	<b>PROCEDIMIENTO PARA LA GESTIÓN SOCIAL Y RELACIONAMIENTO CON GRUPO DE INTERÉS</b>	Código: PRO-GS-003
		Versión: 01
		Fecha emisión: Marzo 2026

**Inversiones Oppen Colombia sas**

**NIT: 901443013**

## **METODOLOGÍA DE GESTIÓN SOCIAL Y RELACIONAMIENTO CON GRUPOS DE INTERÉS**

### **1. OBJETIVO**

Establecer la metodología mediante la cual **Inversiones Oppen Colombia SAS** gestiona su relación con las comunidades y grupos de interés de su área de influencia, garantizando un enfoque basado en principios éticos, sostenibilidad y generación de valor compartido.

### **2. ALCANCE**

Aplica a:

- Comunidades del área de influencia (Medellín y alrededores)
- Clientes
- Proveedores
- Colaboradores
- Aliados estratégicos
- Entidades públicas y privadas


### **3. MARCO DE REFERENCIA**

La metodología se soporta en los siguientes lineamientos internos:

- Código de ética (relaciones transparentes y respetuosas)
- Procedimiento de selección y gestión de proveedores (criterios ESG y enfoque local)
- Políticas de gestión de información y datos personales

Adicionalmente, se articula con prácticas levantadas en la operación como:

- Formularios de caracterización de clientes y proveedores

	<b>PROCEDIMIENTO PARA LA GESTIÓN SOCIAL Y RELACIONAMIENTO CON GRUPO DE INTERÉS</b>	Código: PRO-GS-003
		Versión: 01
		Fecha emisión: Marzo 2026

- Gestión documental
- Evaluación de proveedores y criterios sociales

## 4. COMPONENTE 1: GESTIÓN SOCIAL CON COMUNIDADES

### 4.1. Enfoque

La empresa adopta un enfoque de **gestión social indirecta**, dado que su operación impacta comunidades a través de:

- Encadenamientos productivos (proveedores locales)
- Generación de ingresos indirectos
- Dinamización económica en el territorio

### 4.2. Lineamientos y protocolos

La empresa cuenta con los siguientes lineamientos para la gestión social:

#### a. Relación ética y responsable

- Trato respetuoso con todos los actores
- Cero tolerancias a corrupción o prácticas indebidas
- Transparencia en relaciones comerciales

#### b. Promoción de proveedores locales


- Priorización de proveedores del área de influencia
- Fortalecimiento del ecosistema empresarial local

#### c. Inclusión de proveedores diversos

- Vinculación de proveedores formales e informales (artesanos, pequeños productores)
- Flexibilidad operativa para inclusión económica

#### d. Cumplimiento mínimo social

- Validación de condiciones laborales básicas
- No trabajo infantil

	<b>PROCEDIMIENTO PARA LA GESTIÓN SOCIAL Y RELACIONAMIENTO CON GRUPO DE INTERÉS</b>	Código: PRO-GS-003
		Versión: 01
		Fecha emisión: Marzo 2026

- Condiciones dignas en la cadena de suministro

#### 4.3. Instrumentos de gestión social

La empresa implementa herramientas prácticas:

- Formularios de registro de proveedores con variables sociales
- Clasificación de proveedores (críticos, importantes, no críticos)
- Validación documental (RUT, certificaciones, etc.)
- Evaluación de desempeño de proveedores

#### 4.4. Acciones de gestión social

- Vinculación recurrente de proveedores locales
- Desarrollo de relaciones comerciales sostenibles
- Generación de oportunidades económicas
- Seguimiento a cumplimiento de condiciones mínimas


### 5. COMPONENTE 2: IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

#### 5.1. Identificación de grupos de interés

La empresa ha identificado los siguientes grupos:

##### GRUPO DE INTERÉS DESCRIPCIÓN

<b>CLIENTES</b>	Empresas y organizaciones que adquieren productos
<b>PROVEEDORES</b>	Aliados productivos (formales e informales)
<b>COLABORADORES</b>	Equipo interno
<b>COMUNIDAD</b>	Actores indirectos del entorno
<b>ENTIDADES</b>	Instituciones, aliados estratégicos

	<b>PROCEDIMIENTO PARA LA GESTIÓN SOCIAL Y RELACIONAMIENTO CON GRUPO DE INTERÉS</b>	Código: PRO-GS-003
		Versión: 01
		Fecha emisión: Marzo 2026

## 5.2. Metodología de priorización

Se realiza con base en:

### Criterios:

- Nivel de influencia en el negocio
- Nivel de impacto del negocio sobre el grupo
- Frecuencia de interacción
- Riesgo asociado

### Clasificación:

- **Alta prioridad:** Clientes y proveedores críticos
- **Media prioridad:** Proveedores no críticos y aliados
- **Baja prioridad:** Comunidad indirecta

## 6. COMPONENTE 3: MODELO DE RELACIONAMIENTO

### 6.1. Enfoque del modelo


El modelo se basa en:

- Transparencia
- Comunicación permanente
- Trazabilidad de la información
- Formalización progresiva

### 6.2. Estrategias de relacionamiento

#### a. Con clientes

- Registro estructurado de información (formularios)
- Seguimiento comercial
- Comunicación clara en condiciones comerciales

	<b>PROCEDIMIENTO PARA LA GESTIÓN SOCIAL Y RELACIONAMIENTO CON GRUPO DE INTERÉS</b>	Código: PRO-GS-003
		Versión: 01
		Fecha emisión: Marzo 2026

#### **b. Con proveedores**

- Evaluación inicial y clasificación
- Seguimiento a desempeño
- Desarrollo de capacidades progresivas

#### **c. Con comunidad**

- Vinculación indirecta mediante proveedores locales
- Impacto económico territorial

### **6.3. Canales de relacionamiento**

- Formularios digitales (clientes y proveedores)
- Correo electrónico
- Gestión documental (Drive)
- Comunicación directa (operativa y comercial)


### **6.4. Herramientas de gestión**

- Base de datos de clientes y proveedores
- Clasificación y evaluación de proveedores
- Registro documental
- Trazabilidad de operaciones

## **7. SEGUIMIENTO Y MEJORA CONTINUA**

La empresa implementa:

- Evaluación periódica de proveedores
- Actualización de información de clientes y aliados
- Identificación de riesgos en la cadena

	<b>PROCEDIMIENTO PARA LA GESTIÓN SOCIAL Y RELACIONAMIENTO CON GRUPO DE INTERÉS</b>	Código: PRO-GS-003
		Versión: 01
		Fecha emisión: Marzo 2026

- Ajustes en procesos de selección y relacionamiento

## 8. INDICADORES SUGERIDOS

Para fortalecer el modelo:

- % de proveedores locales
- % de proveedores evaluados
- Número de proveedores críticos gestionados
- Nivel de recurrencia de clientes
- Incidencias en la cadena de suministro