

PROPUESTA DE INTERVENCIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL PARA AXA COLPATRIA

PRESENTADO POR:
ANA MARIA CORAL VELASCO

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
MAESTRÍA EN GESTIÓN SOCIAL EMPRESARIAL
BOGOTÁ D. C.

2018

Tabla de contenido	
Introducción	3
Capítulo I. Contexto Empresarial	5
Aportes del ejercicio de investigación	7
Problema de intervención	8
Objetivos de propuesta de intervención	10
Objetivo general	10
Objetivos específicos	10
Metodología	11
Bibliografía	25
Anexos	26

Introducción

La importancia del presente trabajo radica en la actual oportunidad que tiene AXA COLPATRIA para mejorar y adoptar acciones de RSE que generen consecuencias favorables para la misma organización y para sus grupos de interés alineadas con la estrategia del Grupo AXA. Cabe considerar que en Colombia aún no existe gran porcentaje de organizaciones públicas y privadas que trabajen en favor de la integración de la RSE en su gestión empresarial, sin embargo parte del fin de esta propuesta es hacer que AXA COLPATRIA sea una de las organizaciones de referencia en tema de RSE debido a que implementa acciones de RSE consolidadas con el fin de obtener reconocimiento por las buenas prácticas en el ámbito social, laboral y ambiental.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema que actualmente ha ejercido gran influencia en las organizaciones debido a que tiene un enfoque que atiende asuntos ambientales, económicos, sociales y de bienestar relacionados con la empresa. Según la orientación del negocio cada organización tiene la obligación de investigar y conocer cuál es el impacto positivo o negativo que produce sobre el medio ambiente, la sociedad y la economía derivado de sus decisiones y actividades realizadas en el día a día; esto con el fin de tomar las acciones correctamente pertinentes.

En los últimos años se aprecian serios inconvenientes sociales tales como pobreza, injusticia, inequidad y desigualdad que han llevado a una concentración de riqueza que han generado así estructuras que maximizan las utilidades para una pequeña parte de la sociedad y excluye de beneficios a la gran mayoría presentándose así una brecha entre ricos y pobres haciendo que únicamente el 2% de las personas más adineradas del planeta posea el 40% de los activos mundiales, Stiglitz (2004). Estas circunstancias han hecho que la población humana cada día se interese más por los impactos sociales, ambientales y económicos de las empresas y demande a cada organización la adopción de acciones que impacten positivamente a cada una de las dimensiones mencionadas y contribuyan al desarrollo sostenible en el lugar donde la empresa se encuentra ubicada.

Expuesta esta realidad se formula la presente propuesta metodológica como una alternativa para minimizar los impactos que genera AXA COLPATRIA con su gestión empresarial integrando acciones sociales, económicas y ambientalmente responsables dentro de su estrategia alineada con la estrategia de la organización y del Grupo AXA.

Capítulo I. Contexto Empresarial

AXA COLPATRIA es la unión entre el Grupo francés AXA, que atiende a 103 millones de clientes en 64 países, administra activos cercanos a los US\$1.485 billones con Seguros Colpatría en Colombia cuyo capital sólido y reputado le ha permitido destacarse en las líneas de negocio de Seguros Generales, Seguros de Vida, Salud, Riesgos Laborales y Capitalizadora, está en la línea del negocio asegurador ocupando el séptimo lugar dentro del listado de las principales aseguradoras en el mercado colombiano según el estado mercadotécnico de las compañías a nivel general (Presentación de Inducción AXA COLPATRIA, 2014).

Es una organización que ocupa una de las 10 principales posiciones dentro de las aseguradoras más grandes del país con una participación del 7,4% en primas, según cifras de la Superintendencia Financiera; y actúa en un mercado que se hace cada vez más feroz a la competencia siendo vanguardista con su crecimiento y participación favorable; además de ser perceptible para las más de las 27 compañías de seguros generales y de las 20 de seguros de vida para el período 2011-2015.

Derivado de su programa de productividad, llega la intención de implementar acciones con un enfoque social y ambientalmente responsable desde el ámbito interno y externo; un tema de gran importancia y relevancia para la organización quien actualmente realiza acciones sociales y ambientalmente esporádicas; según sus reportes empresariales, la nueva actitud que la empresa ha decidido tomar en cuanto al entorno social y ambiental deben ir más allá de las obligaciones que tiene con la sociedad; de prestar y vender productos y servicios (AXA COLPATRIA, 2014).

Dentro de sus principales objetivos organizacionales se encuentra ser la compañía de seguros número 2 en tamaño y la número 1 en rentabilidad en el mercado colombiano. Su visión está orientada a “cumplir con el compromiso de satisfacer las necesidades de nuestros clientes y proyectar nuestros valores y beneficios ofrecidos más allá de las expectativas de los usuarios” (AXA COLPATRIA, s.f) y dentro de su misión está “satisfacer de manera

integral las necesidades de nuestros clientes en cuanto a protección, salud, ahorro e inversión ofreciendo un completo y rentable portafolio de productos y servicios para familias o pequeñas y medianas empresas. Nos diferenciamos por nuestras alianzas con canales de distribución alineados por segmento de clientes, con óptima gestión de riesgos de proveedores, alta eficiencia financiera, administrativa y tecnológica, estableciendo una cultura orientada a la excelencia y el servicio, generando valor para nuestros accionistas y para nuestra organización con sentido de Responsabilidad Social Empresarial”.

Es una empresa que ha adoptado internamente algunos estándares de RSE del Grupo AXA, cabe resaltar como lo dice Jean-Paul Rignault, Consejero Delegado de AXA España que las acciones en RSE son una herramienta necesaria para construir una sociedad más fuerte y sostenible. Y como Grupo AXA lo menciona en sus reportes de sostenibilidad, su propósito es la articulación de la Responsabilidad Corporativa en el corazón del negocio diariamente por medio de cada interacción con sus grupos de interés participando en el desarrollo social, ambiental y económico por medio de un comportamiento responsable y siendo sostenibles con productos y servicios que generen valores agregados (GRUPO AXA, 2014).

Aportes del ejercicio de investigación

En cuanto a los aportes que la investigación proporcionó, se evidencia la falta de un ejercicio planeado en temas de RSE por parte de AXA COLPATRIA. Respecto al grupo de interés de la compañía se recoge información sobre las acciones que la compañía debe considerar para llevar a cabo debido a que la actual actividad que realiza la organización no es perceptible para ninguno de los grupos de interés con los cuales se realizaron los focus group debido a la falta de acciones pertinentes y a su vez a la carencia de obedecer a un plan social definido que resulte de un análisis profundo.

De ahí se destaca que AXA COLPATRIA no está viendo a la RSE como una fuente de oportunidad, innovación, ni ventaja competitiva como lo ve su competencia directa del sector asegurador siendo el caso del Grupo Sura quien considera a la RSE como un compromiso ético que se debe asumir integralmente para hacer empresa, para aportar a proyectos de desarrollo social y para participar en dinámicas públicas permitiéndole estar dentro del ranking del Índice Global de Sostenibilidad de Dow Jones y ser una de las mejores empresas con excelente percepción en temas de RSE según el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa y en el caso de Allianz quien ve a la RSE como una acción que se debe llevar a cabo de manera obligatoria debido a la capacidad que tiene de impactar positivamente a cada grupo de interés por medio de acciones sociales, económicas y ambientalmente responsables. Y como una actividad que una aseguradora debe realizar por naturaleza debido a su fuerte componente social que obliga a reinvertir en la sociedad, en la protección de las personas y en su bienestar; estrategia organizacional que le permitió obtener la Certificación en Responsabilidad Social de la Corporación Fenalco Solidario.

Esto lleva a la conclusión que AXA COLPATRIA necesita implementar acciones sociales, ambientales y económicas que demuestren resultados medibles y evidentes dentro de cada grupo de interés ya que las percepciones que surgieron de cada grupo es que las acciones actuales no lo son. Por tal motivo se propone crear dentro de la organización un área de RSE responsable de llevar a cabo la estrategia y las acciones que se planteen dentro de la propuesta de intervención.

Problema de intervención

El problema actual en AXA COLPATRIA es la falta de un área de RSE que se encargue de plantear y llevar a cabo acciones sociales, económicas y ambientales que le permitan a la organización adoptar un comportamiento ético, un desarrollo sostenible, valor competitivo a la empresa y de igual manera que le permitan conocer por medio de indicadores medibles los resultados con consecuencias favorables.

Adoptar acciones que sean medibles para cada grupo de interés le permitirá a AXA COLPATRIA ser reconocida y competitiva por medio de los programas sostenibles que implemente con el fin de impactar a gran proporción en la solución de problemas sociales, económicos y ambientales dentro de su entorno. Se debe tener en cuenta que la RSE es una práctica que debe estar trazada sobre la estrategia corporativa para lograr que sea sostenible en el tiempo (Pesce, 2005). Por otro lado, es conveniente la creación de una área de RSE que cuente con los requerimientos de la casa matriz y que sobretodo, responda a la vocación de una organización que impacta en la seguridad de los individuos, comunidades y organizaciones.

Es importante anotar principalmente que la intención de los negocios empresariales está focalizada en obtener beneficios económicos lo cual ha suscitado a generar únicamente rentabilidad y no tener en cuenta que su actividad económica crea una serie de impactos negativos que afectan el entorno social, económico y ambiental (Luffiego y Rabadán, 2000).

Al no existir en una entidad empresarial un equilibrio entre lo económico, lo ambiental y lo social en su lógica de los negocios; los impactos ambientales se han acentuado en el mundo haciéndose visible la contaminación, deforestación, destrucción de la capa de ozono, calentamiento global, disminución de selvas y bosques tropicales, pérdida de biodiversidad y extinción de especies, etc, debido a la prioridad que se le da a la dimensión económica y que a su vez esta prioridad está generando grandes desequilibrios los cuales se manifiestan en datos que indican que menos de una tercera parte de la población consume cerca del 80 por ciento de los recursos disponibles del planeta; es decir, se encuentra en riesgo la

satisfacción de necesidades de las generaciones futuras y además de las presentes (Zapiain, 2003).

Así mismo, en los últimos años se aprecian el incremento de serios inconvenientes sociales tales como pobreza, injusticia, inequidad y desigualdad, circunstancias que han hecho que la población humana cada día se interese más por los impactos sociales, ambientales y económicos de las empresas y demande a cada organización la adopción de un comportamiento ético que contribuya al desarrollo sostenible en el lugar donde la empresa se encuentra ubicada.

Así las cosas, es perceptible para la sociedad que hay que tomar acciones contundentes que demuestren efectividad debido a la existencia de un modelo económico ecológicamente maltratado, socialmente excluyente, políticamente injusto para la mayoría de la población y económicamente viable para parte de la sociedad dejando a un lado la mayoría de habitantes.

Una realidad que hizo necesaria llevar a cabo una investigación con el fin de generar una propuesta para AXA COLPATRIA de buenas prácticas empresariales, teniendo en cuenta la integralidad de la dimensión económica, social y ambiental como aporte para la problemática anteriormente expuesta.

Objetivos de propuesta de intervención

Objetivo general

Proponer la creación de un área de Responsabilidad Social Empresarial en AXA COLPATRIA.

Objetivos específicos

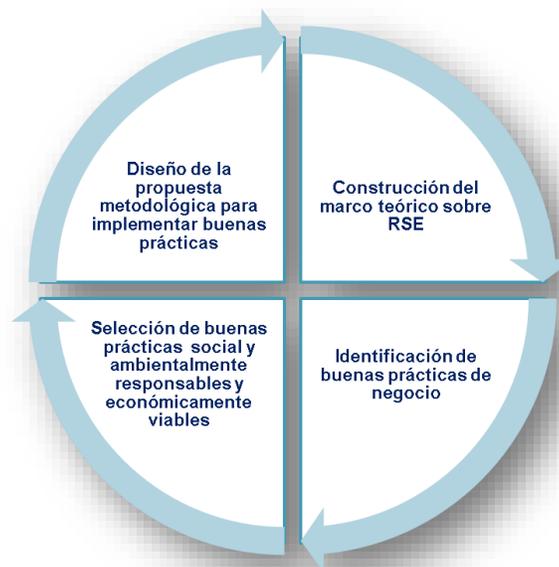
1. Mejorar la reputación de AXA COLPATRIA por medio de la implementación de acciones sociales, económicas y ambientales implementadas.
2. Establecer las acciones sociales, ambientales y económicamente responsables para ser implementadas en AXA COLPATRIA.
3. Presentar las características que debe cumplir la persona encargada del área de RSE en AXA COLPATRIA.

Metodología

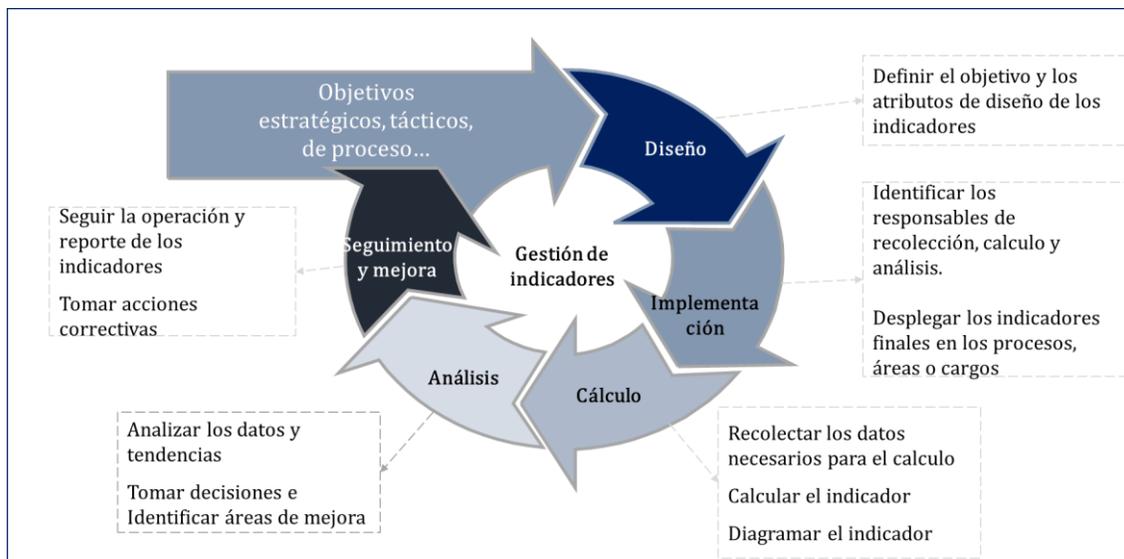
El diseño metodológico que se presenta a continuación se hace a partir del uso del brief del Project Charter o Acta de Constitución del Proyecto, un documento en el cual se detallan los aspectos fundamentales y cruciales del proyecto.

Dentro de este documento se detallan los aspectos fundamentales de la propuesta junto con su respectiva dimensión (social, económica y ambiental) a partir de la definición de objetivos, establecimiento de los entregables, delimitación del alcance, definición de los grupos de interés (stakeholders), asignación de responsabilidades, definición del plan financiero, de recursos y de calidad, y además los riesgos y restricciones a considerar. El segundo documento contiene la información del perfil del líder del área de RSE el cuál se considera debe tener la persona a cargo junto con las competencias y la escala para ser evaluada la persona antes de su ingreso al cargo.

El uso de la metodología usada hace referencia a una metodología descriptiva que según Avila (2006), permite identificar, comprender y resaltar las principales características de los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial junto con sus respectivas dimensiones: social, ambiental y económica. A partir de la descripción de las mismas se identifican diferentes prácticas empresariales a implementar en AXA COLPATRIA consideradas ambientalmente amigables, socialmente incluyentes y económicamente viables.



Por otro lado, se presenta a continuación el ciclo de gestión de los indicadores que se tendrá en cuenta:



El fin de esta propuesta es hacer que AXA COLPATRIA actúe bajo las actividades responsables que se enuncian debido a que se vuelven una opción estratégica para disminuir su impacto socio-ambiental, mejorar la imagen de la organización ante clientes, intermediarios, trabajadores, sociedad y competencia y, a su vez le permite acceder a nuevos mercados donde se requieren prácticas obligatorias en temas de RSE.

Esta propuesta se basa en los comentarios que realizaron los diferentes grupos de interés que participaron en el focus group (intermediarios, clientes y trabajadores) además de la estrategia que tiene el Grupo AXA de RSE enfocada en temas de facilitar la toma de seguros, crear una conciencia amigable con el medio ambiente y protegerlo, reducir riesgos, crear conciencia de voluntariados sociales y ambientales, proteger la salud, proteger los ahorros, todo con el fin de empoderar a la gente a vivir una vida mejor.

A continuación se presenta el **cuadro comparativo** que muestra a diferencia de Sura y Allianz la realidad que AXA COLPATRIA tiene frente a las acciones de RSE.

	ACCIONES		
	AMBIENTALES	SOCIALES	ECONÓMICAS
AXA COLPATRIA	CR - WEEK: campaña de comunicación enfocada en generar conciencia en sus trabajadores sobre los riesgos que la humanidad acarrea debido al cambio climático	Campaña de prevención vial (Bogotá) #Yopuedomanejarlo	Aprender a emprender en seguros: impulsar en su fuerza comercial el emprendimiento dentro del sector coasegurador
	Voluntariado de siembra de árboles	Voluntariado Insólito: programa para educar a estudiantes de últimos años en el manejo de finanzas personales y conocimiento del mundo asegurador.	
	Empleados: Entrenatupower - campaña enfocada en crear conciencia de apagar equipos, luces, hacer reciclaje en las urnas ecológicas.	<p>Environmental Reporting: reporte que muestra el progreso que ha tenido en el último año en temas de protección ambiental</p> <p>Donación de \$20 millones al Hogar San Mauricio por medio de WikiMujeres</p>	Selección responsable de proveedores
SURA	Analizar periódicamente el desempeño ambiental de las inversiones estratégicas	Inversión social en proyectos que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de poblaciones vulnerables	Inclusión responsable y de desarrollo de capacidades en el desarrollo de negocios de servicios financieros dentro de cada país donde tienen presencia
	Crear espacios de divulgación y conocimiento que fortalezcan la cultura del cuidado de los recursos	Felix y Susana; un programa de educación para la sana convivencia que contribuye al fortalecimiento de las relaciones entre los niños, la familia y la escuela, mediante el desarrollo de capacidades en los educadores, para potenciar el afecto, el cuidado y la comunicación como facilitadores del proceso formativo	Criterios ambientales en sus procesos de selección de proveedores y en las actividades asociadas a la operación.
	Desarrollar políticas de seguimiento a la actividad ambiental de la empresa, campañas institucionales para la optimización de recursos (papel, agua, energía eléctrica...)	Sabiduría Ancestral Indígena el cual busca contribuir al conocimiento de los pueblos indígenas de Colombia y reconocer la multiculturalidad del territorio, para que haya una valoración de la ética y la estética indígena desde los primeros años como un componente fundamental para el desarrollo social y cultural	Verifica el cumplimiento de normas ambientales en la cadena de abastecimiento con sus proveedores, desarrolla estudios de impacto ambiental, privilegia la selección de productos amigables con el medio ambiente.
	Promover la utilización de transportes masivos y alternativos entre ellos, trabajar en la cultura del reciclaje	Voluntariado Corporativo; el cual es una alternativa de participación que permite comprender la realidad, ser parte de su transformación y gestionar aprendizajes sociales.	
	Promueve y permite participar a sus clientes en proyectos de pedagogía ambiental, desde los mensajes institucionales; desarrollando y ofreciendo productos amigables con el medio ambiente		
ALLIANZ	Campana WalktoWork y BiketoWork promueve la activación del corazón, al caminar con amigos al trabajo e inició como parte de las estrategias para promover que sumáramos pasos dentro del reto de Allianz World Run además de dejar a un lado el uso de transporte público o automóvil.	Programas de nutrición para clientes para vivir saludable #VivoSaludable por medio de campañas de promoción de la salud y prevención de enfermedades mediante actividades de bienestar emocional, alimentación balanceada y actividad física	No implementa
	Prestamo de bicicletas para el desplazamiento de los trabajadores		
	Allianz Seguros forma parte de un programa para reducir sus emisiones de CO2. Entre otras cuestiones, trabaja intensamente para promover los formatos digitales y, de este modo, reducir de forma considerable su consumo de papel.	Programa Home Office su fin reducir tiempos de desplazamiento, dar la oportunidad de compartir más tiempo con sus familias y aumentar su autogestión	
	Asimismo, Allianz Seguros cuenta con productos para asegurar, por ejemplo, instalaciones de energías renovables.		
	Desde el año 2012 asumen el rol de ser una empresa no-contaminante. Siembran anualmente árboles de Acacia Mangium Wild que compensen la huella de carbono que emiten en su operación. Tienen el Bosque Allianz el cual está conformado por más de 6.000 árboles que ayudan a capturar su huella de carbono anual.		
Participan anualmente con sus colaboradores en charlas de sostenibilidad y responsabilidad medioambiental y apoyan las jornadas de forestación organizadas por la Cámara de Industria y Comercio Colombo-Alemana.			

*Acciones implementadas en cada aseguradora a partir de 2014

Detalle de los aspectos fundamentales y cruciales del proyecto de acuerdo al Project Charter:

<p>Acciones sociales, ambientales y económicamente responsables con consecuencias favorables para AXA COLPATRIA y el grupo de interés</p>	
<p>Objetivo estratégico Identificar las acciones sociales, ambientales y económicamente responsables para AXA COLPATRIA alineadas con la estrategia corporativa y a las acciones que el Grupo AXA</p>	
<p>Acción estratégica</p>	<p>Para qué queremos implementar esta iniciativa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar acciones que le permitan tanto a la organización desarrollar reputación social, ambiental y económica con el fin de impactar con consecuencias favorables a cada grupo de interés. • Apoyar, sensibilizar e informar • Difusión y estrategias comunicativas.
<p>Alcance</p>	<p>Lo que incluye el desarrollo de la iniciativa.</p> <p>Cumplir con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir las acciones sociales, ambientales y económicas a implementar por grupo de interés de acuerdo a la dimensión junto con su puntual indicador • Monitorear y evaluar los resultados de las acciones implementadas • Apoyar el desarrollo de cada iniciativa
<p>Resultados esperados Retos – Características (Metas no. actividades / KPI's)</p>	<p>Etapas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigación, diseño, planificación y evaluación y recopilación de lecciones aprendidas para darle vuelta al ciclo con mejoras a las acciones. <p>En la etapa de planificación o desarrollo se debe controlar el cumplimiento, evaluar y realizar el seguimiento exacto del consumo de los recursos: económicos, humanos como fechas y plazos. Es la misma etapa se realizarán los cambios necesarios y re-calcula la mejor ruta de trabajo, guardando simulaciones de planificaciones para prevenir contratiempos indeseados.</p> <p>Productos/Entregables</p> <p>Informe anual de resultados y un sistema de evaluación balance social anual (evaluar, medir y controlar cuantitativa y cualitativamente la gestión social de la organización).</p>

	Acciones a implementar (a continuación)
Tiempo estimado de duración	1 año y 6 meses
Época estimada de ejecución	De septiembre de 2018 a marzo de 2020
Líder: _Líder de RSE_	<p>Apoyos críticos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un área de RSE enfocada en desarrollar y ejecutar cada una de las acciones estimadas para la dimensión social que contenga un equipo capacitado con el perfil de cargo necesario para su exitoso fin. <p>Recursos humanos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Líder de RSE • Profesional de RSE • Profesional de RSE
Cronograma: actividades y responsables	<p>Recursos (económicos y otros) \$ 200.000.000 COP para ejecución de programas</p> <p>Recursos de apoyo: área de gestión humana como patrocinador y movilizador de las actividades</p> <p>Inicio del proyecto: septiembre 2018 Ejecución de actividades: noviembre 2018 – noviembre 2019 Fin de proyecto: junio 2020</p>

A continuación se dan a conocer las acciones propuestas para implementar según cada dimensión.

Una de las razones por las cuales AXA COLPATRIA debe tener un rol ambientalmente responsable y sostenible, es porque directa o indirectamente sus actividades empresariales están teniendo impactos ambientales. En este caso inversiones por mitigar el cambio climático, creación de conciencia ambiental, inversión en programas de prevención ayudarán al propósito de ser ambientalmente responsables. Dado esto y apartir de la información recolectada por cada uno de los grupos de interés se plantean las siguientes acciones a desarrollar.

Efecto positivo: prestigio, ser una de las aseguradoras con más renombre en RSE, valor competitivo y generar valor compartido.

Acciones ambientalmente responsables						
Acción	Indicador	Fecha inicio	Fecha fin	Presupuesto	Observación	
Programa de educación ambiental y eficiencia energética para empleados, familias, proveedores, comunidad (sensibilización, capacitación y participación) su fin es explicar y diferenciar conceptos como eficiencia energética, residuos sólidos, basura, reciclaje, reutilización, residuos sólidos, aprovechables, entre otros.	% de personas q usaron los conocimientos en educación ambiental reciclando / todos los asistentes al programa (encuesta) N° personas impactadas N° proyectos aprobados / proyectos ejecutados N° programas realizados	feb-19	may-19	\$ 10.000.000	Semestralmente se escogerán dos instituciones por localidad de la ubicación de la empresa (nacional) donde los voluntarios de AXA COLPATRIA capacitarán a estudiantes de 8-9 grado y docentes sobre el manejo adecuado de los residuos sólidos	
Desarrollar y ejecutar proyectos de educación ambiental en alianza con entidades sin ánimo de lucro (ONG) enfocadas en la conservación de fauna, flora con el fin de disminuir los impactos ambientales	N° de alianzas con fundaciones Disminución de índices de CO2	oct-18	mar-20	\$ 25.000.000		
Instalación de puntos ecológicos en las oficinas	N° de puntos ecológicos instalados	oct-18	mar-20	\$ 6.000.000		
Crear un comité de voluntariado (movilizadores de los programas y jornadas)	N° de integrantes del comité (mínimo 10)	oct-18	mar-20	\$ -		
Diseñar campañas de comunicación a empleados con el fin de crear cultura de voluntariado en aspectos ambientales (siembra de árboles, recolección de basuras en sectores más contaminados en cada una de las ciudades de ubicación)	N° inscritos / N° voluntarios 1er programa Horas de voluntariado N° voluntarios programa / N° de empleados voluntarios N° zonas impactadas	oct-18	mar-20	\$ 5.000.000	Las campañas de comunicación se hacen trimestralmente	
Ahorro de luz en la adquisición de nuevas oficinas o sucursales teniendo en cuenta la iluminación (oficinas abiertas, utilizando iluminación natural, vista hacia el exterior con ubicación que evite luz solar directa) con el fin de ahorro en uso de energía.	% disminución de energía N° revisiones por trimestre	oct-18	mar-20	\$ -		
Disminución de uso de papel y agua	% disminución de papel % disminución de agua N° de procesos digitales / N° de procesos con uso de papel	oct-18	mar-20	\$ -		
Informar de manera permanente a los públicos de interés (intermediarios, empleados, comunidad, clientes) sobre los programas de RSE realizados	N° programas desarrollados / N° de programas divulgados en medios N° de avisos internos	oct-18	mar-20	\$ -	Información emitida semestralmente por medio de comunicación digital	
Plan de eficiencia energética por medio de la adaptación de un modelo de energía renovable	% de aumento de uso de energía renovable	oct-18	mar-20	\$ -	Grupo AXA para el 2020 todos los países con presencia deben tener energía renovable.	

"El valor que crea la compañía no puede medirse simplemente por mirar su balance financiero, debido a que el enfoque del negocio de seguros es utilizar el capital para generar riqueza no solo financiera sino también riqueza humana, social y comunitaria para el bien de la sociedad en su conjunto"(Grupo AXA, 2014). Por tal motivo debe enterarse que los modelos de negocio deben ser justos yendo más allá de la generación de riqueza aportando y compartiendo las habilidades que la organización ha desarrollado, aportando valor a los colaboradores y a la comunidad.

Dentro de las conclusiones se puede añadir que una aseguradora debe tener un rol de ente regulador que promueva la prevención y conocimiento de factores riesgo.

Acciones socialmente responsables						
Acción	Indicador	Fecha inicio	Fecha fin	Presupuesto	Observación	
Programa de educación financiera y sensibilización en la importancia de estar asegurados	N° programas ejecutados % de personas q usaron los conocimientos en educación financiera / todos los asistentes al programa (encuesta)	feb-19	may-19	\$ 15.000.000	Las personas que dictan los programas deben ser funcionarios voluntarios de la compañía Los programas se hacen semestralmente hasta el 2020	
Programa de prevención de accidentes viales (seguridad vial) a trabajadores y clientes	% de personas q usaron los conocimientos de seguridad vial / todos los asistentes al programa (encuesta) N° programas aprobados / N° programas ejecutados	feb-19	may-19	\$ 15.000.000		
Programas enfocados a generar conocimiento, emprendimiento y oportunidades de negocio en el ámbito de los seguros (estudiantes de colegios 10 y 11 cercanos a la empresa)	% de personas q usaron los conocimientos de seguridad vial / todos los asistentes al programa (encuesta) N° programas	feb-19	may-18	\$ 15.000.000		
Jornada de atracción de talento laboral dirigida a la comunal local del área de influencia de la organización	N° vacantes / N° vacantes cubiertas	mar-19	mar-20	\$ 4.000.000	(30 vacantes disponibles para laborar en diferentes áreas de la organización de acuerdo a su nivel estudiantil) Los programas se hacen semestralmente hasta el 2020	
Creación de soluciones de seguros que respondan al entorno en el cual se encuentran sus clientes (microseguros - población vulnerable que ganan menos de 2 SLMV)	N° de productos para este público N° de clientes de microseguros	feb-19		\$ -		
Creación de proyectos que permitan participación de trabajo voluntario y donaciones	N° de comunicaciones enviadas para ser voluntarios / N° Voluntarios	feb-19	may-19	\$ -		
Apoyar a las PYMES por medio de programas de voluntariado de prevención de accidentes	N° pymes impactadas / n° accidentes en pymes relacionados	feb-19	may-19	\$ 6.000.000		
Alianzas o convenios con entidades sin ánimo de lucro (ONG) de carácter social con el objetivo de desarrollar proyectos orientados al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades en el área donde ejerce influencia u opera la compañía	N° alianzas o convenios	feb-19	may-19	\$ 10.000.000		

Entendemos un modelo de negocio económicamente viable es cuando se maneja con responsabilidad, ética y eficiencia los recursos financieros para que se mantengan en el tiempo rentables y generen desarrollo y bienestar a cada uno de los grupos de interés, bajo el criterio de relaciones transparentes, pagos oportunos, aseguramiento de comunidades y generación de empleo.

Acciones socialmente responsables						
Acción	Indicador	Fecha inicio	Fecha fin	Presupuesto	Observación	
Campañas de endomarketing (productos y servicios de la compañía) con enfoque de prevención de riesgos y enfermedades	N° trabajadores con productos de la compañía	feb-19	may-19	\$ 4.000.000		
Disminución de costos a través del uso eficiente de materias primas, agua, energía y otros insumos.	% disminución agua, luz y papel	feb-19	may-19	\$ -	<p>Se tienen en cuenta los indicadores luego de puesta en marcha los programas de disminución</p> <p>Se realizan campañas de ahorro de luz, agua, energía y papel permanentes</p> <p>Bienes y servicios adquiridos priorizados como compras sostenibles (equipos de cómputo, electrodomésticos, insumos de iluminación destacados por eficiencia energética) (papel, destacado como producto biodegradable), (aseo y cafetería destacados en aspectos ambientales y sociales)</p>	
Beneficio de impuesto de renta	% de beneficios tributarios al implementar acciones de RSE % de beneficio adquirido respecto al año	Anual		\$ -		
Hacer campañas de comunicación en medios que le permitan a AXA COLPATRIA encabezar la lista de aseguradoras con acciones sociales, ambientales y económicamente responsables	Reducción de los riesgos reputacionales y los costes relacionados	nov-19	may-20	\$ -	Publicaciones por medio de free press	
Relación con proveedores que cuenten con certificados ambientalmente responsables	#empresas proveedoras de servicios/ n° certificaciones que tienen	nov-18	may-20	\$ -		
Convirtiendo los residuos en una opción de negocio viable por su venta	\$ recibido / \$ invertido en acciones sociales	ene-19	may-20	\$ -	<p>Hacer un reporte mensual de residuos</p> <p>Generación de ingresos económicos mediante la venta de residuos que pueden ser utilizados por otras empresas en nuevos procesos productivos.</p>	
Más productos de venta digital	% participación de la venta digital / tradicional			\$ -	Incremento respecto al semestre anterior	
Creación de un modelo de compras sostenibles que permita la evaluación de los aspectos del producto tales como: origen de sus componentes, sustancias que puedan tener impacto ambiental o social, disposición final de producto y derechos humanos.	Impacto en la disminución del CO2 (componentes y sustancias que puedan tener impacto ambiental negativo)			\$ -		
Alianzas con fundaciones sociales y ambientales que tienen gran posicionamiento en Colombia	# alianzas # programas ejecutados			\$ 39.000.000		

Como segunda parte de la propuesta, se presenta el perfil del cargo requerido para él(a) líder del área propuesta de Responsabilidad Social Empresarial.

FORMATO DE PERFIL DE CARGO	
FECHA: _____	SEDE: <u>AXA COLPATRIA</u>
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN: _____	<u>Líder de Responsabilidad Social Empresarial</u>
NIVEL: <u>Gerencia</u>	<u>SALARIO :</u>
DEPENDENCIA: _____	<u>Gestión del Talento Humano</u>
2. OBJETO GENERAL DEL CARGO	
<p>Liderar el área de RSE asegurándose de que el ambiente y la comunidad no están siendo afectados por el rol de la empresa por medio de la implementación de acciones sociales, económicas y ambientalmente responsables.</p>	
3. REQUISITOS MÍNIMOS	
<p>3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA: Formación universitaria completa con maestría en RSE o Gestión Social Empresarial. Profesión específica: Antropólogo, Comunicador Social o Trabajador social</p> <p>CONOCIMIENTO ESPECIFICO: Líder capaz de desarrollar estrategias y objetivos que impactan positivamente los grupos de interés de la organización. Experiencia en liderazgo de proyectos de responsabilidad social, educación, negocios inclusivos e inversión social desde el sector privado y en administración de áreas de Sostenibilidad / Responsabilidad Social.</p> <p>Liderazgo y gestión de talento de equipos relevantes de RSE, capacidad en gestión de proyectos y capacidad de manejo de presupuestos de más de 200 millones</p>	
<p>3.2 EXPERIENCIA LABORAL- EXPERIENCIA PUESTO : Más de 4 años de amplia experiencia en la implementación de programas de RSE con inglés avanzado.</p>	

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES					
Evaluar el impacto de los proyectos sociales, ambientales y económicos del contexto organizacional					
Planeación y Ejecución del Plan de RSE					
Formular, implementar y evaluar proyectos sociales en el ámbito organizacional.					
Liderazgo y gestión del talento del equipo de trabajo a cargo.					
Hacer seguimiento a los indicadores propuestos para el área					
Gestión de la entrega del servicio. Cumplimiento y mejora de SLAs (Service Delivery)					
Gestión de la disponibilidad y óptimo desempeño de aplicativos y soluciones.					
Identificar las necesidades sociales, ambientales y económicas					
Diseñar las políticas y planes institucionales en las áreas de Responsabilidad Social y Calidad de Vida laboral.					
Convenciones	TIPO DE FUNCIÓN PERIODICIDAD	Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
		Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Trimestral (t)

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
1	Adaptación		x	
2	Ambición profesional	x		
3	Análisis	x		
4	Aprendizaje	x		
5	Asertividad	x		
6	Autocontrol	x		
7	Autonomía	x		
8	Creatividad	x		
9	Delegación	x		
10	Dinamismo	x		
11	Flexibilidad		x	
12	Independencia	x		
13	Iniciativa	x		
14	Integridad	x		
15	juicio	x		
16	Liderazgo	x		
17	Negociación y conciliación	x		
18	Orientación al servicio	x		
19	Persuasión	x		
20	Planificación y Organización	x		
21	Resolución de problemas	x		
22	Sensibilidad interpersonal	x		
23	Sociabilidad	x		
24	Toma de decisiones	x		
25	Trabajo bajo presión			
26	Trabajo en equipo	x		
5.2 TÉCNICAS				
1	Atención al detalle	x		
2	Atención al público	x		
3	Autoorganización	x		
4	Comunicación no verbal	x		
5	Comunicación oral y escrita	x		
6	Disciplina	x		
7	Razonamiento numerico	x		
8	Sentido de Urgencia	x		

6. RESPONSABILIDADES		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
a.	Bienes y valores (¿cuáles?)	X		
b.	Información (¿cuál?)	X		
c.	Relaciones interpersonales (¿cuál?)	X		
d.	Dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?)	X		

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES		PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
		0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
7.1 CARGA FÍSICA					
a.	Posición Sedente			X	
b.	Posición Bípeda		x		
c.	Posturas mantenidas			X	
d.	Alternar posiciones		x		
e.	Motricidad Gruesa			x	
f.	Motricidad Fina			x	
g.	Destreza Manual		x		
h.	Levantamiento y Manejo de Cargas	x			
i.	Velocidad de Reacción			x	

7.2 CARGA MENTAL				
a. Recibir información oral/escrita				X
b. Producir información oral/escrita				X
c. Análisis de información				X
d. Emitir respuestas rápidas				X
e. Atención				X
f. Concentración			X	
g. Repetitividad			X	
h. Monotonía			x	
i. Tareas de precisión visomotora		x		
j. Habilidad para solucionar problemas			x	
k. Interpretación de signos y símbolos				X
l. Percepción causa - efecto			x	
m. Valoración de la realidad				X
7.3 SENSOPERCEPCIÓN				
a. Percepción Visual				X
b. Percepción auditiva				X
c. Percepción gustativa	x			
d. Percepción olfatoria	x			
e. Percepción táctil	x			
f. Percepción / discriminación de detalles			X	
g. Integración sensorial requerida			X	
h. Diferenciación figura fondo		x		
i. Relaciones espaciales		x		
j. Kinestesia		x		
k. Propiocepción	x			
l. Esterognosia	x			
m. Constancia de la forma		x		
n. Percepción del color		x		
o. Planificación motora		x		
Elaborado por: _____	Revisado por: _____			
Aprobado por: _____	Revisado por _____			

Competencias Transversales	
Flexibilidad	Preguntas
Definición: modificación del comportamiento adecuándolo a situaciones de cambio o ambigüedad manteniendo la efectividad en distintos entornos con diferentes tareas, responsabilidades y personas.	Alguna vez tuvo que hacerse cargo de alguna tarea nueva o diferente a lo acostumbrado, ¿Qué fue lo que hizo usted?, ¿cómo lo manejo?
	Cuénteme alguna vez en que tuviera un plan objetivo determinado y un acontecimiento que lo haya obligado a cambiar el plan.
Comportamientos Asociados	Preguntas
Controlar situaciones en las que diversas personas exigen cosas diferentes simultáneamente.	Explíqueme con detalle qué diferencias importantes encontró en alguno de sus cambios de trabajo y qué hizo para adaptarse a la nueva situación.
Adaptarse fácilmente a las actividades y responsabilidades	Hábleme de los obstáculos mayores que ha encontrado a la hora de adaptarse a un nuevo trabajo o a un nuevo cliente y cómo lo superó.
Trabajar con personas, productos y herramientas que cambian con frecuencia, y cuyas modificaciones han de aprenderse con rapidez.	
Permanecer siendo efectivo cuando las actividades y prioridades	
Foco en el Cliente	Preguntas
Definición: determinación para satisfacer a los clientes entendiendo sus necesidades y dando solución a sus problemas con el fin de	Cuénteme una situación en la que considere que resolvió satisfactoriamente las necesidades de un cliente externo/interno ¿Cómo actuó en esa situación?
	Dígame que métodos o mecanismos ha seguido para potenciar y comprender las necesidades del cliente (ya sea interno o externo)
	¿Recuerda alguna ocasión en la que hiciera por un cliente más de lo que es habitual?
Comportamientos Asociados	Preguntas
Demostrar empatía por el cliente	¿Qué ha hecho usted cuando ha recibido alguna reclamación de algún cliente insatisfecho?, ¿Cómo la manejo?
Interés por escuchar al cliente y prestar atención a sus necesidades	
Realizar seguimiento a a las necesidades del cliente	
Mostrar interés por corregir los errores cometidos con los clientes	
Solucionar rápidamente los problemas que encuentran los clientes en los productos y servicios	
Organizar la propia actividad de forma que se pueda dar un mejor	
Ser responsable y comprometido con el servicio	
Orientar al cliente	
Orientación al logro	Preguntas
Definición: Habilidad para realizar las labores del cargo y alcanzar los resultados propuestos con efectividad.	¿Cómo determina usted los resultados o metas a alcanzar en su unidad de trabajo?, ¿qué criterios utiliza para ello?, ¿cómo lo comunica a sus colaboradores?
	¿Cuál fue el resultado en su última evaluación del desempeño?, ¿por qué considera usted que alcanzó (o no) los objetivos propuestos?
	Si su jefe o gerente establece nuevas metas que usted no comparte, ¿usted cómo reacciona?. Bríndeme un ejemplo de esta situación, ¿qué hizo usted?, ¿cómo lo
Comportamientos Asociados	
1. Cumple con las metas y objetivos de su cargo en los plazos	
2. Resuelve ágilmente las dificultades que aparecen en el desarrollo de	
3. Busca retos y desafíos en lo que respecta a su desarrollo profesional, para mejorar su desempeño.	

Competencias Específicas: Líder de RSE	
Competencia:	Definición:
Iniciativa (Proactividad)	Es la predisposición para actuar proactivamente y pensar no sólo en lo que hay que hacer en el futuro. Implica marcar el rumbo mediante acciones concretas, no sólo de palabras. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones de los problemas.
Comportamientos asociados	Preguntas:
1. Toma decisiones en momentos de crisis.	1. Mencione cuales son las tareas que más le gustan hacer en su trabajo actual ¿Y las más aburridas?
2. Aborda oportunidades o problemas del momento.	2. ¿En qué ocasiones de su trabajo siente que tiene que consultar a su jefe antes de actuar?
3. Se adelanta y prepara para los acontecimientos que puedan ocurrir en el corto plazo.	3. ¿En qué situaciones laborales ha sentido la necesidad de dejar una tarea sin resolver?
	4. ¿Cuáles son los problemas diarios propios de su trabajo? ¿Qué hace para resolverlos?
	5. Mencione la última vez que no estuvo de acuerdo con una decisión de tu jefe.
Competencia:	Definición:
Liderar proyectos	Es la capacidad de dirigir y administrar proyectos manejando los plazos de entrega, actividades y gastos de ellos. Vincular conscientemente sus propias actividades con las de los colegas y con los objetivos estratégicos de su unidad.
Comportamientos asociados	Preguntas:
1. Sólida habilidad de comunicación.	1. ¿Cuáles son sus objetivos profesionales inmediatos y a largo plazo?
2. Apoya y contiene a otros miembros del equipo cuando estos le necesitan.	2. Describa una situación en la que te fue difícil cumplir con lo que se había prometido. ¿Cómo lo resolvió?
3. Orienta la acción de su grupo en una dirección determinada, inspirando valores de acción y anticipando escenarios.	3. ¿Qué impacto tiene la actividad que realiza en los objetivos de su empresa?
	4. Mencione si en alguna ocasión ha tenido compañeros en la empresa con los que tuviera que relacionarse y tuvieran fama de difíciles. ¿Cómo era su relación con ellos?
	5. ¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles de su personalidad?
Competencia:	Definición:
Pensamiento estratégico	Es la habilidad para comprender rápidamente los cambios del entorno, las oportunidades que se presentan, las amenazas competitivas, las fortalezas y debilidades de su propia organización a la hora de identificar la mejor respuesta estratégica. También, es la capacidad para detectar nuevas oportunidades, realizar alianzas estratégicas con usuarios, proveedores o competidores.
Comportamientos asociados	Preguntas:
1. Puede adecuarse a los cambios del entorno detectando nuevas oportunidades.	1. ¿Cuáles son las oportunidades y/o amenazas que usted a identificado para su empresa en los próximos años? ¿Cómo llegó a esa conclusión?
2. Detecta nuevas oportunidades de crear alianzas estratégicas.	2. Describame un logro importante que haya obtenido siendo miembro de un equipo.
3. Comprende los cambios del entorno y las oportunidades	3. Mencione una situación en la que se haya encontrado en una disyuntiva. Explique las variables que utilizó para tomar una decisión. ¿Que razonamiento lo inclinó a tomar esas decisiones?
	4. ¿Cuáles son las áreas más estratégicas de su organización que usted controla actualmente?
	5. ¿Alguna vez a participado usted en algún proyecto estratégico para su organización?, ¿Cuál fue su papel específico?, ¿Qué hizo usted?

Es importante concluir que las acciones propuestas cumplen un cronograma cómo un presupuesto, por otro lado es para que la creación del área de RSE sea exitosa se debe cumplir con el perfil de cargo anteriormente expuesto.

Bibliografía

Avila, Héctor. (2006). Introducción a la Metodología de la Investigación. Cuauhtemoc, Chihuahua, Mexico. ISBN-10: 84-690- 1999-6.

AXA. (s.f). Presentación de AXA. Recuperado de: <https://www.axa.es/responsabilidad-corporativa/presentacion>

AXA COLPATRIA. (2016). Presentación AXA COLPATRIA Inducción [archivo PDF]. Recuperado de: Presentación Interna de Inducción.

Luffiego G., Radabán J. M. (2000). Evolución del concepto de Sostenibilidad y su introducción a la enseñanza. Enseñanza de las ciencias , 473-486.

Pesce D., 2005. En qué está la RSE en el mundo, cómo estamos en Chile y comentarios de estudio RSE de Concepción. Concepción, 4 de Mayo. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

Zapiain, A. (2003). Los límites del Crecimiento. Club de Roma.

Stiglitz, Joseph. (2004). El precio de la desigualdad: Como la sociedad dividida de hoy pone en riesgo nuestro futuro.

Anexos

Entrevista Bernardo Serrano – Presidente de AXA COLPATRIA

¿Es estratégico implementar acciones de RSE en una organización? No considero que la palabra estratégica es la que usaría aquí porque como empresa tenemos vocación de proteger, y dentro de proteger está enfocarnos en el cliente, en generar empleos y la RSE es necesaria porque es una forma de cubrir la necesidad que tiene la sociedad. Se trata de por un lado estar protegiendo y vigilar que por el otro no esté destruyendo. Si es estratégico o no, la palabra “estrategia” es muy grande para mí entonces, no la veo allí.

¿Cómo ve a Colombia en temas de RSE? Veo a Colombia en cuanto a RSE atrasada en lo que respecta a otros países. Creo que como es un país en desarrollo por tal motivo la RSE también está en desarrollo. No veo muchas unidades de RSE en las empresas colombianas, se ven iniciativas y generalmente los grandes grupos empresariales se preocupan por estos temas pero los grandes grupos no son las mayorías de las empresas del país como en este caso las PYMES, quienes son las que mueven la economía. La RSE le falta mucho para ser en Colombia que los empresarios valoren.

¿En qué momento organizacional considera necesaria la creación de un área de RSE que se encargue de crear una estrategia para participar activamente en el desarrollo social, ambiental y económico? No, no sé si sea el enfoque, y de acuerdo a la madurez de la empresa no lo considero. Sí se debe considerar en la revisión de lo que está haciendo como compañía es ver los diferentes stakeholders de la compañía y como le estamos respondiendo a cada uno. Primero se debe evaluar el servicio y ver qué implicaciones tiene, nosotros por ejemplo ayudamos en muchos negocios de suscripción a no meternos en negocios que nos parece que no debemos participar: tabaco, carbón, minas, explosión de recursos naturales; industrias en las cuales sabemos que económicamente nos iría bien, pero es un daño que le estaríamos haciendo a la sociedad si entramos en esos negocios.

¿Es recuperable la inversión que se realiza en RSE? Es muy difícil de justificar, si lo ves a largo plazo puedes ver el pago que da, es un tema de confianza, en ejemplo es que tus

empleados ven que la empresa va más allá de pagarles un salario, que es coherente en sus acciones.

¿Considera que la inversión económica que genera la RSE es recuperable con el paso del tiempo? Si es recuperable o no la inversión, necesito una hoja Excel que me lo demuestre porque yo no lo veo tan claro, no quiere decir que no se pueda pero es difícil de medir. Se puede medir lo que se gasta pero el resultado económico no mucho. Y si lo mides no va a ser el total de retribución.

El ejemplo del parque bicentenario, nosotros lo estamos financiando ¿cuál es el retorno?, tiene, sí. Si no hubiésemos invertido estaría hundido lleno de vendedores y es un espacio que se lo habría comido el comercio ambulante. Si tú me dices ¿eso es recuperable para ti? Pues no lo veo claro, es recuperable para la zona y es un aporte a la sociedad, pero bueno, no todo lo debo mirar si lo recupero o no.

La protección que nosotros le damos a la sociedad es brutal, millones de personas se benefician con nosotros, le protegemos patrimonio y salud, por tal motivo una aseguradora es muy fácil de aplicar su rol de protección e impacto social a otras empresas que fabrican muebles es más complicado.

Si me preguntas ¿es recuperable con el paso del tiempo? No lo veo con claridad, muéstrame con costos y el soporte, pero no lo veo. Si nos comparamos con otras AXA's, nos falta mucho en RSE. Nosotros somos muy poco activos si nos comparamos, AXA de todo corazón son más generosos (Francia, España, Brasil) eso tiene que ver mucho con la cultura del país, como todos los países tienen sus defectos y virtudes, cada país tiene sus características. Cada país tiene sus ventajas y desventajas, pero la generosidad depende del país, todos los países se comportan diferentes pero yo hablo de la masa para aplicar algo.

Entrevista Laura Parra – Líder del área de Marketing

¿Es estratégico para Axa Colpatría implementar acciones de RSE? Si, si es estratégico. Se está desarrollando realmente la estrategia, Axa Colpatría es la conformación de dos empresas,

Axa con el 49% y Colpatria con el 51% de las acciones. Axa Global tiene unos lineamientos corporativos muy fuertes, ellos de hecho hacen unas inversiones muy altas en RSE, donde incluyen investigación científica por ejemplo en el comportamiento del clima para ver eso como afecta realmente los cultivos o como puede llegar afectar el impacto ambiental en las diferentes ciudades en el mundo, entonces para eso tienen satélites y están investigando el comportamiento del clima y toda esa investigación para poder generar seguros que se adapten a las realidades del medio ambiente, a ese nivel está comprometido Axa con el medio ambiente y con la responsabilidad social, más allá del mero seguro. Pero en Axa Colpatria hasta hora estamos empezando.

¿Cómo la estamos manejando? Como un experto más de valor compartido, la estrategia el año pasado se enfocó más en el emprendimiento, como logramos nosotros generar emprendimiento, pero el emprendimiento también en relación garantizando a esa persona que vaya a emprender que tenga una sostenibilidad de negocio; digamos en los que estamos trabajando es en un programa en donde le ayudamos a gente joven que quiere formar empresa, se le capacita para que tenga todos los conocimientos de formación de una empresa en seguros, como intermediario, ellos tienen una malla formativa donde por un lado se les da todo el conocimiento que deben de tener para la venta de seguros pero también se les da información de cómo generar empresa, se les ayuda a trazar presupuestos, a generar estrategias de venta, a generar un modelo de negocio rentable, y durante cuatro años se les paga un salario mientras que ellos se capacitan y entienden cómo funcionan los seguros. A partir del cuarto año que ya han creado una cartera, digamos ya tienen como sostenerse se les quita ese salario fijo pero porque ellos ya tienen como sostenerse y se vuelven independientes; entonces es como una manera de ayudar a la gente hacer empresa y emprendedora pero darles la mano para que puedan generar un negocio que sea sostenible y que a la vez sea valor compartido, así como se les ayuda pues al final contribuyan a la cadena de valor del negocio de Axa Colpatria.

¿La inversión económica que han hecho en Axa Colpatria en temas de RSE, consideras que es recuperable con el paso del tiempo? Sí, claro. Digamos el hecho de estar trabajando en un proyecto que sea valor compartido es más fácil demostrar que hay un retorno de

inversión. ¿Pero no en el momento, más adelante? Si, a largo plazo pero al mismo tiempo estas formando fuerza de venta, eso también redundaría en el beneficio del negocio. Claro que si va a largo plazo porque por ejemplo otro programa de RSE es insólito que tiene que ver más con sensibilizar a jóvenes sobre el riesgo, como los riesgos generales y prevención eso si es a largo plazo, porque a la hora de la verdad le estas enseñando a alguien a que sea consciente que la vida puede tener riesgos y que ellos deben prepararse para prevenir el impacto de esos riesgos y que así como hay riesgos pequeños como la pérdida de un celular puede haber un riesgo grande que no puedes recuperar o difícilmente puedes recuperar en tu vida que es la pérdida de una casa, pues eso es todo un ahorro de una vida que muchas veces se herencia de los papás, si como que es un capital familiar que si lo pierdes difícilmente lo puedes recuperar incluso tú mismo en tu vida. Digamos que eso es a un tiempo más largo.

¿Por medio de cuales acciones responsables una aseguradora cree valor organizacional e impacta positivamente a la economía, a la sociedad y al medio ambiente? Las aseguradoras tienen un modelo de negocio muy bonito, digamos que eso ayuda directamente al funcionamiento de la sociedad y es que un seguro funciona a través de la mutualidad, la aseguradora lo que hace es administrar el dinero de colectivos para poder ayudar a personas en determinado momento afrontar una crisis. Entonces como ayuda esto a la sociedad, precisamente siendo ese gestor, porque entre más personas aporten a esa bolsa de dinero de prevención o de cuidado de un riesgo cuando haya una tragedia, esa bolsa colectiva va poder ayudar a cada individuo que salga adelante.

Si esa bolsa no existiera y como estábamos hablando ahorita, llega haber un terremoto y se llegan a caer todos los edificios de Bogotá pues la recuperación de toda esa gente sería una tragedia porque no hay quien genere el músculo financiero para ayudar y tú difícilmente o yo en la vida podríamos volver a empezar a trabajar para generar un salario para volver a comprar una casa o volver a reconstruirla sería muy difícil, mientras si uno dice ya listo yo tengo una bolsa de seguros que además está a nivel nacional que hay muchos aportantes y llega haber algún desastre en alguna ciudad con esa bolsa grande que está asegurada se puede ir ayudar a las personas que se aseguraron.

Entonces, el negocio en si es un negocio social, tiene un fin social, es la esencia del negocio.

¿Qué otras acciones debería tomar la aseguradora para la sociedad? Otro tema es la educación financiera, que es ir a sensibilizar y precisamente hacer a la gente consiente de las posibilidades de riesgo que podría tener y que necesita prevenirlas precisamente para garantizar su estabilidad en el futuro, porque no estamos exentos a un desastre natural o a un accidente. Si estamos asegurados los podemos mitigar de una manera más fácil.

Otro puede ser el tema de investigaciones, digamos que esta adelantado en AXA y es poder prever cambios climáticos o riesgos que no se han materializado pero que podrían a futuro afectarnos.

El tema que AXA empiece a analizar riesgos y ver el comportamiento del clima (analizarlo) nos ayuda a anticiparnos al riesgo. Ayudar a la gente a ser consiente y mostrar el por qué tomando medidas preventivas para no caer en la crisis.

AXA también detecta tempranamente riesgos sociales, este es el caso de la longevidad. Ejemplo el tema pensional, cada vez vivimos más años pero la sociedad no tiene un índice de natalidad que incremente si no, que es al revés. Cada vez tenemos menos hijos, entonces con una población más envejecida y menores personas jóvenes que produzcan para sostener a los ancianos eventualmente no habrá dinero para que esas personas no tengan que trabajar y tengan una renta. Esta es una crisis que AXA ya está mirando como prevenirla por medio de la educación del ahorro, o ARL a partir de la ley para que se pueda privatizar los temas de ARL.

En temas de salud, apoyamos a una señora que desarrolló una aplicación que se basaba en conocer a esas personas que estaban solas que pudieran reportar a un sistema de salud que estaban teniendo algún problema en su salud.

Todo el cuidado de todos esos riesgos, es algo que desde las aseguradoras pueden tomar rol para prevenirlos y tener mejor calidad de vida en el futuro

Y en términos económicos responsables de AXA COLPATRIA ¿cuáles considera que deben ser las acciones que se deben implementar? AXA de hecho ya tiene en marcha acciones, tiene negocios prohibidos, no asegura ningún proyecto que impacte al medio ambiente. (Petroleras, carboneras, explotación de oro) Se tienen políticas estrictas que dicen nosotros no aseguramos ese tipo de negocios. Es una postura de decirle al mundo que nosotros no apoyamos esto por los estándares que no son favorables para el mundo.

¿Cuáles consideras que son los grupos de interés más importantes dentro de una estrategia de RSE? Realmente son todos, un grupo grande desde el gobierno. Las entidades del gobierno para mi son lo primero porque el tipo de acciones de ARL, un tema de Longevidad una reforma pensional son decisiones que no solo toma una aseguradora, si no que para que tengan un impacto social deben estar avaladas por el gobierno. Ellos son el principal foco y aliado para tomar decisiones de gran impacto.

El segundo son las instituciones educativas, gran parte del cambio social para realizar en términos de seguros está dada en la mentalidad de los colombianos, hoy creemos que no pagar salud, pensión o ARL es un beneficio porque se considera que ese dinero me lo quitan.

Si tuviéramos mayor conciencia de riesgo y de su prevención Colombia podríamos tener mejores beneficios a escala pensional, de cuidado de salud.

¿Qué acciones está generando AXA COLPATRIA que terminan en un reporte de sostenibilidad? Hoy en día tenemos las dos acciones: aprender a emprender (capacitar a la fuerza de ventas para que tengan emprendimiento) e insólito que es la formación de niños de colegios públicos para generar la conciencia del riesgo. Tuvimos un patrocinio a una fundación Hogar San Mauricio quienes ayudan a niños que no han podido ser adoptados a temprana edad y que ya por edad es difícil que los adopten por tal motivo les ayudan en educación, vivienda, formación para salir a defenderse al mundo, les ayudamos a través de wiki mujeres. Y donamos a la tragedia de Mocoa donde AXA COLPATRIA por cada peso

que un colaborador daba la compañía daba 2. Esos fondos se destinaron a realizar un centro educativo para una población indígena desfavorecida dándoles todo este centro.

¿Cuáles consideras que son las acciones de mejora que se pueden tener en AXA COLPATRIA en RSE? La diversificación, porque debemos abrirnos a otros ramos como longevidad, riesgos ambientales, prevención de riesgos acuíferos o para sequías, tratamiento de basuras, tala de árboles.

Diversificar el tema de RSE. Estamos empezando con aspectos pequeños, la idea es que podamos cubrir más frentes.

¿Conoces algún caso visible de una aseguradora que tenga altos niveles de RSE a parte de AXA? En temas de RSE con Fasecolda por medio del comité conocemos a Bolívar, Allianz, pero digamos que esos se vuelven temas de reservas naturales. Allianz compra terrenos para reducir emisión de CO2.

Son iniciativas que aportan, pero AXA trasciende y es el referente en Fasecolda y a nivel mundial. Incluso en el pacto de París fueron participantes activos.

Entrevista Victoria Jaramillo – Líder del área de Gestión Humana

¿Por medio de cuales acciones responsables una aseguradora crea valor organizacional e impacta positivamente en la economía, sociedad y medio ambiente? Esto depende mucho de saber cuál es el tipo de compañías con las que estamos trabajando en alianza. Axa no asegura las empresas que trabajan con minería, en un caso como el de Colombia representa gran rentabilidad, sin embargo la responsabilidad ambiental se hace presente porque es un sector que tiene un contexto de contaminación del medio ambiente ya que tiene un alto impacto en las comunidades cercanas a las minas.

Una organización tiene que ser coherente con sus principios y debe ver el impacto que van a tener sus acciones y a su vez conocer bien las alianzas con las empresas que asegurará. Tiene que ir alineado con su filosofía y valores, en conclusión las acciones que se pueden ejecutar son aquellas que le den valor a la organización y aquellas que impactan

positivamente. Un caso es acercándonos a poblaciones vulnerables. Colombia tiene baja penetración en temas de seguros porque no hay cultura, la sociedad improvisa. En la medida en que AXA empiece a educar a las poblaciones que tenemos como país podrá generar mejores acciones, es por esto que hacemos seminarios que se acercan al contexto colombiano los cuales permiten entender los riesgos y asesorar y acompañar industrias.

Alinear el negocio con sus valores organizacionales y con el contexto del país, se debe buscar coherencia.

¿Consideras que la inversión económica que genera la RSE es recuperable con el paso del tiempo? Si, considero que es recuperable. Al hablar de RSE y se habla de donaciones *filantropía* tiene una trascendencia en la sociedad a la que impactas. Por un lado está la reputación de la empresa en la medida que te vea como una empresa responsable lo cual genera una buena recordación. Hoy los jóvenes eligen a las compañías las cuales quiere entrar a trabajar, por sus principios, así mismo la población evalúa las compañías y como referente de donde se quiere trabajar y que va más allá del dinero es la reputación creada, son las iniciativas de impacto positivo, de ser responsable ambientalmente esto hace que una organización sea mejor para la sociedad.

En el caso de Mocoa se pudo prever este impacto que tuvo la población, una empresa puede impactar en el asesoramiento y prevención con el fin de asesorar y prever para ahorrar y mejorar... Si inviertes en temas de educación y sensibilización el fruto del retorno se ve.

¿Cuáles grupos de interés son más importantes dentro de una estrategia de RSE? Lo que una organización va a implementar debe tener un impacto coherente con el negocio. Considero que se debe comenzar internamente, muchas organizaciones dan dinero a las fundaciones para implementar un plan, sin embargo debes involucrar a los colaboradores. Hemos empezado de ir más allá de apadrinar y generar conciencia dentro de la organización.

Nuestro foco, considero deben ser los trabajadores y hacer negocios responsables, ser voluntarios de la compañía para hacer iniciativas de RSE. La RSE empieza en la

sensibilización a tus empleados desde hacer venta transparente, asesoramiento real con transparencia. Primero interno, segundo la sociedad para nosotros son los públicos vulnerables a quienes queremos impactar. Nuestro foco es educación, sensibilización y se empieza por la infancia. Actualmente estamos yendo a colegios distritales y por medio de la capacitación sensibilizamos y damos herramientas a los chicos para que tengan conciencia de los riesgos a los cuales nos enfrentamos en la cotidianidad y a su vez en la mitigación de riesgos.

Estamos impactando personas en un país donde hay alto índice de desempleo, queremos ayudar a aquellos que quieren ser emprendedores a que vengan, se capaciten para que creen su propio negocio en temas de seguros; nosotros le ayudamos con el apalancamiento pretendiendo que este sea una actividad sostenible y les ayude a salir adelante.

¿Qué acciones genera AXA COLPATRIA que terminan en un reporte de sostenibilidad?

Todas, todo lo que hacemos no solo por hacer parte de AXA tenemos que generar unos reportes. Por el lado de mercantil Colpatria también se generan, más allá de ser un proceso administrativo y obligatorio nosotros creemos que esto debería ser algo fácil de leer y medir el impacto de las acciones que estamos generando. En la medida que se lleven mediciones del impacto generado de las acciones vamos a ver si realmente tiene los beneficios que queremos en la sociedad si no, nos trocara replantear el foco.

¿Consideras necesario y viable consolidar una unidad de RSE en AXA COLPATRIA?

En el mundo ideal si, lo que hacemos lo hacemos con las unas y muy entre tus labores y responsabilidades del rol haciendo de un lado lo que la persona a cargo puede. Hay mucho por hacer y es muy demandante el tema de RSE sobretodo porque en AXA hay muchos reportes que debemos llenar. Sería bueno tener un equipo y un área que tenga foto específico en esto para hacer cosas maravillosas que no sean solo filantropía si no que vinculen el negocio siendo estratégicos.

Para AXA COLPATRIA esto es nuevo porque cuando éramos solo Colpatria teníamos acciones sin estrategia, haciendo algo que no tenía continuidad sin seguimiento y sin

medición de impactos. Ahora con AXA tiene foco, estrategia y orden, sin embargo siento que nos quedamos cortos para hacer todo lo que se quisiera, si hubiese un área nos podríamos vincular más con el negocio y hacer acciones de impacto.

Estamos empezando, llevamos dos años y hasta ahora estamos teniendo recursos, estrategia, comité ejecutivo, de pronto más adelante.

¿Conoces un caso visible de una aseguradora a nivel nacional o internacional que tenga altos niveles de alto de RSE? No, honestamente no he tenido la oportunidad de asistir a foros en los que pueda conocer que está haciendo la competencia, por tal motivo no puedo opinar.