomadores de decisión.

Los **consumidores** buscan información del producto y del proceso de producción. Las certificaciones sociales y ambientales, garantizan la integración y cumplimiento de estándares, que generan confianza en consumidores que demandan productos y servicios sostenibles.



Recuerda que

El aumento de consumidores conscientes, ha crecido a nivel mundial. La demanda de productos y servicios van acompañados de estándares certificados. Un ejemplo son certificados de gestión ambiental o sellos orgánicos.

¿Podemos diferenciar los certificados y sellos?

En el lenguaje ISO, una certificación es la acción emprendida por una entidad, independiente de las partes interesadas, mediante la cual manifiesta que un producto, proceso o servicio, cumple con requisitos específicos.



Los sellos corresponden a un distintivo especial que se le otorga a ciertas certificaciones. **No todas las certificaciones son sellos**, simplemente algunas de ellas derivan en ellos para caracterizar un producto o servicio.

Por ejemplo, los sellos ambientales. Con sustento en una norma se certifican productos ambientales sanos en forma de sellos o mensajes de tipo ecológico.



PUNTO VERDE



ETIQUETA ECOLÓGICA EUROPEA



RECIPAP



ECOETIQUETA IPE



ANGEL AZUL, ALEMANIA



ECO-MARK, JAPÓN



ENVIRONMENTAL CHOICE, CANADÁ



NORDIC ECOLABELLING - CIGNE BLANC

Los sellos se han convertido en instrumentos de competitividad comercial y en eficaces herramientas de mercadeo.

¹³ Lineamientos de Etiquetado Ambiental para Colombia. Ministerio de Medio Ambiente, 2002

¹⁴ La serie de normas ISO 14000 es un conjunto de norma internacionales publicadas por la Organización Internacional de Normalización (ISO), que incluye la Norma ISO 14001 que expresa cómo establecer un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) efectivo. ¹⁵ Ibid, página 11

En el ámbito ambiental, se denomina ECOETICADO, al “distintivo que pueden portar los bienes o servicios que acogen ciertos criterios ambientales establecidos de antemano, y cuyo cumplimiento ha sido comprobado por una organización de tercera parte independiente e imparcial”¹³.

Es decir, que los sellos ambientales se denominan **Ecoetiquetado**

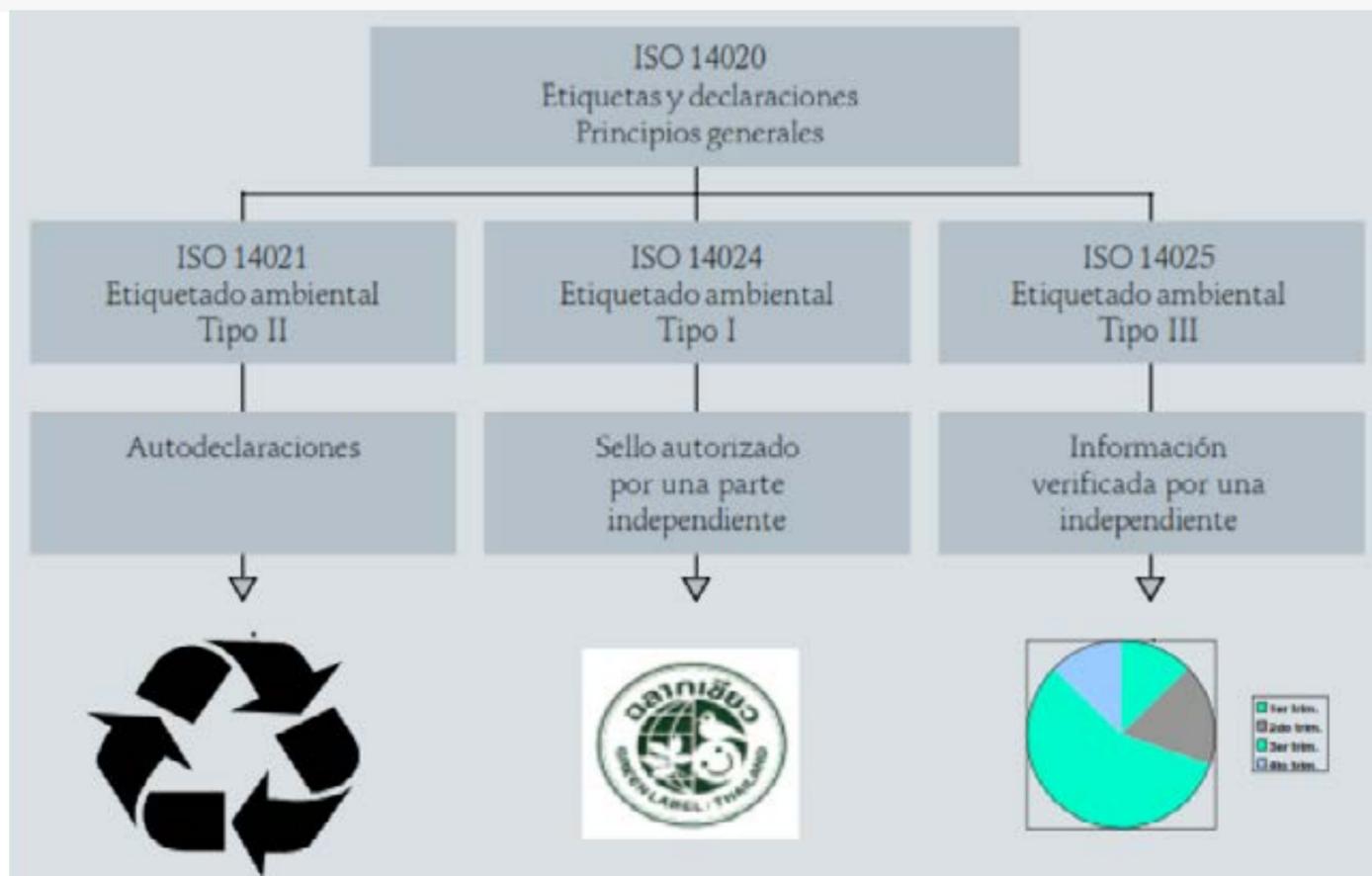
En productos o servicios que cuenten con distintivos de ECOETIQUETADO, evidencian, la integración de los criterios de Negocios Verdes.



Para comprender el ECOETIQUETADO en un producto a servicio, es necesario conocer su clasificación y diferenciación

En las series de la ISO 14000¹⁴ clasifican las ecoetiquetas en tres tipos a saber:

- **Tipo I:** Esquema cumple no cumple, con verificador independiente para el ciclo de vida del producto.
- **Tipo II:** Auto declaración para el desempeño ambiental del producto.
- **Tipo III:** Declaración ambiental cualitativa y cuantitativa usando la metodología de análisis de ciclo de vida.¹⁵



Programa de Calidad Turística + Sello Ambiental Colombiano¹⁷: sostenibilidad turística. Las empresas certificadas con la NTS TS 02 por un organismo de certificación debidamente acreditado y autorizado por el MADS obtendrán, además del Sello de Calidad Turística del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Sello Ambiental Colombiano.



Sello Ecológico para Alimentos¹⁸: El sello tiene por objeto promover, diferenciar y posicionar los productos con estas características dentro de toda la cadena de productos alimenticios, generando confianza en los consumidores en el momento de la adquisición.

Ecoetiquetado en Colombia (PNNV 2014)

Sello Ambiental Colombiano¹⁶: En esta se define el ecoetiquetado como un instrumento económico que permite la incorporación de costos ambientales al establecer criterios que garanticen un mejor desempeño ambiental del producto respecto de aquellos sustitutos. Estos costos, causados por el deterioro ambiental generado por la producción de determinado bien o servicio, de otra manera habrían sido asumidos por la sociedad.



¹⁶ Regulado mediante la resolución 1555 de 2005, del MADS

¹⁷ (NTC 5133 y NTS TS 02) En el año 2006 la Unidad Sectorial de Normalización en Turismo Sostenible actualiza la NTC 5133, cuyos requisitos ambientales son los mismos que los de la NTS TS 02

¹⁸ Mediante la Resolución 0148 de 2004, del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, se crea el "Sello de Alimento Ecológico" y se reglamenta su otorgamiento. Mediante la Resolución 036 de 2007 se modifica su administración y uso.

¿Cómo se puede obtener una ecoetiqueta?



En Colombia, la reglamentación de cada ecoetiqueta, establece el proceso que podrás ver en la siguiente gráfica:

Este proceso cumple las directrices de estandarización de la ISO.



Fuente: Programa Nacional de Ecoetiquetado, 2002.

Ecoetiquetado a nivel mundial: en el capítulo 7 del PNNV, (INCLUIR TABLA PÁGINA 80) se presenta la descripción de las principales iniciativas de sellos ambientales a nivel mundial. Estos sellos aplican de forma sectorial, territorial y de proceso (cadena de valor, o aplicado a un proceso en particular).

¿Qué ventajas y desventajas tiene obtener estos sellos?



Existen beneficios importantes y también implica esfuerzos para lograrlo.



- + Acceso a mercados nacionales e internacionales.
- + Mayor reconocimiento económico, social y ambiental.
- + Retribución económica en el producto.
- + En algunos casos, podrán acceder a Incentivos financieros para inversión en procesos de obtención del sello.



- Inversión financiera para integrar los requerimientos del sello.
- Proceso de transformación que requiere tiempo, equipo humano e infraestructura técnica.
- Pago económico que requiere el proceso de verificación externa.

5. Resumen

Los criterios de Responsabilidad Social, son atributos que un negocio verde y sostenible debe promover y avanzar. Su impacto se evidencia al interior de la empresa, en el proceso de la cadena de valor y en las comunidades del entorno de operación.

Disminuir la pobreza, generar empoderamiento económico por medio del empleo digno, con estándares de seguridad en el trabajo y promoviendo el bienestar de la familia, son atributos de cumplimiento legal y desde del criterio de RS al interior de la empresa, debe considerarse como indicadores para generar valor en la sociedad.

Los riesgos de generar daños o impactos negativos y las oportunidades de fortalecer una gestión socialmente responsable, verde e inclusiva, se puede evidenciar en las cadenas de valor. La relación con actores de una cadena productiva, y el proceso responsable social y ambientalmente, deben ser coherente en los procesos de suministro, proveeduría, producción, distribución y vida final del producto. Las oportunidades de inclusión en cadenas productivas, es mucho más factible en negocios socialmente responsables.

La participación y desarrollo comunitario, el mejoramiento del entorno social, económico y ambiental, es un indicador relevante de impacto de un negocio verde e inclusivo. Diferentes estándares de RS, proponen a las empresas, integrar un enfoque de desarrollo con comunidades que se ven afectadas o están en las zonas de operación de la empresa, contribuyendo al desarrollo económico, social y ambiental.

La responsabilidad social, es una forma de cualificar la gestión de un negocio verde e inclusivo, facilita herramientas de gestión, comunicación y valoración de impactos en el crecimiento económico, desarrollo social y ambiental.

Podemos concluir además, que los criterios de comunicación y reconocimientos por la gestión social y ambiental, se ven reflejados en estrategias de relacionamiento con grupos de interés y mecanismos de certificación en el producto y servicio. Se refiere a difundir y dar credibilidad por medio de estándares verificados, que el negocio y el producto o servicio son verdes e inclusivos. Para hacerlo, existen metodologías,

reglamentaciones y estándares que en el contexto sectorial, local o mundial, pueden facilitar el acceso a nuevos mercados, diferenciar el costo final del producto y generar legitimidad y posicionamiento del negocio.

