



Universidad de Chile

Facultad de Economía y Negocios

Escuela de Economía y Administración

Análisis Crítico de los Sistemas de Medición de Responsabilidad Social Empresarial y Propuestas de Mejora

Seminario de título INGENIERO COMERCIAL, Mención Administración

Profesor: Sr. Mario Morales Parrague

Autor: Marcela Paz Tapia Valdivia

Santiago, 2007

“La propiedad intelectual de este trabajo de investigación pertenece al Profesor que dirigió este Seminario”

Análisis Crítico de los Sistemas de Medición de Responsabilidad Social Empresarial y Propuestas de Mejora

Autor: Marcela Paz Tapia Valdivia

Profesor Guía: Sr. Mario Morales Parrague

Abstracto

El presente Seminario tiene como objetivo principal investigar sobre la Responsabilidad Social Empresarial, comenzando en un sentido amplio sobre lo que significa y representa en nuestra sociedad, para continuar con un profundo análisis de los sistemas con que se evalúa esta Responsabilidad en las empresas. Ante la pregunta que se realizan las empresas sobre si son o no Socialmente Responsables, se debe saber primero que representa o que significado tiene serlo y de que manera esto tiene consecuencias en su alrededor. Para esto es que los mecanismos que tienen como misión evaluar la Responsabilidad Social pasan a ser un actor de importancia, ya que dependerán de estos los parámetros con los que realmente se estará midiendo la Responsabilidad Social.

Si bien existe una amplia variedad de sistemas de medición de la Responsabilidad Social Empresarial, la mayoría concuerda y reconoce que para ser considerado como Socialmente Responsable tanto interna como externamente una organización debe establecer los principios de Responsabilidad Social dentro de su misión corporativa.

Por ultimo, en esta investigación se realizan propuestas de mejora a las actuales herramientas con que cuentan las organizaciones para evaluar sus políticas que involucran a la Responsabilidad Social, para que de esta manera la Responsabilidad Social sea considerada como un elemento esencial y que tiene un impacto inmediato en la gestión de una organización lo que se traducirá en un aporte a la sociedad.

INDICE

Parte I: Introducción – Concepto de Responsabilidad Social Empresarial.....	4
Parte II: Temas clave en Responsabilidad Social Empresarial.....	10
Parte III: Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial.....	14
Parte IV: Medición de la Responsabilidad Social Empresarial	
Informes anuales de Responsabilidad Social Empresarial.....	16
Como se mide la Responsabilidad Social en las empresas.....	21
Premios a la Responsabilidad Social Empresarial.....	28
Estándares aplicados sobre Responsabilidad Social Empresarial.....	36
Organizaciones dedicadas al tema de la Responsabilidad Social Empresarial.....	56
Parte V: Análisis Crítico.....	57
Parte VI: Propuestas de Mejora.....	67
Parte VII: Conclusiones.....	76
Bibliografía.....	80
Anexos.....	83

Introducción

Algunos empresarios chilenos, por largos años, han desarrollado obras de filantropía dirigidas a sectores pobres de la sociedad, lo que podría verse como el origen de un proceso que hoy se traduce en la Responsabilidad Social Empresarial. Este concepto ha comenzado a dejar de relacionarse con la filantropía para ser identificado como un conjunto de políticas y buenas prácticas insertas en la gestión empresarial, alineadas a los valores y principios organizacionales.

Junto a esto, el concepto de Responsabilidad Social se ha impuesto en el escenario mundial. Si bien se reconoce que el Estado es el encargado de definir e implementar las políticas públicas, también se asume la dificultad que ellos tienen para resolver la magnitud y complejidad creciente de las problemáticas actuales que aquejan a los diversos sectores, especialmente los de menores recursos, que están quedando al margen de los beneficios de la modernidad.

Dado que el sector empresarial genera más cambio en la sociedad, resulta natural que también asuma su responsabilidad en el tipo de futuro que está creando. Algunos empresarios piensan que es preciso incorporar la Responsabilidad Social por asuntos de imagen, exigencias de los mercados externos, por motivaciones éticas o porque mejora la gestión y la rentabilidad. Lo que no está en discusión es que las empresas están comprendiendo rápidamente que la Responsabilidad Social es un nuevo desafío que plantea la globalización.

Las empresas hoy en día juegan un rol cada vez más activo en las sociedades en las que operan; ya no sólo son generadoras de empleo y riqueza sino que aportan al desarrollo de las comunidades en las que están insertas. Además se han alentado a adoptar o expandir esfuerzos de Responsabilidad Social Empresarial como resultado de la presión proveniente de los consumidores, los proveedores, la comunidad, los inversionistas, las organizaciones activistas y otros stakeholders¹. Existen en nuestro país empresas que han incorporado la teoría de los stakeholders, lo que ha significado un

¹ No existe una traducción literal del término, las principales definiciones son como “cadena del negocio” o “contrapartes”, a lo que se refiere es a los proveedores y distribuidores de la empresa.

cambio importante y una superación de posturas minimalistas y meramente tácticas frente a la opinión pública. Con esta teoría actuando en la lógica global de una empresa, la responsabilidad de las compañías en la obtención de beneficios se amplía a otros ámbitos de la sociedad. Por tanto la referencia de la ética del negocio no solo son los accionistas sino el conjunto de los grupos implicados en la actividad de la empresa: empleados, proveedores, clientes, usuarios, comunidades y organizaciones de la sociedad civil.

En la última década, un gran número de empresas ha reconocido los beneficios de incorporar prácticas y políticas socialmente responsables. Sus experiencias han sido respaldadas por una serie de estudios empíricos que demuestran que la Responsabilidad Social Empresarial tiene impactos positivos sobre los valores empresariales, medidos en varias formas. Sobre estos tipos de medición radica la importancia de la Responsabilidad Social, ya que son el espejo para la sociedad de cómo las empresas están siendo o no socialmente responsables.

Definición RSE

En la actualidad nos encontramos inmersos en una sociedad cada vez más globalizada y uno de los alcances de la globalización es que las consecuencias de nuestras acciones impactan cada vez a una mayor cantidad de personas en una cantidad cada vez más amplia de lugares. Cuando asumimos esta realidad, estamos ante lo que se conoce como Responsabilidad Social.

La Responsabilidad Social es un concepto complejo que comprende diversos componentes:

- Ética empresarial
- Calidad de vida laboral
- Medio Ambiente
- Compromiso con la Comunidad
- Marketing Responsable

El concepto de Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial se encuentra centrado en cinco áreas prioritarias: un comportamiento más ético, un mejor clima laboral, un mejor desempeño frente al medio ambiente, un marketing más responsable y hacer una contribución al desarrollo social de la comunidad.

Ampliamente, es posible de mencionar que la responsabilidad de una organización respecto de los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, por medio de un comportamiento transparente y ético que sea:

- Consistente con el desarrollo sustentable y el bienestar general de la sociedad.
- Considere las expectativas de sus partes interesadas.
- Esté en cumplimiento con la legislación aplicable y consistente con normas internacionales de comportamiento.
- Esté integrada a través de toda la organización.

No existe una definición única o totalmente aceptada a nivel internacional de la responsabilidad social corporativa. A continuación se presentan tres definiciones propuestas por actores clave que

representan la perspectiva del sector privado, y se analizan los elementos comunes en la visión moderna de la Responsabilidad Social Empresarial:

1. **World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Suiza:** “La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida”.

2. **Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF), Inglaterra:** “La responsabilidad social empresarial es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”.

3. **Business for Social Responsibility (BSR), Estados Unidos:** “La responsabilidad social empresarial se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”.

El concepto sobre Responsabilidad Social Empresarial, como se ha observado, es muy amplio, existe una carencia de una definición clara, acotada y mayoritariamente aceptada, por esta razón es que diversas organizaciones dedicadas a este tema plantean las siguientes definiciones de Responsabilidad Social Empresarial.

- Vincular, organización dependiente de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, define la Responsabilidad Social Empresarial como: “Un conjunto de políticas transversales y buenas prácticas verificables, tanto internas como externas, alineadas a los valores y principios organizacionales, cuya finalidad es contribuir al logro de los objetivos estratégicos de la empresa mejorando su competitividad, sustentabilidad y, simultáneamente, la calidad de vida de sus grupos de interés”.
- Para Fundación PROhumana la Responsabilidad Social Empresarial, es “la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia

sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda comunidad”.

- Según AccionRSE no existe una definición única de la Responsabilidad Social Empresarial, esta generalmente se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La Responsabilidad Social Empresarial es vista por las compañías líderes como algo más que un conjunto de prácticas puntuales, iniciativas ocasionales o motivadas por el marketing, las relaciones públicas u otros beneficios empresariales. Ella es vista como un amplio set de políticas, prácticas y programas que son integrados a través de la operación empresarial y que soporta el proceso de toma de decisiones y es premiado por la administración.
- Rsc-Chile: Los temas fundamentales de Responsabilidad Social pueden resumirse en tres puntos esenciales, uno primero que habla del “equilibrio y armonía que debe generarse entre las dimensiones de rentabilidad económica, derechos humanos, derechos laborales y de organización sindical”.
- PNUD y Fundación PROhumana, en Análisis de Encuesta MORI: “la Responsabilidad Social Empresarial tiene carácter voluntario, a la vez que contribuye a conseguir un desarrollo sostenible y un modo de gobierno corporativo mas eficaz. Puede entenderse como el compromiso libre y proactivo para resolver los problemas de desarrollo de la sociedad en su conjunto, tanto en el orden comunitario como ambiental y respecto de sus propios trabajadores.

Las definiciones precedentes permiten la construcción de un concepto integral de RSE, el cual es visto como una técnica de gestión empresarial de carácter estratégico, que incorpora en sus consideraciones el respeto por los valores éticos, el medioambiente y la comunidad, con el propósito de conseguir los objetivos corporativos y asegurar su permanencia, sustentabilidad y competitividad en el largo plazo.

Entre las razones que es posible de enumerar para que una empresa sea Socialmente Responsable, encontramos las siguientes: primero, porque es un asunto de principios, un deber ético; segundo, porque reporta beneficios para las empresas; tercero, porque es la manera de responder a las demandas de la comunidad; y finalmente porque es una forma de responder a las exigencias internacionales.

Los beneficios que trae consigo la Responsabilidad Social se traducen en un mayor compromiso y/o productividad de los trabajadores, rentabilidad a largo plazo y una mejor imagen corporativa y reputación empresarial.

Parte II: Temas clave en Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social toca varias áreas de gestión de la empresa, por tal razón los temas que la empresa que aspire a ser socialmente responsable deberá considerar cuando diseñe su propia estrategia de Responsabilidad Social son los siguientes:

1. Ética, valores y principios de los negocios

La ética corporativa ha pasado del énfasis tradicional en el mero cumplimiento de las exigencias legales hacia el compromiso de un comportamiento ético basado en valores. Según la organización Business for Social Responsibility (BSR), “el espectro de la ética empresarial se ha expandido no sólo para incluir la manera cómo una empresa trata a sus empleados o cumple con la ley, sino también la naturaleza y la calidad de las relaciones del negocio con sus accionistas.” Los valores éticos deben comunicar los compromisos de una empresa y reflejar la forma cómo establece sus relaciones con los públicos interesados. Entre esos valores éticos se destacan la honestidad, la integridad, el respeto, la transparencia y la apertura.

2. Derechos humanos, trabajo y empleo

Esta es quizás la dimensión más desarrollada de la Responsabilidad Social Empresarial debido a la temprana definición de estándares internacionalmente aceptados. Los estándares de trabajo de la OIT formulados en 1919 y la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas se consideran la base. Los cuatro principios fundamentales de la OIT y del derecho al trabajo son:

- a. El respeto por libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva;
- b. La eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio;

- c. La abolición efectiva del trabajo infantil, y
- d. La eliminación de cualquier discriminación con respecto al empleo.

3. Gobernabilidad corporativa

El tema de la gobernabilidad corporativa ha adquirido particular relevancia. Se refiere al sistema de reglas y prácticas que dirigen y controlan las empresas. La estructura de gobernabilidad define la distribución de derechos y responsabilidades entre los diferentes actores relacionados con las empresas como son: junta directiva, accionistas, administradores, y otros públicos interesados, así como las reglas y procedimientos para tomar decisiones.

Los sistemas de gobernabilidad permiten la transparencia, la justicia, y la rendición de cuentas que son un pre-requisito para la integridad y la credibilidad de los mercados.

4. Impactos sobre el medio ambiente

El tema ambiental es un componente intrínseco de la Responsabilidad Social Empresarial. La administración del impacto ambiental directo de las empresas se ha enfocado, tradicionalmente, a la administración del uso de los recursos naturales, el control de la contaminación, el manejo de los desechos, y la gestión del ciclo de vida de los productos.

Actualmente se busca que las empresas vayan más allá de la mera administración de sus impactos ambientales, por los cuales son inmediata y directamente responsables, y que reconozcan cómo dichos impactos inciden en los problemas ambientales y sociales del entorno.

A las compañías se les insta entonces a participar activamente en los asuntos relacionados con salud pública, acceso al agua potable, saneamiento básico, vivienda, alimentación y transporte, tanto para sus empleados como para las comunidades. Además, la Responsabilidad Social empresarial motiva a las compañías a reconocer y manejar su rol en los problemas ambientales globales, tales como el cambio climático y el deterioro de la biodiversidad.

5. Relaciones con proveedores

La Responsabilidad Social motiva a las empresas a descubrir de qué manera sus negocios generan efectos sobre todo el ciclo de producto o cadena de valor, desde el proveedor de materia prima hasta el consumidor final. Algunas compañías han tomado la delantera al establecer estándares sociales y ambientales y sistemas de monitoreo para sus proveedores.

Para esto las empresas establecen una división interna para verificar que se apliquen estándares laborales aceptables en toda su cadena de producción, y también contratan firmas independientes para que verifiquen el cumplimiento de sus estándares en materia de Responsabilidad Social.

6. Filantropía e inversión social

Muchas compañías han descubierto que una política “filantrópica” paternalista y estrecha, basada en realizar donaciones en dinero, no responde a lo que la sociedad espera de ellas en materia de responsabilidad, ni garantiza que esas contribuciones voluntarias produzcan resultados sostenibles. La Responsabilidad Social Empresarial motiva a las compañías a descubrir formas innovadoras de vincularse solidariamente con las comunidades, tales como la adquisición directa de materiales y servicios disponibles en el medio, el subcontrato laboral y otras prácticas similares que coadyuven al bienestar económico y social de las comunidades vecinas. Asimismo, se sugiere sustituir las donaciones en dinero por aportes en especie o en servicios, apoyo a proyectos específicos y vinculación de los empleados mediante trabajo voluntario a los procesos de la comunidad. La consulta a los públicos interesados juega un importante papel, y es entre estos y las empresas quienes deben identificar la mejor forma de colaborar con la comunidad.

7. Transparencia y rendición de cuentas

La Responsabilidad Social empresarial insta a las compañías a asegurarse de que todos los niveles de la jerarquía de la empresa, desde los empleados hasta la junta directiva, adopten los valores y principios establecidos y se responsabilicen de su cumplimiento. Los sistemas a través de los cuales se gobierna la empresa deberán dar seguimiento a las acciones tendientes a alcanzar las metas en materia de Responsabilidad Social Empresarial, medir y reportar sus efectos. Parte de la responsabilidad de rendir cuentas consiste en proporcionar los medios adecuados para que la gran mayoría de los públicos interesados en la empresa puedan verificar, tanto externa como internamente, los resultados reportados.

Parte III: Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial

El creciente interés por la Responsabilidad Social Empresarial ha dado origen a un diálogo prolífico entre los diferentes sectores de la sociedad civil: ONGs, gobiernos, sector académico, sector empresarial y trabajadores, principalmente alrededor de lo que significa en la práctica que una compañía sea socialmente responsable, dando lugar a una gran diversidad de guías, códigos de conducta, indicadores, y procesos de planificación. Hay, sin embargo, cuatro elementos básicos que cualquier empresa debe considerar en sus esfuerzos por lograr la Responsabilidad Social:

1. Identificación de efectos sobre públicos interesados y consulta

Este es el insumo fundamental para el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial. La empresa reconoce que sus operaciones generan efectos sobre la gente y sobre el ambiente, e identifica a las personas u organizaciones impactadas. La comprensión y el manejo adecuado de esos efectos requieren la consulta con esos públicos interesados, pues la responsabilidad de la empresa no se puede definir solamente a partir de lo que la empresa considera que es bueno para la sociedad. Es indispensable que se permita a los públicos interesados opinar sobre la manera cómo la empresa debería actuar. La opinión de esos públicos constituye un insumo de primera importancia para tomar decisiones en los distintos niveles de la compañía, desde la definición de sus principios y valores hasta la identificación de indicadores que permitan evaluar el nivel de satisfacción de los trabajadores.

2. Incorporación en la visión, misión y valores

Precisar la visión y el conjunto de valores fundamentales de la empresa es un paso clave en el proceso de definir la estrategia de responsabilidad social, pues con ellos se establece el marco de referencia dentro del cual una compañía incorpora la responsabilidad social. Si bien la junta directiva y el personal de más alto rango de la empresa pueden establecer estas definiciones, es vital que

otros públicos interesados, como empleados y accionistas, sean parte del proceso, para garantizar que éste refleje sus intereses y en consecuencia, se sientan parte del compromiso de la empresa.

3. Definición de políticas, procedimientos e indicadores

Con un marco claro de visión, misión y valores, la empresa puede desarrollar políticas específicas para cada área, así como establecer procedimientos adecuados y escoger indicadores para medir los logros en esas áreas específicas. Mientras hoy existe más o menos acuerdo sobre los indicadores más adecuados para evaluar el desempeño económico y ambiental de una empresa, no sucede lo mismo con los indicadores para medir el comportamiento social. De allí la importancia de establecer lazos con los públicos interesados: sólo cuando una empresa logre determinar la verdadera dimensión del impacto de sus operaciones, podrá identificar indicadores para evaluar su desempeño frente a cada impacto en particular.

4. Gobernabilidad corporativa, responsabilidad para rendir cuentas y verificación

Las empresas deben determinar los mecanismos externos e internos para verificar el compromiso y cumplimiento con sus propios estándares y para rendir cuentas a los públicos interesados. Hay quienes abogan por un control más fuerte por parte del Estado sobre las empresas en este campo. Sin embargo, hoy por hoy es principalmente una actividad voluntaria de las empresas, que se beneficia grandemente con procesos de información serios y con verificación externa, que permiten a los públicos interesados evaluar el desempeño y el cumplimiento de compromisos por parte de las compañías. El nivel más alto de transparencia está enmarcado en los reportes de sostenibilidad que siguen las guías de la Global Reporting Initiative (GRI) e incluyen verificación externa por parte de auditores certificados u organizaciones de la sociedad civil con capacidad crítica y honestidad reconocida. El proceso de reporte externo debe ser complementado con diálogos abiertos con públicos interesados.

Parte IV: Medición de la Responsabilidad Social Empresarial:

- Informes anuales de Responsabilidad Social Empresarial

Global Reporting Initiative (GRI):

Es una organización creada en 1997 por iniciativa de Coalition Environmentally Responsible Economies (CERES, Ong). Se conoce como un acuerdo internacional elaborado con visión de largo plazo en el que han participado múltiples actores mundiales. GRI es un centro colaborador del Programa de Naciones Unidas para el Ambiente y coopera activamente con el Secretario General de las Naciones Unidas en la promoción del Pacto Mundial, esfuerzo por consolidar la adhesión de las grandes empresas multinacionales a un conjunto de principios universales en derechos humanos, trabajo, medio ambiente y probidad.

Su misión es elaborar y difundir la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, aplicable globalmente y de manera voluntaria por organizaciones que deseen informar sobre los aspectos económicos, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios.

Respecto de la calidad de vida laboral se plantean los siguientes indicadores:

- *Empleo y trabajo decente:* tipo de contrato, creación neta de empleo, rotación de personal, entre otros.
- *Relaciones industriales:* porcentaje de empleados representados por sindicatos o cubiertos por acuerdos de negociación colectiva, procedimiento de información, consulta y negociación con trabajadores sobre cambios en las operaciones.
- *Salud y seguridad ocupacional.*
- *Diversidad e igualdad de oportunidades.*
- *Formación, educación y capacitación.*

El elemento que marca su presencia en el contexto internacional es la “Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad”. Las áreas que cubre el Informe GRI se desglosan luego en indicadores, ellas son:

- Indicadores de desempeño económico
- Indicadores de desempeño medioambiental
- Indicadores de desempeño social
 - laborales
 - derechos humanos
 - sociedad
 - responsabilidad del producto

Las Orientaciones es de GRI para la preparación de informes están fundadas sobre determinado grupo de principios, que permiten proveer de una representación balanceada y razonable para presentar a la organización como sustentable; facilita su comparación; incluye temas de interés para los stakeholders. Los principios a los que se refiere son: Transparencia, Ser inclusivo, Ser posible de auditar, Sea completo, Relevancia, Contexto sustentable, Exactitud, Neutralidad, Sea comparable, Claridad, Puntualidad.

El contenido del Reporte, según GRI, debiera contener cinco acápite, a saber:

Visión y estrategia: una declaración del CEO y discusión de los informes de la estrategia de sostenibilidad de la organización.

Perfil: una descripción de la organización, operaciones, incluyendo esfuerzos que alcancen los stakeholders.

Estructura de gobierno y sistemas de gerencia: estructura organizacional, políticas, sistemas de gerencia, esfuerzos de los contratos de los inversionistas.

El contenido del índice GRI: tablas con referencias cruzadas que indique el lugar de información específica para saber en que grado la organización cumple con las Orientaciones GRI.

Indicadores de estado de situación: mediciones acerca de la situación de la organización auditada dividida en indicadores de situación económica, medioambiental y social.

Sobre la estructura del Reporte, se menciona más detalladamente en el anexo 1.

Dow Jones Sustainable Index, DJSI

Índice bursátil especializado que proporciona indicadores que permiten mostrar el desempeño ambiental y social de las compañías dentro de sectores industriales.

El DJSI considera tres criterios: económico, ambiental y social. La metodología utilizada por este índice se basa en la aplicación de estas tres dimensiones o criterios a cada compañía elegida en el Dow Jones Sustainable Index World Investment Stock Universe. Cuenta con criterios generales para todas las industrias y específicas de acuerdo al sector del que se trate.

FTSE4Good Index Series

Índice bursátil que ha sido diseñado para medir el comportamiento de las compañías que cuentan con estándares reconocidos globalmente en responsabilidad corporativa, y facilita la inversión en dichas compañías.

El FTSE4Good fue creado en 2001, como una plataforma para mejorar el acceso a la Responsabilidad Social Corporativa. La influencia de este índice esta en contribuir en la armonización del monitoreo de los riesgos no financieros que impactan en las compañías asociadas a los índices de FTSE en el mundo global, además de conseguir ciertos beneficios con ello. Estos son: gestión del riesgo, reputación, ahorrar dinero, ampliar el mercado, contar con una “licencia para operar”.

FTSE ha creado un *Modelo de Practica del Buen Gobierno para la Responsabilidad Corporativa* que contempla los siguientes puntos:

Comprensión, que las compañías entiendan como afectan al medio ambiente y la sociedad en donde operan, para mal y para bien.

Política, que las compañías establezcan metas y límites que reflejen su responsabilidad y que guíen su comportamiento con respecto a los desafíos sociales y ambientales. Han de fijar objetivos pertinentes y un norte para un desempeño mejorado.

Sistemas de Gerencia, que las compañías establezcan procesos y estructuras en el nivel operativo para asegurar que las políticas son puestas en marcha y los riesgos se gestionan de manera efectiva.

Comportamiento y Monitoreo, que las compañías mejoren de manera continua su comportamiento ambiental y social en línea con los objetivos y el sistema de metas a través de sus políticas, y monitoreen el éxito de obtenerlo.

Reportes, las empresas deben comunicar de manera efectiva y clara la comprensión de sus impactos, políticas, sistemas de gerencia y comportamiento con respecto a los temas sociales y ambientales. Cuando sea posible, los reportes o informes deben ser elaborados independientemente.

Consultas, las compañías deben consultar a los stakeholders claves sobre las actividades e impactos de la compañía.

Estrategia de Negocios, que las compañías incorporen las prácticas de responsabilidad corporativa y desarrollo sustentable en la estrategia de negocios principal, integrando la responsabilidad corporativa a lo largo de toda la compañía.

Fuente: Modelo f Best Governance Practice for Corporate Responsibility

No toda empresa que lo desee puede ser incluida dentro del índice del FTSE. Para ser una empresa elegible se tiene que cumplir requerimientos en tres áreas en la compañía:

1. Trabajar hacia un desarrollo sostenible
2. Desarrollar una relación positiva con los stakeholders
3. Promover y mantener los derechos humanos

Ibase:

Desde 1997, el sociólogo Herber de Souza del Ibase/Betinho (Instituto Brasileiro de Análisis Sociales y Económicos) logró concitar la atención de los empresarios brasileiros sobre la importancia y necesidad de convertir el balance social de las empresas en un modelo único y simple. En él predominan los datos que puedan ser expresados en valores financieros o en forma cuantitativa.

CSR Europe Matrix:

Es una matriz modelo que permite a las empresas reportar, comunicar y hacer Benchmarking. Esta es la propuesta de la organización CSR Europe, la cual reúne a las empresas europeas que promueven la Responsabilidad Social Empresarial en la región.

Esta matriz es una poderosa herramienta online a través de la cual las empresas dan a conocer sus prácticas, principios y procesos

- Como se mide la Responsabilidad Social en las Empresas

Actualmente en nuestro país existen organizaciones dedicadas al tema de la RSE, las cuales han elaborado herramientas, modelos, sistemas que tiene por objetivo medir el impacto de la RSE en nuestra sociedad y mas específicamente en las empresas. Tales organizaciones y sus respectivos sistemas de medición y/o evaluación de la RSE, se mencionan a continuación:

Acción RSE (Acción Empresarial)

I. Indicadores:

Tiene a disposición de las empresas una Herramienta de Auto-evaluación de RSE, la cual realiza un autodiagnóstico de la situación actual de la empresa que desee realizarla. Tiene por titulo “Indicadores de Responsabilidad Social Corporativa”. Esta herramienta es de uso interno que tiene tres objetivos:

- 1.- evaluar el desempeño del modelo de gestión de la empresa en relación a la RSE.
- 2.- entregar información a la empresa que le permita elaborar su estrategia de RS.
- 3.- permitir comparar y monitorear la evolución del desempeño en RSE de la empresa en distintos momentos del tiempo.

Esta herramienta permitirá a la empresa que la utilice, evaluar el grado de desarrollo de sus estrategias, políticas y prácticas en los distintos ámbitos que involucra la responsabilidad de un ‘buen ciudadano corporativo’, y conocer a nivel cualitativo como cuantitativo su desempeño en materias por área y en forma agregada. Consta de un cuestionario de evaluación de simple aplicación.

II. Balance o Reporte Social

Para empresas interesadas en realizar reportes que den cuenta de su contribución social, AccionRSE entrega orientaciones básicas para la elaboración de un reporte social empresarial. Se incluyen temas como: aporte al mejoramiento de la calidad de vida de sus trabajadores y colaboradores directos, a causas o proyectos sociales y al cuidado del medioambiente. Esta herramienta es una Guía práctica para el reporte social y medioambiental de las empresas “Reporte Social Empresarial”.

PROhumana y Revista Capital

En conjunto, Fundación PROhumana y Revista Capital, con el patrocinio de la Confederación de Producción y Comercio (CPC), han elaborado un estudio sobre las empresas más responsables socialmente en Chile, desde el año 2005 hasta este año en su última versión publicada en Julio bajo el título “Ranking RSE 2007”.

El Ranking es una herramienta que mide la RSE a través de variables cuantificables y permite a las empresas compararse con sus pares y tener una evaluación objetiva de su estado de implementación de la RSE.

Pueden participar en este Ranking empresas chilenas y multinacionales que tengan operaciones en el país de distintas ramas o actividades productivas.

El principal objetivo Ranking es “Evaluar integralmente la RSE de las empresas postulantes al Ranking, de acuerdo a dos frentes: la autoevaluación de la Políticas y Programas de RSE de la empresa, y la percepción, valoración, conocimiento y práctica de los empleados acerca de las políticas y herramientas de RSE”.

Como objetivos específicos, se mencionan los siguientes:

- Autoevaluar cuantitativamente las Políticas y Programas de RSE de las empresas postulantes al Ranking.

- Evaluar cuantitativamente la internalización de RSE en la cultura interna medida desde el grado de conocimiento, percepción, valoración y práctica de las políticas y herramientas de RSE de las empresas postulantes al Ranking.
- Establecer cuáles son las empresas más responsables socialmente, de acuerdo a sus Políticas, Programas y cultura interna de RSE.

Este Ranking da cuenta del desempeño de las empresas en tres dimensiones:

1. **Desempeño social:** abarca el ambiente laboral y las condiciones de trabajo, la seguridad de los trabajadores y la relación que la empresa establece con la comunidad donde se inserta.
2. **Desempeño ambiental:** incluye el impacto del proceso productivo en el ambiente, el uso responsable de los recursos naturales y programas o políticas medioambientales que esté llevando a cabo la empresa.
3. **Desempeño económico:** se incluyen resultados financieros, así como políticas de empleo, remuneraciones y beneficios, entre otros.

Para evaluar el grado de desarrollo de la RSE en las empresas, en este Ranking se contemplan dos fuentes de información: los trabajadores y la administración de la organización.

Para obtener la información necesaria, se han elaborado dos instrumentos de medición. El primero de ellos pretende recoger el desempeño de las empresas en RSE a través de la auto evaluación de sus Políticas y Programas de RSE. Para esto, Fundación PROhumana desarrolló una encuesta auto-aplicable para el área de administración. El segundo instrumento, es una encuesta auto-aplicable y semi-estructurada, destinada a una muestra representativa y aleatoria de trabajadores de la empresa, que idealmente se contesta a través de Internet. Este instrumento recoge las orientaciones, valoraciones, conocimiento, visualización, prácticas y formas de comunicación de la RSE en sus ámbitos ambiental, social y económico. Ambos instrumentos son analizados separadamente, lo que permite establecer un puntaje para la Políticas y Programas de RSE de las empresas, y otro para la cultura interna de RSE.

Las puntuaciones obtenidas por cada empresa en ambos instrumentos, son identificadas como posiciones en un gráfico de puntos, donde se establece una comparación anónima con el resto de las empresas, es decir, a cada organización se le entrega un benchmarking con su posición dentro de la escala de los participantes, pero éstos últimos no son identificados. Este campo de posiciones permitirá discriminar el grado de desarrollo de la RSE en las empresas, tomando en cuenta simultáneamente, ambos instrumentos, logrando establecer la coherencia de desempeño de la responsabilidad empresarial tanto por lo llevado a cabo por la administración como por la valoración que le otorgan los empleados a su empresa en el campo de la RSE.

PROhumana

En nuestro país existe un estudio de casos sobre doce empresas realizado por la Fundación PROhumana, cuyo propósito principal ha sido conocer cual es el camino que están implementando las empresas y entidades gremiales en Chile para incorporar en su lógica de negocios la responsabilidad social.

Sobre como evalúan las empresas citadas en el estudio sus acciones de RS, se explica a continuación:

Sistema de Evaluación para las Acciones de RSE

BancoEstado

Existe la dificultad de separar lo bancario con lo netamente de Responsabilidad Social Empresarial y en ese contexto las evaluaciones dependen de lo que se esta entendiendo como ella. Las actividades bancarias se pueden evaluar pero no publicar debido al secreto bancario, y en general lo otro no esta muy evaluado. Un ejemplo de esto es que el directorio nunca ha recibido un informe al respecto. Al mezclarse las áreas no hay una definición clara de lo que se gasta en Responsabilidad Social. Existe consenso en que se busca que sea rentable, pero no esperan generar ganancia. Incluso en el área cultural, existe un desconocimiento acerca de si se cuenta con un presupuesto anual, es por donación o lo cubre el departamento de marketing.

Banco Santander

No existen evaluaciones estructuradas para los programas de Responsabilidad Social. Se plantea que la evaluación que realizan es necesaria y un deber del Banco hacerlo. Se señala que tiene un gran impacto y eso es evaluado positivamente y que la clave para que el impacto sea mayor es la participación del personal en las acciones que realiza la empresa. Para programas concretos existen métodos estructurados de evaluación sobre todo los que persiguen algún fin publicitario.

CCU

Existen sistemas de evaluación pero se desconoce como funcionan estas evaluaciones o que metodología utilizan. Las evaluaciones más utilizadas tienen que ver con la imagen corporativa de la empresa, mediante encuestas de opinión y focus group. Para programas en específicos poseen un sistema de evaluación después de varios meses, con el que se espera poder comparar resultados a largo plazo.

CHILETABACOS

La intención es evaluar todo lo que se hace. Se reconoce que algunas actividades tienen métodos de medición más elaborada que otras y que en algunos casos deben realizar solo evaluaciones en términos de impacto o de marca, debidos a tiempo y recursos destinados.

Empresas CMPC S.A

Se pueden apreciar distintos medios para evaluar la efectividad de aquellas acciones de Responsabilidad Social Empresarial que se encuentran mas estructuradas al interior de la empresa. Sin embargo, existe coincidencia al señalar que no hay evaluaciones de impacto para el resto de las acciones que se ejecutan. En general, pareciera existir un cierto desconocimiento sobre métodos que permitan evaluar este tipo de acciones. También se hace difícil la evaluación debido a la yuxtaposición que existe entre las acciones de Responsabilidad Social interna y externa.

Coca Cola de Chile

Existe focalización e implementación de sistemas de evaluación de cada uno de los proyectos. La evaluación general, que permite orientar y señalar el éxito de un proyecto, en estos momentos tienen como indicador “la cantidad de personas que se ven impactadas por el”.

Forestal MILLALEMU

Los sistemas que utiliza para sus programas de Responsabilidad Social están basados en los utilizados por Fundación AVINA, la que posee un sistema al respecto, donde se van fijando metas y plazos con los cuales se puede ir evaluando el cumplimiento o no cumplimiento de los objetivos y logros esperados.

Minera Escondida

Las actividades de evaluación de la Fundación son llevadas a cabo por una empresa externa que se encarga de realizar los análisis, tienen un fuerte sistema de seguimiento de los proyectos y constantes evaluaciones de impacto e imagen en las comunidades donde se encuentran. Dentro de estos sistemas de valuación se encuentra también la intención de la fundación de estar más relacionada con los propios proyectos, mantener un vínculo que permita realizar un seguimiento, evaluar y crear una relación de largo plazo que se vuelva sustentable y no terminen con la entrega de dinero. Por otro lado, las actividades de Responsabilidad Social organizadas desde la empresa se evalúan desde la gerencia de Asuntos Corporativos, la cual está trabajando en modelos para poder realizar mejores evaluaciones de sus programas. Se señala, sin embargo que hay acciones que es complicado evaluar, que en general aun no existe un sistema al respecto.

Telefónica CTC Chile

Con respecto a las actividades de evaluación, no hay una política general para todos los programas, se observa que, según la actividad que se desarrolle, se implementan planes de evaluación. Lo que si aparece como importante para la Fundación, es la cobertura mediática, por lo que la evaluación generalmente se da en ese ámbito, por cobertura y asistencia, en términos de medios de comunicación.

Cámara Chilena de la Construcción

En la CCHC existen sistemas de evaluación generales a través de los gerentes de las distintas corporaciones los cuales, en las reuniones de directorio, dan cuenta y evalúan el logro de las metas propuestas. Esos a nivel general, en proyectos específicos, cada uno cuenta con sus propios sistemas de evaluación para evidenciar la viabilidad de los proyectos y su mantención en el tiempo.

SOFOFA

A través de las distintas corporaciones se trata de evaluar todas las acciones y actividades que se realicen. Sin embargo, existe consenso al respecto al señalar la existencia de ciertas actividades en las que su beneficio no es enteramente medible a corto plazo ni a través de métodos cuantitativos. Se señala la intención de avanzar en métodos de evaluación para las áreas de tipo de fidelización de los trabajadores, ya que en las otras, que tienen que ver con efectividad o rentabilidad de la labor cometida se señala que se encuentran bastante bien.

ACHS

Las actividades realizadas por la ACHS son evaluadas constantemente mediante indicadores y encuestas. Dentro de estas evaluaciones destaca el Balance Social Interno, el cual evalúa las condiciones del personal y está referido a Responsabilidad Social Empresarial interna. Para las condiciones externas, se buscan indicadores de impacto, sin embargo, se reconoce que no todas las actividades poseen una medición en términos económicos y que a veces solo basta la sensación de estar haciendo algo importante.

Premios a la Responsabilidad Social Empresarial

Son los reconocimientos que organismos públicos y privados entregan en nuestro país tendientes a distinguir a las empresas que se han destacado en algún aspecto de su comportamiento ambiental y social. Entre los cuales es posible de mencionar los siguientes:

1.- Premio Nacional Medio Ambiente

Otorgado por la Comisión Nacional del Medioambiente (CONAMA), bajo los siguientes premios nacionales:

- "Gestión Ambiental del Sector Productivo",
- "Protección y Conservación de la Biodiversidad", y
- "Cambio Cultural y Educación Ambiental".

El premio fue instaurado por el Gobierno de Chile el año 1999, con el objetivo promover una conciencia ambiental en los ciudadanos, a través del reconocimiento a la labor meritoria realizada en este campo por entidades y personas destacadas por su aporte en la protección y conservación de las condiciones ambientales del país, y/o contribución a la formación de una cultura ambiental que fortalezca el desarrollo sustentable.

La convocatoria incluye un proceso de pre selección regional, a cargo de los Consejos Consultivos Regionales. A partir de estos antecedentes, el Consejo Consultivo Nacional define las quinas de candidatos por categoría del Premio, las que son presentadas al Jurado integrado por representantes del empresariado, ONG's, instituciones académicas, y el Director Ejecutivo de CONAMA.

Los criterios utilizados, tanto regional como nacionalmente, para la elección de los Premios Nacionales fueron contar con resultados concretos de los aportes realizados, que favorezcan la gestión ambiental de todo el país; que la institución tuviera una trayectoria comprobada en directa relación a la categoría postulada; y la contribución realizada para mejorar la calidad del Desarrollo Sustentable en nuestro país.

2.- Premio Nacional de la Calidad

A partir de 1996, se inicia en Chile la aplicación de los Modelos de Gestión de Excelencia, siendo el Centro Nacional de Productividad y Calidad, ChileCalidad, el encargado de la administración y difusión del Premio Nacional a la Calidad, inspirado en el modelo Malcom Baldrige (USA) ampliamente utilizado por las organizaciones en Estados Unidos.

El Premio Nacional a la Calidad es una distinción pública anual que se entrega a las empresas y organizaciones chilenas que demuestran tener una gestión de excelencia, comparable con la gestión de otras organizaciones de excelencia a nivel internacional.

De acuerdo a las bases del premio, los servicios que postulan deben presentar un informe de autoevaluación técnica, el cual está estructurado sobre la base de criterios y subcriterios que tienen el propósito de enfocar la atención de los Servicios Públicos hacia aquellos principios inspiradores de la Gestión Pública Moderna, orientados a la satisfacción del usuario mediante el mejoramiento continuo de sus procesos.

Convoca a trabajadores, empresarios y servidores públicos a enfrentar los desafíos competitivos de Chile, ofreciendo apoyo a empresas y organizaciones para innovar en la gestión.

El Premio Nacional a la Calidad es una distinción pública anual, creada por Decreto Supremo, dictado el 30 de septiembre de 1996, que se entrega a las empresas y organizaciones chilenas que demuestran tener una gestión de excelencia comparable con la gestión de otras organizaciones de excelencia a nivel internacional. Esta distinción se entrega desde el año 1997.

El premio a la Calidad es sistémico ya que aborda todos los elementos de gestión de una organización. Puede ser usado por cualquier tipo de organización, en la que su gestión debe estar orientada a "procesos". A cada uno de los procesos y al conjunto de éstos le pide: Alineamiento, Integración y Aprendizaje Organizacional. Evalúa las prácticas de gestión de la organización de acuerdo a criterios de excelencia (sistematicidad, despliegue, evaluación y mejora, efectividad, comparaciones, entre otros), dando origen a una puntuación

Categorías de Postulación

- Gran Empresa: Ventas netas sobre 1.000.000 UF al año, o más de 500 trabajadores.
- Intermedia: Ventas netas entre 100.000 y 1.000.000 UF al año.
- Pyme: Ventas netas hasta 100.000 UF al año.
- Servicios Públicos nacionales
- Servicios Públicos regionales
- Organizaciones sin fines de lucro

3.- Premio Carlos Vial Espantoso

La Fundación Carlos Vial Espantoso nace en 1999 con el compromiso de trabajar por la gran preocupación que don Carlos Vial Espantoso tuvo a lo largo de su vida: fortalecer los vínculos de los trabajadores con sus empresas.

Estas ideas llevaron a Don Carlos a expresar en su testamento la voluntad de crear una fundación que cada año reconociera y divulgara las acciones que diferentes empresas realizan, buscando formas de remuneración lo más justas posibles, que reconozcan el aporte especial de cada persona en la generación de utilidades y consecuentemente, en el crecimiento y éxito de las empresas.

La ceremonia de entrega del Premio Carlos Vial Espantoso se realiza durante el mes de mayo de cada año, fecha que coincide con el aniversario del fallecimiento de don Carlos Vial. Su propósito es destacar el valor del trabajo humano, difundir las buenas prácticas laborales y promover mecanismos que posibiliten a que trabajador y empresario se reconozcan en el fruto del esfuerzo común.

El Premio Carlos Vial Espantoso reconoce públicamente a aquellas empresas que se destacan por desarrollar iniciativas efectivas que permiten a los trabajadores participar en diversas formas de los beneficios de sus empresas, reconociendo la importancia del capital humano en la gestión empresarial moderna.

El jurado está compuesto por un grupo de personas de excelencia, quienes garantizan la independencia y seriedad de la elección.

Durante el año 2008, el jurado estará compuesto por:

- María Isabel Vial I. Directora Fundación Carlos Vial Espantoso
- Fernando Agüero G. Presidente Fundación Carlos Vial Espantoso
- Luis Aravena S. Presidente del Sindicato N° 2 de Laboratorio Chile
- Ricardo Ariztía D. Empresario agrícola, ex Presidente de la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC) y de la Sociedad Nacional de Agricultura (SNA)
- Felipe Bulnes S. Socio de Bulnes, Pellegrini & Urrutia
- Juan Claro G. Director de empresas y ex Presidente de la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC) y de Sofofa
- Vittorio Corbo L. Economista, ex Presidente del Banco Central de Chile
- Alvaro Donoso B. Director de Corp Research
- Juan Carlos Eichholz C. Director del Centro de Liderazgo Estratégico de la Universidad Adolfo Ibáñez
- Oscar Guillermo Garretón P. Presidente de Fundación Chile y Director de empresas
- Cristián Larroulet V. Director Ejecutivo del Instituto Libertad y Desarrollo
- Juan Muñoz V. Presidente de la Confederación de Trabajadores Eléctricos de Chile
- Carlos Schaerer J. Presidente de la Fundación de la Prensa
- Ricardo Solari S. Ex ministro del Trabajo y Previsión Social

4.- Premio Amcham

La Cámara Chileno-Norteamericana de Comercio (AmCham) fue fundada en Valparaíso en 1918 con la misión de promover el libre comercio y la inversión entre Estados Unidos y Chile. AmCham cuenta con sobre 650 compañías socias y agrupa al 90% de la inversión de Estados Unidos en Chile.

AmCham convoca a todas las empresas radicadas en Chile a postular al Premio Buen Ciudadano Empresarial. El objetivo de esta iniciativa es distinguir aquellos programas orientados a la comunidad y que merezcan reconocimiento público por el positivo resultado obtenido. Junto a ello, persigue

incentivar estas prácticas considerando que el mayor conocimiento que exista de estos proyectos permitirá su replicabilidad en otras instituciones y comunidades.

Las empresas pueden presentar uno o más proyectos que estén desarrollando, que tengan a lo menos un año de antigüedad, que tengan continuidad en el tiempo y que puedan ser medibles. Las empresas podrán participar en diferentes categorías según el tamaño de éstas.

El jurado de este certamen lo integran, entre otros:

- Mateo Budinich, Presidente de AmCham
- María Eugenia Hirmas, Directora Socio Cultural de la Presidencia de la República
- Craig Nelly, Embajador de Estados Unidos
- Alfredo Ovalle, Presidente de la Confederación de la Producción y el Comercio
- Padre Agustin Moreira, Capellán del Hogar de Cristo
- Rodolfo Echeverria, Presidente del Comité de Alianza Social de AmCham
- Álvaro Pezoa y Mladen Koljatic, Académicos de la Universidad de Los Andes y Católica, respectivamente
- Andres Ovalle, Presidente de CONAPYME
- Javier Yrarrázaval, presidente de Acción RSE

Con el objeto de hacer más expedita y fácil la recopilación de antecedentes, AmCham proveerá a las empresas interesadas con un cuestionario de fácil acceso y comprensión, más una guía explicativa en caso de necesidad.

5.- Premio SOFOFA (Sociedad de Fomento Fabril)

Premio Sofofa Responsabilidad Social

El Premio SOFOFA, creado en 1998, es una distinción otorgada por los mismos empresarios a la empresa que ejemplifique de mejor manera el compromiso y valores de la responsabilidad social en la relación con sus consumidores, la comunidad, los proveedores y el medio ambiente.

Requisitos para postular:

- Exhibir una sólida trayectoria empresarial.
- Demostrar resultados positivos en el período inmediatamente anterior a la postulación.

- Gozar de buena reputación corporativa entre sus clientes, el mercado y la sociedad en general.
- Cumplir las exigencias legales.
- Desarrollar iniciativas de Responsabilidad Social en los ámbitos interno y externo de la compañía.
- Mantener buenas relaciones laborales

6.- Buenas Prácticas Laborales

Las relaciones laborales son para cualquier país un elemento de importancia esencial. No sólo porque determinan la calidad de las interacciones entre empleadores y trabajadores, sino también porque definen la calidad de una sociedad. Es por ese motivo que la discusión en torno a las Buenas Prácticas Laborales es un tema nacional que compete tanto a las autoridades económicas como a la sociedad en su conjunto.

Una Buena Práctica Laboral es una iniciativa ejemplar, que apuntando a generar condiciones laborales que favorezcan el buen clima y el aumento del rendimiento colectivo, se sustenta en valores y principios fundamentales. Es, en definitiva, una expresión concreta de una gestión estratégica de recursos humanos, y un paso hacia la excelencia institucional.

Criterios para determinar qué es una buena práctica:

- Pertinente: aplicabilidad a un contexto concreto y en respuesta a una necesidad.
- De alto Impacto: posibilidad de mejorar directa o indirectamente el aspecto en que se trabaja.
- Sostenible: posibilidad de continuar siendo efectiva en un plazo determinado y presentar resultados duraderos.
- Creativa e innovadora: ¿por qué una buena práctica interesa especialmente?, ¿qué aporta?
- Replicable
- Fácil de ejecutar
- Eficiente: máximo beneficio con coste mínimo.

7.- Great Place to Work (“Mejores Empresas para Trabajar”)

Great Place to Work Institute, Inc. es una empresa de investigación y consultoría gerencial, con oficinas centrales en Estados Unidos y afiliadas alrededor del mundo. Great Place to Work Institute Chile ha estado ayudando a las empresas en Chile a transformarse en grandes lugares para trabajar desde el año 2001. Desde ese tiempo Great Place to Work Institute Chile ha puesto a disposición de las empresas todas las herramientas de consultoría que posee, elaborando al mismo tiempo en forma anual la lista de Las 25 Mejores Empresas para Trabajar en Chile.

Desde 1980 Great Place to Work Institute, ha estado escuchando a los colaboradores y evaluando a sus empleadores, para comprender que hace un gran lugar para trabajar.

Cualquier empresa con 50 o más empleados y con 2 años de operaciones en Chile puede inscribirse y tomar parte del estudio Las Mejores Empresas para Trabajar en Chile. Si una empresa no cumple con estos requisitos, puede medirse pero no podrá optar a figurar en la lista de las Mejores Empresas para Trabajar en Chile.

El proceso de estudio se basa en 2 instrumentos desarrollados por Great Place to Work Institute: el Trust Index Survey, que corresponde a una encuesta realizada a los colaboradores de la empresa, y el Culture Audit, el cual es un cuestionario utilizado para mejorar la comprensión de las políticas y prácticas de la organización.

Great Place to Work Institute cuida el anonimato de los trabajadores participantes en el estudio, asegurándoles total confidencialidad en el manejo de sus respuestas.

Como resultado del estudio, Great Place to Work Institute Chile, entrega a cada empresa un informe, independiente de su resultado o de si aparece o no en la lista de Las Mejores Empresas para Trabajar. Este reporte tiene por objeto que las empresas cuenten con una herramienta de gestión, que les permita conocer sus fortalezas y oportunidades de desarrollo, a la vez que compararse con respecto a Las Mejores Empresas en Chile.

8.- Empresas Más Admiradas

Diario Financiero y PricewaterhouseCoopers se unieron para premiar a las Empresas más Admiradas de Chile. En este estudio participan líderes de opinión de las empresas más destacadas del país, evaluando nueve parámetros en el desempeño de las empresas.

Los parámetros evaluados por los encuestados incluyen:

- estrategia de negocios,
- solidez financiera;
- capacidad de innovación;
- calidad de productos y servicios;
- calidad y atractivo del marketing e imagen corporativa;
- información al exterior;
- calidad del personal y ejecutivos;
- gobierno de la empresa y
- responsabilidad social

- Estándares aplicados sobre Responsabilidad Social Empresarial

LAS NORMAS INTERNACIONALES

Las empresas establecen sus programas de Responsabilidad Social en función de estándares internacionales, y muy a menudo acompañados de distintos acuerdos internacionales.

Las normas internacionales, aún cuando sean normas técnicas, pueden tener implicancias desde la óptica de la responsabilidad social interna y externa.

La evaluación de organismos internacionales ha establecido estándares de calidad que se han ido formalizando mediante certificaciones.

LAS CERTIFICACIONES SOCIALES

Las certificaciones sociales responden al cumplimiento o no de normas. Estas pueden aplicarse a empresas, proveedores y subcontratistas. Las empresas pueden decidir qué establecimiento debe buscar la certificación.

Las certificaciones se pueden entender como una necesidad de las empresas de comunicar los efectos sociales y medioambientales de su actividad económica a determinados grupos de interés en la sociedad y a la sociedad en su conjunto. Como tal, implica extender la responsabilidad de las organizaciones, en especial empresas, más allá del papel tradicional de proporcionar estados financieros a los propietarios del capital o accionistas. Tal extensión se basa en la presuposición de que las empresas tienen responsabilidades más amplias que hacer dinero para los accionistas.

SA 8000

Entre las certificaciones sociales, la más conocida es la Norma SA8000 o Social Accountability, que ha elaborado su propio estándar para evaluar las condiciones y el respeto a los derechos laborales de las fábricas que estén certificando. En otras palabras, es un programa de verificación de códigos de conducta y certificación de fábricas comenzado en octubre de 1997 por la Agencia de Acreditación del Consejo de Prioridades Económicas (CEPAA) de Nueva York, ahora llamado Responsabilidad Social Internacional (SAI). La cual es una organización que promueve los derechos humanos para los trabajadores en el mundo como un estándar organizacional.

Basado en el modelo de sistema de auditoría de la Organización Internacional por la Estandarización (ISO), el SA8000 intenta llevar consistencia global a los estándares laborales de los códigos de conducta y procedimientos de verificación de cumplimiento en reclamos de terceros involucrados.

El sello SA 8000 certifica el lugar de trabajo, no la calidad del producto por ende no cubre una revisión del producto. Esta norma evalúa las condiciones laborales y se basa en otras normas internacionales reconocidas que han sido desarrolladas por varias organizaciones multilaterales. En efecto la norma Social Accountability 8000 se basa en la Declaración de los Derechos Humanos, las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Convención de la ONU sobre los Derechos del Niño y la Convención de la ONU contra la Discriminación de la Mujer. Así, se exigen a las entidades candidatas que cumplan requisitos en materia de trabajo infantil o forzoso, condiciones de salud y seguridad, libertad de asociación y derecho a convenios colectivos, discriminación y acoso, castigos corporales, abusos verbales o coacción, horarios de trabajo, retribución e implantación de un sistema de gestión de la responsabilidad social.

Las disposiciones del código del SA8000 son más fuertes, y su lenguaje más detallado y preciso que las de los códigos de empresas y que la mayoría de los otros códigos de interés múltiple. Por ejemplo, el estándar del SA8000 requiere el pago de un "salario para vivir", limita las horas de trabajo a 48 por semana, prohíbe el trabajo extra obligatorio, limita el trabajo extra voluntario a 12 horas por semana, y prohíbe el uso de contratos exclusivamente laborales y esquemas falsos de aprendizaje para evadir leyes laborales o evitar obligaciones de seguridad social.

En cuanto a la libertad de asociación, el SA8000 incluye una disposición que requiere a las empresas "facilitar medios paralelos de asociación libre e independiente y negociación colectiva" en países donde la libertad de asociación y la negociación colectiva están sujetas a restricciones legales.

El estándar y sistema de verificación SA8000 es una herramienta que permite asegurar lugares de trabajos humanos. Incluye:

1. Requerimientos del sistema de gerencia en el nivel de la fabrica
2. Involucramiento de los stakeholders
3. Hacer públicos los reportes, al menos en el sitio web de la SAI
4. Hacer que los consumidores e inversionistas sepan que las compañías que cumplen con la norma SA8000 aseguran los derechos humanos en el lugar de trabajo

Para poner en marcha el Sistema SA8000, existe la certificación y el Corporate Involvement Program, CI, que asegura que toda la cadena de proveedores que utiliza una compañía cumpla con las normas SA8000. Este producto fue lanzado en 1999 e incorpora empresas tanto de Estados Unidos como del resto del mundo.

El SA8000 se basa a su vez, en el modelo de las normas ISO9000 e ISO14000 aplicables a Sistemas de Gestión de Calidad y de Gestión Ambiental.

AA1000 ASSURANCE

La organización británica AccounAbility, nombre con el cual se conoce al Institute of Social and Ethical AccountAbility, fue creada en 1995 y es una institución sin fines de lucro que promueve el accountability para el desarrollo sostenible, generando redes entre el ámbito de los negocios, la sociedad civil y el sector público.

Esta organización presentó en marzo de 2003 su AA1000 Assurance Standard, que pretende ser un estándar mundial para asegurar la calidad y credibilidad de la información empresarial sobre Responsabilidad Social Empresarial. Se trata de un estándar no comercial, que busca satisfacer las nuevas exigencias de inversores y reguladores. El estándar se ha presentado tras dos años de consulta a diferentes grupos de interés: inversores, ONGs, sindicatos, y empresas.

Assurance en castellano significa seguridad, es una promesa o una garantía. La calidad y credibilidad de los reportes de organizaciones que comunican su desempeño a partir de sus sistemas, procesos y competencias, depende de una serie de factores, que pretenden asegurar y entregar garantías de lo que se comunica en los reportes.

El estándar AA1000 Assurance es un método de evaluación que utiliza un set específico de principios y estándares que permiten otorgar calidad y credibilidad a los reportes. Establece aspectos y criterios básicos que permiten crear credibilidad pública a los reportes de sostenibilidad.

Los tres principios básicos en los cuales se basa este estándar y que responden a los siguientes cuestionamientos son:

Materialidad: ¿El informe de sostenibilidad proporciona una cuenta que aborda todas las áreas de funcionamiento, y que satisface la necesidad de evaluación de los stakeholders sobre un desempeño sostenible de la organización?

Lo completo: ¿Es la información completa y bastante exacta para determinar y entender el desempeño de la organización en todas sus áreas?

Reciprocidad: ¿La organización ha respondido coherentemente y constantemente a las preocupaciones y a los intereses de los stakeholders?

Este estándar cubre un amplio rango de desempeños organizacionales, por lo que en estricto rigor no sólo es aplicable a organizaciones empresariales, en lo que se centra principalmente es en el desempeño sostenible. De la misma forma no es importante el tipo y tamaño de la organización. Examina la comprensión organizacional sobre su propio desempeño e impactos en forma completa, asociándolos con el punto de vista de los stakeholders.

El AA1000 Assurance es la primera iniciativa que se centra en la credibilidad y la necesidad de entregar confianza pública sobre los reportes sociales. Aspectos tales como la independencia, la imparcialidad, las competencias (individuales u organizacionales) deben ser demostrables, y este estándar busca generar un proceso transparente y real.

ISO 26000

A partir del período que siguió a la Segunda Guerra Mundial, surge la necesidad de estandarizar metodologías de producción. Es así que surgen las primeras normas ISO cuyo sustento es y ha sido promover el desarrollo de la estandarización y actividades relacionadas alrededor del mundo para facilitar el intercambio y cooperación internacional.

En la actualidad, no todos los sectores de la economía han logrado dimensionar los alcances que posee la Responsabilidad Social Empresarial, por lo mismo ha sido necesario crear e implementar normas que regulen el tema en el ámbito nacional e internacional, junto con la necesidad de compatibilizar criterios sobre todas las reglas existentes motivó a la Organización Internacional de Normalización (ISO) a crear una norma de Responsabilidad Social Empresarial.

El objetivo principal del desarrollo de este estándar es contar con una definición de Responsabilidad Social universalmente aceptada, que sirva de orientación mundial en este tema y que favorezca el desarrollo sustentable de las organizaciones. Asimismo pretende reglamentar la responsabilidad social en las empresas, con el fin de que éstas se certifiquen dentro de la misma. Debido a que existe una alta preocupación de muchos grupos de interés, como el gobierno, organizaciones no gubernamentales, consumidores, grupos de trabajadores y público en general sobre el impacto que generan las instituciones en términos económicos, sociales y medioambientales, por lo que surge la necesidad de contar con un estándar universalmente aceptado que contribuya a incorporar la Responsabilidad Social en la gestión de las empresas.

Es así como se informó que a partir de octubre de 2008, en todo el mundo, se comenzará a aplicar la norma ISO 26.000, la cual pretende regular la responsabilidad social en las organizaciones.

Claramente la implementación y ejecución de esta norma permitirá que, en primera instancia, la RSE sea aplicada eficazmente por las empresas, y en segundo lugar y con el tiempo, llevará a que los líderes empresariales tomen real conciencia de la importancia de la aplicación de estándares sociales dentro de una organización.

Esta norma no sólo generará beneficios directos dentro de las empresas, sino que además, su ejecución provocará beneficios reales en la población, en la calidad de vida de las personas, en el medio ambiente, entre otras variables.

Teniendo en cuenta que el tema de la Responsabilidad Social Empresarial a pesar de ser importantísimo no se ha aplicado globalmente, la creación de la ISO 26.000 entrega buenas señales de que en el mundo entero la responsabilidad social empresarial sí se está tomando en cuenta, y que será considerada como un factor más que las empresas deben tener en cuenta si quieren convertirse en organizaciones realmente exitosas.

Los beneficios de desarrollar una norma ISO de Responsabilidad Social son muy favorables para muchas organizaciones porque facilita la implementación, mantenimiento y mejora de un marco de Responsabilidad Social en aquellas organizaciones que contribuyen al Desarrollo Sustentable. Además incrementa la confianza y satisfacción de las organizaciones entre las partes interesadas y la conciencia de la Responsabilidad Social. Contribuye a generar una mayor conciencia y observancia de los principios universales de las convenciones y declaraciones de las Naciones Unidas. Y por último facilita el libre comercio y elimina barreras comerciales además de cumplir y evitar conflictos con otras normas de Responsabilidad Social.

El estándar propuesto busca:

- Asistir a las organizaciones en el establecimiento, implementación, mantención y mejora de su estructura de Responsabilidad Social.
- Apoyar a las organizaciones en demostrar su Responsabilidad Social a través de un involucramiento responsable y efectivo con todos sus grupos de interés.
- Facilitar una comunicación creíble sobre los compromisos de la organización y su desempeño relacionado con la Responsabilidad Social.

- Promover y mantener una mayor transparencia e integridad en la organización.

Algunos de los temas que esta ISO abarcará dentro de su génesis serán el respeto a los derechos humanos, a la diversidad cultural, al medio ambiente, a las condiciones socioeconómicas y a la calidad de vida, mecanismos de identificación de stakeholders, informes públicos transparentes, desempeño auditable, y la promoción de alianzas entre la empresa privada, la sociedad civil y el Estado. En este contexto, la principal relevancia que tendrá esta norma para Chile, es que en la actualidad somos un país que está abierto al comercio exterior y al intercambio de bienes y servicios, y que por lo mismo, las empresas que deseen trabajar a futuro con los países desarrollados, deberán incorporar los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial en sus procesos.

La ISO 26.000 será voluntaria.

Dentro de esta norma existen estándares que las pequeñas y medianas empresas no podrían cumplir debido a su composición como organizaciones más pequeñas, por lo mismo, se está trabajando para la incorporación de éstas dentro de la medida, con el fin de no dejarlas fuera de los alcances de la ISO.

Como conclusión, es posible mencionar que esta norma internacional entregara una guía a todo tipo de organización, sin importar su tamaño o ubicación, sobre:

- Principios y temas relacionados a la Responsabilidad Social.
- Integración, implementación y promoción de prácticas socialmente responsables.
- Identificación e involucramiento con las partes interesadas.
- Comunicación de los compromisos y el desempeño relacionado a la Responsabilidad Social.

- La contribución al desarrollo sostenible a través de la responsabilidad social.

ISO 9000

Normas internacionales de estandarización sobre Gestión y Aseguramiento de la Calidad, para ayudar a las empresas a documentar efectivamente los elementos implementados para mantener un eficiente Sistema de Calidad.

ISO 14000

Conjunto de normas que incluyen metodologías afines a la implementación de un sistema de gestión ambiental. Se basa en la prevención de la contaminación, mejoramiento continuo y cumplimiento con la legalidad ambiental del país donde se aplica y deben incluirse a nivel de compromiso en la política ambiental de la empresa que decida certificar.

OHSAS18001

Su acción se basa en la norma británica original British Standard - BS 8800. Establece un sistema de prevención de riesgos laborales que elimina o reduce al máximo los riesgos del personal y de otras partes interesadas expuestas a riesgos de salud y seguridad en el trabajo. Busca mejorar en forma sistemática un sistema de prevención de riesgos laborales acorde con su política de salud y seguridad en el trabajo.

ESTANDARES INTERNACIONALES

Convenciones de la OIT

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) es una agencia de las Naciones Unidas (ONU) que promueve la justicia social y los derechos humanos y laborales reconocidos y respetados internacionalmente. La OIT fue fundada en 1919 con el Tratado de Versalles, y se convirtió en la primera agencia especializada de la ONU en 1946. Dentro del sistema de la ONU, la OIT posee una estructura tripartita única, con los trabajadores y los empleadores participando en condiciones igualitarias con los gobiernos. Uno de los roles principales de la OIT es establecer normas internacionales del trabajo en la forma de Convenciones y Recomendaciones. Esas normas mínimas de los derechos laborales básicos cubren la libertad de asociación, el derecho a organizarse, la negociación colectiva, abolición del trabajo forzado, igualdad de trato y oportunidad y otras normas que regulan las condiciones a través de un amplio espectro de temas relativos al trabajo.

Las Convenciones fueron ideadas para ser usadas como una guía para el diseño e implementación de la política laboral y social a nivel nacional.

Las Convenciones de la OIT se consideran un instrumento legal; éstas definen las normas y proveen a los Estados un modelo a seguir. Los Estados miembros son alentados a ratificar las Convenciones y tienen la obligación de presentar las Convenciones para ser consideradas ante su parlamento o congreso. Cuando una Convención ha sido ratificada por un país, se espera que su gobierno la trate como a un tratado internacional y que, por lo tanto, ha aceptado dos obligaciones: un compromiso para aplicar las disposiciones de la Convención a sus leyes y una voluntad de aceptar una medida de supervisión internacional a través del monitoreo formal y mecanismos de informe.

Las Convenciones poseen cierta fuerza moral, así como la condena pública a un estado soberano por el no cumplimiento de sus obligaciones legales internacionales. Además de supervisar la aplicación de las convenciones, la OIT brinda asistencia técnica y financiera a aquellos países que requieren ayuda para mejorar sus niveles de trabajo.

El Pacto Mundial de la ONU

Pacto Mundial (Global Compact) fue lanzado en el 2002 por el Secretario General de las Naciones Unidas, Sr. Kofi Annan. Tiene como misión expandir los beneficios de la globalización y evitar los efectos negativos de la misma, mediante la difusión y convocatoria a los empresarios a cumplir y a adoptar nueve principios vinculados a los Derechos Humanos, Derechos del Trabajo y Medio Ambiente. El Pacto Mundial o Global es una normativa voluntaria de nueve principios en las áreas de derechos humanos, trabajo y el medio ambiente. Los principios se extraen de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los Principios de Río sobre Desarrollo Sustentable y las Recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo. El Pacto Mundial es una iniciativa con dos objetivos: hacer del Pacto Mundial y sus principios parte de la estrategia y operación de las empresas, facilitando la cooperación entre sus stakeholders claves, y promover asociaciones multisectoriales dentro del pacto que sostenga el desarrollo alineado con la misión de las Naciones Unidas. Para lograr esos objetivos, el Pacto Mundial ofrece las facilidades y el compromiso a través de política de diálogo, aprendizaje, redes locales y proyectos participativos.

Los Nueve Principios del Pacto Global

Derechos humanos

Las empresas deben:

1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.
2. No ser cómplice de abusos de los derechos.

Condiciones laborales

Se pide a las empresas:

3. Apoyar los principios de la libertad de asociación sindical y el derecho a la negociación colectiva.
4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.
5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil.
6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Medio ambiente

Se pide a las empresas:

7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales
8. Promover mayor responsabilidad medioambiental.
9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medioambiente

Metas del Milenio

Acuerdo de apoyo entre dirigentes de 189 naciones, durante la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas de 2000, en torno a los ocho objetivos de desarrollo para el próximo milenio, entre los cuales está el reducir la pobreza extrema a la mitad para el 2015. Este plan de ayuda mundial incluye a las instituciones de desarrollo más importantes a nivel mundial.

Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor

La Comisión sobre el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas recomendó en 1999 al Consejo Económico y Social de esa organización adoptar normas para asistir a los países a lograr o mantener una protección adecuada de sus habitantes en calidad de consumidores.

El Libro Verde: Un Marco de Fomento para el Desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial

En la cumbre del Consejo Europeo de Lisboa de 2000 la Unión Europea (UE) ratificó su compromiso a favor de la Responsabilidad Social Empresarial resaltando su ingerencia en el avance hacia un mayor crecimiento económico, competitividad, justicia social y desarrollo sostenido para la Unión Europea.

Comercio Justo

Movimiento internacional en crecimiento que aspira a lograr que los productores de los países en desarrollo consigan un trato justo en sus relaciones comerciales. Su informe contempla una guía para su implementación en la empresa y la sociedad civil, y enlaces a documentos y organizaciones relacionadas.

Comercio Justo surgió como respuesta a las deficiencias del modelo comercial dominante, que no ha podido otorgar beneficios a grandes sectores de la población mundial. Es difícil para los pequeños productores tener acceso a la información sobre precios y mercados. Como consecuencia de esto, los pequeños productores dependen de intermediarios que son los que disfrutan de la mayor parte de los beneficios y corren con los menores riesgos.

Por otra parte, los consumidores de los productos certificados por Comercio Justo le paga a los productores un precio que cubre los costos de producción y vida sustentable; pagan también un "premio social". A este premio los productores lo invierten, en cooperación, en proyectos de desarrollo, tales como centros de salud y escuelas. Los productores también reciben beneficios, como el pago por adelantado y contratos a largo plazo.

La Fairtrade Labeling Organization (FLO), "Organización Calificadora del Comercio Justo", es la sede mundial para las normas y la certificación de Comercio Justo. En la actualidad la Certificación de Comercio Justo se limita mayormente a las mercaderías. La única norma sobre productos manufacturados es para pelotas deportivas; todas las otras normas oficiales son para mercaderías como el café, té, cacao, miel, bananas, naranjas, jugo de naranja y azúcar.

Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales (OCDE GUIDELINES)

Es un código de conducta corporativo que fue creado en 1976 y revisado en el 2000. Las directivas de la OCDE son recomendaciones voluntarias, no obligatorias, hechas por los gobiernos a las empresas, que fueron aceptadas de manera multilateral.

Estas normas cubren una serie de asuntos tales como derechos humanos, trabajo, medio ambiente, impuestos y coimas. Pueden considerarse moralmente obligatorios, pero no pueden exigirse mediante un tribunal. Solo constituyen recomendaciones de los gobiernos a las empresas sobre como operar de manera responsable en el ámbito laboral y ambiental. También cubre temas como soborno, la protección de los intereses del consumidor, la ciencia y tecnología, y las reglas para una sana competencia.

Las directivas se aplican a todos los emprendimientos multinacionales y a todas sus entidades, sin considerar a dónde llevan a cabo sus negocios, incluidos los países que no adhieren a las Directrices. Estas Directrices no dan poder a los ciudadanos porque no los dota de derecho alguno. Sin embargo, cualquier parte interesada puede entablar una demanda en contra de una empresa que no adhiera a las Directivas.

Las demandas se presentan ante los Puntos Nacionales de Contacto localizados en la OECD y en países signatarios. Si el Punto Nacional de Contacto acepta el caso, las partes entran en un período de mediación y de resolución del problema.

Las Directrices fueron aprobadas en el 2002 por los gobiernos de 30 países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y 3 países adicionales (Argentina, Chile y Sur Corea). Si bien se trata de normas voluntarias para empresas, los gobiernos participantes se han comprometido a promover su cumplimiento en las empresas que se encuentran operando "en" o "desde" sus países.

Normas ONU sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la esfera de los derechos humanos

En este contexto en las Naciones Unidas se creó un Grupo de Trabajo por parte de la Subcomisión de Promoción y Protección de los Derechos Humanos. El objeto de investigación de este grupo de trabajo debía enmarcar una serie de puntos relativos a las acciones de las multinacionales, la compatibilidad de estas acciones con diversos instrumentos internacionales y la obligación de los Estados de regular las conductas de las multinacionales que operen en sus territorios. Como resultado de la serie de sesiones que realizó este grupo de trabajo se elaboraron las Normas de la ONU sobre las Responsabilidades relacionadas con los Derechos Humanos de las Corporaciones Transnacionales y otras Empresas, que se traduce en un conjunto de normas a las que las empresas son llamadas a adoptar voluntariamente.

Como primer intento de esbozar un marco normativo completo para la conducta de las empresas, las Normas de la ONU constituyen la base sobre la que se podrá construir un marco normativo internacional y reconocido internacionalmente para las empresas y que también establezca normas mínimas que los Estados deban reflejar en su legislación nacional.

Las disposiciones sustantivas de estas normas pueden resumirse de la siguiente manera: la no discriminación, la protección de civiles y las leyes de la guerra, utilización de fuerzas de seguridad, los derechos laborales; derechos económicos, sociales y culturales; los derechos humanos y el medio ambiente y los derechos de los pueblos indígenas.

Todos estos cuerpos normativos aquí expuestos pueden ser vistos como un primer paso que permite el acercamiento de la producción económica con los derechos humanos y la protección del medio ambiente.

Códigos de Conducta

Un código de conducta es una guía básica de referencia para los empleadores, en apoyo a las tomas de decisiones día a día. Está destinado a clarificar la misión, los valores y principios de una organización y conectarlos con normas de conducta profesionales. Un código de conducta provee guías claras de comportamiento y un importante medio de comunicación que refleja el compromiso que una organización ha tomado para sostener sus valores más importantes.

Un código de conducta tiene como objetivo complementar las normas, las políticas y las leyes pertinentes, sin ser un sustituto de ellas. Los códigos de conducta, establecen pautas en asuntos que incluyen desde el trabajo infantil, trabajo forzado, salarios, beneficios, horas de trabajo, prácticas disciplinarias, libertad de asociación, hasta la salud y la seguridad. También pueden incorporar políticas relacionadas con el acatamiento a la ley, ética, prácticas ambientales e inversiones comunitarias.

Los códigos de conducta pueden ser desarrollados independientemente por parte de las empresas individuales o diseñados en base a códigos modelo, escritos por la sociedad civil o por los académicos. Pueden ser una declaración corta como la misión de la organización, o un documento sofisticado con normas, principios y criterios articulados para medir el desempeño de la empresa y mecanismos para reforzarlos. Los códigos de conducta efectivos se elaboran con el compromiso y el apoyo de los directivos claves de la empresa y de los stakeholders. Además deben comunicarse de forma clara tanto interna, como externamente en la organización. La comunicación acerca del código de conducta deberá ser periódica y el código deberá ser revisado con regularidad para que coincida con la legislación y la aplicabilidad general.

Principios Globales Sullivan

El Reverendo León Sullivan desarrolló originalmente estos principios para manejar los temas étnicos en las compañías que operaban en África del Sur durante la era del apartheid, pero a finales de los

90 fueron ampliados para hacer énfasis en los derechos humanos, la justicia social y la creación de oportunidades económicas. Más de 350 empresas han adoptado estos principios, además de gobiernos y ONG. A los actores que los han suscrito se les solicita comprometerse a trabajar de acuerdo con ellos y presentar informes anuales para compartir sus experiencias.

La Mesa Redonda Caux: Principios de Negocio

La Mesa Redonda Caux (Caux Roundtable) es un grupo de líderes empresariales de Europa, Norteamérica y Japón que en lugar de utilizar el concepto de responsabilidad social corporativa, se han comprometido a “promocionar un liderazgo empresarial basado en principios”. Los principios de Caux se presentaron en 1994, lo cual los convirtió en uno de los pioneros. La lista de Caux contiene más de 150 miembros, varios de los cuales son administradores de alto nivel de los sectores corporativos y multilaterales. No está bien definido si todas las empresas representadas por estos administradores observan esos principios en la práctica. Solamente se puede pertenecer y participar en la mesa previa invitación.

SIGMA: Directrices Integradas para la Gestión de Sostenibilidad (Sustainability: Integrated Guidelines for Management)

El Instituto Inglés de Normas Técnicas (British Standards Institution), el Forum for the Future, y Institute for Social and Ethical Accountability, con el apoyo del gobierno Británico, previo un sólido proceso de consulta con los públicos interesados, lanzaron el instrumento SIGMA en 1999, cuyo objetivo es desarrollar principios, diseñar un marco para la gestión de la responsabilidad social y proponer herramientas para su aplicación. El programa incluye una revisión de los sistemas y requisitos existentes con respecto a la gestión de la sostenibilidad social, económica y ambiental de las empresas.

CUADRO RESUMEN DE LAS HERRAMIENTAS EXISTENTES PARA MEDIR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

	<i>Origen</i>	<i>Descripción</i>
<i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>	Lanzado en 1997 por una institución sin fines de lucro, como un mecanismo que abarca los tres ámbitos del desarrollo sustentable ("triple bottom line"). En 2006 publicó G3, nueva versión que hace los reportes más relevantes, comparables, auditables y enfocados en el desempeño.	Permite lograr un nivel de reporte consistente con los informes financieros. Entrega directrices para presentar una visión equilibrada y razonable y un marco de referencia que facilita la comparación entre reportes.
<i>Pacto Global de Naciones Unidas</i>	El Pacto Global fue anunciado en el Foro Económico Mundial de Davos (Suiza), en enero de 1999 y formalmente lanzado en septiembre de 2000.	Está compuesto por 10 principios de ciudadanía corporativa que se fundamentan en convenciones y tratados internacionales sobre derechos humanos, relaciones laborales, protección ambiental y lucha contra la corrupción. Su principal ventaja es que es universal. Es una iniciativa voluntaria y flexible.
<i>AA1000</i>	Publicada en 1999 por el Institute of Social and Ethical AccountAbility, busca garantizar la calidad, transparencia e imparcialidad en la planificación, ejecución y verificación del proceso de reporte.	Este estándar es empleado para la elaboración del Reporte Social basado en el diálogo con los stakeholders.
<i>SA 8000</i>	El SA 8000 fue modelado después de que los procesos de auditoría de calidad y medioambiente fueron desarrollados por la Organización Internacional de Estándares (ISO) en sus normas ISO 9000 y 14000.	Es un estándar de monitoreo y verificación voluntario para fijar las condiciones laborales en las operaciones globales de manufactura. Los requerimientos de este estándar son aplicables a cualquier industria, independientemente de su ubicación geográfica, sector o tamaño.
<i>Ibase</i>	Creado en 1997 por el sociólogo Herber de Souza del Instituto Brasileiro de Análisis Sociais y Económicos, Ibase.	Usado principalmente por empresas brasileñas, se caracteriza por ser muy simple y completo.

Metas del Milenio de Naciones Unidas	Metas del Milenio es un plan convenido en el año 2000 por todas las naciones del mundo y todas las instituciones de desarrollo más importantes a nivel global.	Los ocho objetivos de desarrollo del milenio abarcan desde la reducción a la mitad la pobreza extrema hasta la detención del VIH/SIDA y la consecución de la enseñanza primaria universal para el año 2015.
Lineamientos para Empresas Multinacionales OCDE	Creados en 2000, contienen recomendaciones hechas por los gobiernos de los países de la OCDE a las empresas multinacionales	Los gobiernos adheridos a estos lineamientos animan a las empresas que operan en sus territorios a observar estas pautas. Se trata de principios voluntarios y estándares no obligatorios legalmente.
Principios Globales de Sullivan	Desarrollados en 1977 por el reverendo León Sullivan como un código de conducta para los derechos humanos y la igualdad de oportunidades para compañías que operan en Sudáfrica. Estos principios fueron introducidos por primera vez en noviembre de 1999.	Los principios de Sullivan son reconocidos por haber sido uno de los esfuerzos más eficaces para acabar con la discriminación racial en los lugares de trabajo en Sudáfrica y por haber contribuido a desmantelar el Apartheid. En la actualidad, los firmantes de los Principios Globales de Sullivan se ofrecen a apoyar una variedad de iniciativas de responsabilidad empresarial relativas a derechos humanos, igualdad de oportunidades, ética comercial y protección del ambiente.
ISO 26000	La Organización Internacional para la Estandarización conocida también como ISO, es una institución no gubernamental, compuesta por representantes de los organismos de normalización (ONs) de diferentes países	El objetivo principal del desarrollo de este estándar es contar con una definición de Responsabilidad Social universalmente aceptada, que sirva de orientación mundial en este tema y que favorezca el desarrollo sustentable de las organizaciones.
SIGMA	El Instituto Inglés de Normas Técnicas (British Standards Institution), el Forum for the Future, y Institute for Social and Ethical Accountability, lanzaron el instrumento SIGMA en 1999	Desarrollar principios, diseñar un marco para la gestión de la responsabilidad social y proponer herramientas para su aplicación. Incluye una revisión de los sistemas y requisitos existentes con respecto a la gestión de la sostenibilidad social, económica y ambiental de las empresas.

<p><i>Códigos de Conducta</i></p>	<p>Un código de conducta es una guía básica de referencia para los empleadores, en apoyo a las tomas de decisiones día a día</p>	<p>Complementar las normas, las políticas y las leyes pertinentes, sin ser un sustituto de ellas. Establecen pautas en asuntos que incluyen desde el trabajo infantil, trabajo forzado, salarios, beneficios, horas de trabajo, prácticas disciplinarias, libertad de asociación, hasta la salud y la seguridad. También pueden incorporar políticas relacionadas con el acatamiento a la ley, ética, prácticas ambientales e inversiones comunitarias.</p>
<p><i>Convenciones de la OIT</i></p>	<p>La OIT es una agencia de las Naciones Unidas (ONU) que promueve la justicia social y los derechos humanos y laborales reconocidos y respetados internacionalmente. La OIT fue fundada en 1919 con el Tratado de Versalles, y se convirtió en la primera agencia especializada de la ONU en 1946.</p>	<p>Establecer normas internacionales del trabajo en la forma de Convenciones y Recomendaciones. Esas normas mínimas de los derechos laborales básicos cubren la libertad de asociación, el derecho a organizarse, la negociación colectiva, abolición del trabajo forzado, igualdad de trato y oportunidad y otras normas que regulan las condiciones a través de un amplio espectro de temas relativos al trabajo.</p>

- Organizaciones dedicadas al tema de la Responsabilidad Social Empresarial

Iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial Chilenas:

- Chileresponsible
- Accion RSE
- PROhumana
- Vincular
- Red Puentes

Iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial Internacional

- Business for social Responsibility
- Deres
- Business in the Community
- Forum Empresa
- Global Compact
- Global Reporting Initiative (GRI)
- ISO Responsabilidad Social
- Center for Corporate Citizenship at Boston College
- Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social UniEthos
- Ceres Coalition
- Ethics Resource Center
- AccountAbility
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial

Parte V: Análisis Crítico

En la última década el concepto de Responsabilidad Social y el de Responsabilidad Social Empresarial en particular, se ha constituido como una tendencia en crecimiento. Su auge refleja el resurgimiento de valores en la sociedad y como así también manifiesta la necesidad que sienten las empresas de involucrarse a través de sus iniciativas con la sociedad civil.

Para que la empresa ejerza efectivamente su rol de ciudadano corporativo desde una perspectiva sistémica y amplia, es necesario que este tema sea incorporado en los procesos de gestión y por lo tanto sea tratado como parte de las estrategias de negocio y del sistema de planeamiento interno de la organización. Debido a ello se torna indispensable desarrollar instrumentos adecuados para la asistencia y supervisión de las prácticas de Responsabilidad Social de la empresa.

Los Indicadores e herramientas permiten elaborar un diagnóstico del grado de Responsabilidad Social que pone en práctica cada empresa en sus acciones cotidianas. De esta manera permiten diseñar una planificación de las prácticas vinculadas a la Responsabilidad Social de la empresa y, por consiguiente, generar procesos de mejora continua en esta temática. De lo anterior la importancia que tienen los indicadores y herramientas y la necesidad de conocerlos mas a fondo.

Dentro de las herramientas que se han utilizado para medir la Responsabilidad Social Empresarial existen varias que son posibles de analizar con respecto a la eficacia que tienen para cumplir su objetivo de realizar tales mediciones.

En el capítulo anterior se enumeraron una amplia cantidad de herramientas, de las cuales a continuación se analizaran de forma crítica.

Código de conducta

A menudo, los códigos, que se lanzan con fanfarrias de publicidad en el país de origen de la empresa, son desconocidos e inaccesibles. La comunicación deficiente ocurre también cuando los códigos de conducta se celebran entre los miembros del directorio, pero no se comunican a todos los empleados.

Frecuentemente se considera que, una vez hecho el código de conducta, el trabajo está concluido. Sin embargo, la capacitación es un método importante para la comunicación de las normas de comportamiento esperadas y también sirve como demostración del compromiso de la empresa con el acatamiento de las leyes y las expectativas de los stakeholders. Es importante que los empleados comprendan cuáles son sus responsabilidades específicas en relación con el cumplimiento del código de conducta. Los códigos de conducta al ser generalmente voluntarios, no existe una vigilancia por parte del gobierno o la industria sobre su implementación. Sin embargo, cada vez es más frecuente, que se exija un código de conducta para otorgar licencia social para funcionar.

Los códigos de conducta se redactan a veces sin establecer quién es, dentro de la organización, el responsable de asegurar su cumplimiento. Sin mecanismos de compromiso, los códigos de conducta se pueden volver ineficaces.

El monitoreo y la verificación de los códigos de conducta sin establecer un plan de acción correctiva, le otorga poca utilidad a la empresa. La implementación eficaz requiere establecer un plan de acción correctiva para las violaciones.

Global Reporting Initiative

El informe de GRI es largo, complicado y difícil aún para aquellas empresas grandes y con presupuestos adecuados.

La GRI no posee normas de seguridad y no tiene sistema de monitoreo externo, auditoría o verificación de los informes. Los informes pueden "concordar" con las normas de GRI y de hecho estos informes pueden no ser totalmente veraces.

Balance Social

La principal crítica sobre el Balance Social es la confusión, debido a múltiples modelos existentes para realizarlo. En algunos países, como en el caso de Chile, existen barreras a la publicación de este tipo de información.

No existe un proceso de control o verificación, lo cual pone en riesgo la credibilidad y calidad de la información presente en el Balance Social.

Muchos indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial actualmente no están incluidos, por ejemplo: relación con consumidores, relaciones dentro de la cadena, calidad de producto/servicio

Directrices OCDE

Falta de verificación independiente de las directrices y la carencia de sanciones por su carácter no obligatorio. La OECD no garantiza la verificación independiente de la práctica de la empresa. Debido a que las Directrices no son obligatorias la única sanción a los procedimientos en curso es el riesgo de la reputación de la empresa.

A diferencia de muchas otras normas de difusión, las Directrices de OECD no se refieren a instrumentos internos específicos, tales como las recomendaciones de la OIT, la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo. Esto disminuye el valor y especificidad de las Directrices.

La Guía de Procedimientos exige que la información revelada durante los procedimientos sea confidencial. Existe preocupación entre las Organizaciones no gubernamentales sobre la información que pueda hacerse pública sin consecuencias para el procedimiento.

La mayor debilidad de las Directrices de OECD es la falta de estudio de casos y experiencia concreta. Aún no se sabe en qué casos y en qué países serán efectivas las Directrices para exigir la buena conducta de las corporaciones.

SA8000

La primera crítica que es posible de realizar a esta certificación tiene relación con su costo ya que es cara y puede resultar inaccesible para las empresas. Como en el caso de las normas ISO, debido a los costos, es más fácil para las grandes empresas que para las pequeñas y medianas adoptar SA8000. Junto a esto también se puede mencionar que SA8000 no brinda recompensas a aquellas empresas que superen los niveles mínimos de cumplimiento.

Las normas SA8000 sólo exigen que a los trabajadores se les pague el salario mínimo o el básico industrial. No exigen que los trabajadores reciban un sueldo suficiente para cubrir las necesidades básicas, un sueldo digno o ético.

AA1000

Hasta el momento no hay constancias de los procedimientos de AA1000 o de consideraciones éticas y sociales. La calidad de los resultados depende de la calidad del proceso. AA1000 requiere un compromiso significativo de gestión y se basa en un compromiso con el mejoramiento sostenido a través de múltiples ciclos empresariales.

Convención OIT

Esta herramienta no posee autoridad de aplicación. Mientras los estados miembros están obligados a asegurar el acatamiento de la Declaración, el comité no condena a los gobiernos ni impone castigos, sino que debe confiar en el poder de persuasión y el uso de la denuncia y la vergüenza pública.

Aún aquellos gobiernos que han ratificado formalmente las convenciones como parte de su constitución nacional, pueden fracasar en la implementación e imposición de las leyes debido a la falta de implementación y fuerza legal a nivel nacional.

La convención de la OIT le permite a un país estar dentro del cumplimiento aunque no imponga las normas laborales. Por ejemplo "en lo posible dadas las condiciones nacionales" puede usarse para debilitar la imposición y la implementación. La naturaleza tripartita de la OIT hace de las tomas de decisiones un proceso prolongado y a veces difícil.

El vasto volumen de información y la falta de atención para organizarlo de una manera favorable para el usuario pueden abrumar a los potenciales stakeholders. Aunque la OIT revela una gran cantidad de información puede resultar difícil acceder a información relevante, haciendo que la organización resulte menos transparente.

Las Convenciones de la OIT se pensaron para ser utilizadas por el gobierno como una guía para el diseño y la implementación de la política laboral y social a nivel nacional. Son los gobiernos y no las empresas los que deben hacerse responsables de implementar y de hacer cumplir las convenciones.

Pacto Global

La principal crítica es sobre la falta de monitoreo y verificación independiente. Los principios del Pacto Mundial no son prescriptivos y no exigen las mínimas normas de cumplimiento por parte de las empresas. Es posible de observar que el Pacto Mundial permite que las empresas hagan "blue

wash" (fachada azul), colocando el logo de las Naciones Unidas en sus propagandas en un intento por mejorar su imagen sin mejorar sus prácticas en la realidad.

Ranking Revista Capital

En relación a este tipo de medición la primera crítica se refiere a que las empresas participantes en el Ranking deben inscribirse de manera voluntaria. Por lo tanto, son las grandes empresas las que se esfuerzan por aparecer como socialmente responsables dado que poseen los recursos para que sus acciones sean conocidas por la opinión pública y de esta manera las reconozcan.

También es posible criticar la metodología que se utiliza para la elaboración del Ranking. Con respecto a la aplicación de la encuesta, debido a que esta se realiza mediante tres procedimientos: electrónica, física y mixta. De la manera electrónica los empleados acceden a la encuesta a través de un link que era distribuido y les permitía contestar en línea; por medio de la encuesta física, esta se entrega en sobre para mantener la confidencialidad, y por ultimo de la manera mixta para los empleados que tenían acceso a internet podían contestar de manera electrónica y los que estaban en terreno lo hicieron de la manera física. A pesar de tener las opciones distintas, aplicar una encuesta resulta muchas veces tedioso para los empleados ya que tiene un costo de tiempo y también debe existir la disposición positiva para realizarlo.

Con relación a las preguntas, éstas estaban elaboradas en formato de afirmaciones acerca de la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial. La encuesta está estructurada de tal forma que las respuestas son una calificación en una escala de 1 al 5, donde 1 equivale a "no representa en nada la situación de la empresa" y 5 a "representa completamente la situación de esta empresa". El hecho de estar las preguntas en forma afirmativa predispone a la persona que responde a empatizar con tal afirmación lo que permite que se sienta familiarizado con ella y le de una alta calificación.

Informes y Auditorías sobre Responsabilidad Social

Muchas empresas multinacionales publican informes sobre su comportamiento en materia social. Al contrario que los informes sobre salud y seguridad, que son reglamentarios, escasean los que abordan temas como los derechos humanos y el trabajo infantil. Además, el enfoque de los informes sociales adoptado por las empresas es tan variado como su comportamiento en el ámbito de la Responsabilidad Social. Para que dichos informes sean útiles, es preciso un acuerdo general sobre el tipo de información que debe facilitarse, el formato de presentación y la fiabilidad del procedimiento de evaluación y auditoría.

Pocas empresas facilitan detalles sobre sus políticas y comportamiento en el ámbito de los recursos humanos y en cuestiones de empleo tales como la negociación y el reconocimiento, la consulta y formación del personal o la responsabilidad de los consejos de administración.

Con relación a las empresas que realizan Auditorías sobre el comportamiento de Responsabilidad Social, se cuestiona la capacidad de estas compañías para verificar procesos de carácter social.

Las empresas cuando optan por un proceso de auditoría social, la cual puede ser practicada por organizaciones independientes. En algunos casos se realizan en forma interna deslegitimando muchas veces este proceso. Contratar una organización independiente constituye un costo importante que debe cubrir la empresa, ya que implica contratar una organización acreditada que practique auditorías. El trabajo de las auditorías es realizado con fines de lucro y las organizaciones certificadoras tienden a ser organizaciones y empresas privadas. El caso de las auditorías sociales, es similar al anterior, en tanto que quienes lo realizan son generalmente empresas privadas, tales como la Price Waterhouse Coopers

Las auditoras deben enfrentar duras pruebas: ser más especializadas, cumplir con más trámites y a pesar de todo ser rentables. Lo que significara un aumento en sus precios. Factor que es posible de considerar como un retroceso en las demandas por certificación por parte de las empresas.

Verificación independiente

La calidad, la utilidad y la veracidad de los reportes ofrecidos por una empresa y de los procesos y sistemas administrativos subyacentes se ven enriquecidas a través de un proceso de verificación independiente. Un proceso de verificación independiente, implica, entre otras cosas, el que una empresa controle por sí misma el seguimiento de la política de Responsabilidad Social, es decir su plan de ejecución, metas e indicadores. Esto se logra a través de la implementación de un sistema de control interno extendido al resto de la cadena. El seguimiento de la política de la Responsabilidad Social deberá ser, por lo tanto, independientemente controlado.

Esta verificación óptimamente deberá ser realizada por una organización que no esté ligada a la empresa y que, a su vez, satisfaga la confianza de los stakeholders. Finalmente, los resultados de la verificación deberán ser revelados de manera confiable.

Etiquetas y Premios

Los consumidores reciben información a través de los sistemas de reconocimiento, tales como galardones, premios, etiquetas, entre otros que identifican las prácticas correctas en determinadas categorías de productos. Sin embargo, este tipo de etiquetas existe únicamente para un número limitado de categorías de productos y no es fácil obtener información pertinente sobre los aspectos sociales y medioambientales para la mayor parte de los productos de consumo.

Estándares Internacionales

Los estándares son líneas gruesas, guías o principios generales que reflejan los valores y objetivos de Responsabilidad Social Empresarial, pero que no establecen procedimientos específicos para ponerlos en acción. Los estándares constituyen herramientas importantes para enriquecer la visión y los principios de una empresa.

Los estándares, por su naturaleza no requieren un seguimiento, y su alcance y profundidad varían según los temas a que hacen referencia.

Normas Sociales Internacionales

La complejidad que supone la elaboración de normas aplicables en cualquier medio cultural y país, hace surgir la interrogante de que si acaso será posible unificar criterios por sobre la diversidad.

En general, el tema de la Responsabilidad Social Empresarial plantea variadas disyuntivas que permitan que surjan críticas fundamentadas, pero que a su vez entregan directrices para cambiar los puntos en que se está fallando y de esta manera lograr que este tema sea cada vez más conocido y adoptado en el interior de las empresas.

- La retórica aún precede a la práctica, esto es posible de observar en las expresiones de las empresas ya que ven la Responsabilidad Social como una pantalla para justificarse ante la opinión pública, más bien dicho como un lavado de imagen: enunciados cosméticos que no significan un cambio en el impacto de las operaciones de las empresas.
- El discurso existente en las explicaciones en varios códigos y estándares, que son simplemente amplios enunciados de intención y no procedimientos operativos que incluyan verificación.
- Todas las iniciativas que tiene como eje principal a la Responsabilidad Social son voluntarias y por lo general no existe monitoreo independiente ni sanciones firmes por el incumplimiento de compromisos.

- La mayoría de tentativas de Responsabilidad Social Empresarial a la fecha se han concentrado en empresas de consumo de alto perfil en países desarrollados, olvidando la gran mayoría de empresas del mundo.
- Las iniciativas de Responsabilidad Social tienden a orientarse a la resolución de problemas específicos de reputación de una empresa y no en integrar el tema dentro de la gestión empresarial.
- Los consumidores, Organizaciones no gubernamentales y empresas de países desarrollados han liderado las iniciativas de Responsabilidad Social, lo que refleja un favoritismo hacia los estándares e intereses originados en esos países. Algunos grupos temen un imperialismo que no refleje la complejidad social y económica de los países en desarrollo. Los gobiernos de países en vías de desarrollo también temen que la Responsabilidad Social Empresarial tenga un efecto de barrera arancelaria que se utilice para limitar la competencia.
- Muchas empresas y organizaciones no realizan procesos de consulta con públicos interesados, y ésta ausencia es paradójica dado el compromiso general de Responsabilidad Social Empresarial hacia la participación de los actores de interés.
- Algunas empresas y organizaciones no tienen en cuenta los derechos fundamentales del trabajo de la OIT. Aunque los derechos de libre asociación y de negociación colectiva son fundamentales, varios códigos, especialmente los que desarrollan las empresas, no los mencionan.
- A pesar de la proliferación de códigos y estándares, la aplicación actual es mínima si se tiene en consideración el volumen total del sector empresarial.

Marco de Referencia

Uno de los obstáculos que encuentran las empresas a la hora de implementar la Responsabilidad Social, es la diversidad de sistemas de reporte y verificación, la diversidad de “etiquetas RSE”, siendo necesaria la identificación y el desarrollo de aquellas herramientas que faciliten la adopción de la Responsabilidad Social por la inmensa mayoría de las empresas. Para superar este obstáculo, se propone la Creación de un Marco de Referencia de la Responsabilidad Social Empresarial que tenga como objetivos:

- Proporcionar un registro de los tratados, directrices e instrumentos relevantes sobre Responsabilidad Social Empresarial.
- Contribuir con la estandarización, definición del vocabulario y de los conceptos utilizados en la discusión sobre Responsabilidad Social.
- Promover y reforzar la aplicación de los estándares internacionalmente reconocidos en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial
- Satisfacer el deseo común de las empresas de obtener una visión coherente de todo aquello que respete a la Responsabilidad Social Empresarial.
- Servir de marco común a partir del cual las empresas u organizaciones, tanto colectiva como individualmente, puedan definir sus estrategias y tomar iniciativas para promover la Responsabilidad Social Empresarial.

Si bien estos y otros convenios son acordados por Gobiernos o Estados, conllevan también a responsabilidades y obligaciones empresariales. Sin embargo, aún hace falta una transcripción

precisa de estas obligaciones, así como un marco legal, para mantener y reforzar estas obligaciones a nivel internacional.

Cada empresa y cada sector empresarial poseen una dinámica propia. Lo que significa que no todos los puntos del marco de referencia serán relevantes para todas las empresas o sectores económicos. Es sumamente importante que al lado de las bases generales de este marco de referencia, se desarrollen directrices, normas y mecanismos de acción para sectores específicos.

El desarrollo, complementación y perfeccionamiento de la Responsabilidad Social están sujetos a cambios originados a partir de la experiencia y del debate social continuo y, por lo tanto, la Responsabilidad Social Empresarial es de carácter dinámico. Iniciativas similares contribuyen a la mejora cualitativa de las bases normativas, de su aplicación y de su control. Estas iniciativas pueden conducir al perfeccionamiento de las normas e incluso a la creación de nuevas normas.

Por lo tanto, es importante que las empresas hagan todo lo que esté en la medida de sus posibilidades, para fomentar y posibilitar la Responsabilidad Social Empresarial a lo largo de toda la cadena de la cual forman parte. La RSE es un proceso a través del cual las empresas asumen la responsabilidad por las consecuencias de su accionar, a través de sus productos y en la cadena completa, en los campos social, económico y ecológico, rindiendo cuentas y ejerciendo el diálogo con los interesados.

Comunicación

Un elemento esencial a considerar es la comunicación. Lo que se pretende con esto es darse cuenta de la importancia del hecho de que las empresas comuniquen lo que hacen, lo den a conocer a sus distintos públicos de interés a través de los medios que estimen convenientes. Comunicar el desempeño de la empresa provoca confianza y fidelidad, entre otros beneficios.

Esta propuesta considera la intención de las empresas para que informen a sus públicos de interés, o mas bien dicho, deberán rendir cuentas de su accionar de manera transparente, proporcionando

regular y periódicamente, información fidedigna y relevante ya sea por propia iniciativa o a pedido. Esto puede darse por medio de las siguientes acciones:

- Elaborar y difundir memorias de sostenibilidad, preferentemente de acuerdo con estándares reconocidos internacionalmente, como el Global Reporting Initiative (GRI).
- Estimular a las empresas para dar a conocer a la opinión pública sus programas de Responsabilidad Social.
- Difundir e intercambiar información, en particular sobre las buenas prácticas en materia de Responsabilidad Social de las empresas.
- Confeccionar boletines, revistas y reportes que den a conocer sus acciones tanto internas como externas acerca de Responsabilidad Social.
- Las empresas deberán rendir información adecuada y puntual acerca de su política social, ética y ambiental, y/o acerca de otros códigos de conducta a los que estas estén suscritas, debiendo también especificar su desenvolvimiento con respecto a estos criterios.
- Proveer a los stakeholders de información relevante, a través de asesorías de impacto, reportes anuales, etiquetaje, sellos de calidad, asambleas informativas y capacitaciones.
- Consultar sus planes con los stakeholders desde el inicio. Utilizando el monitoreo social y ambiental, se les debe informar de los posibles efectos ambientales de los planes o proyectos que tenga para la empresa.
- Y por último, una mayor implicación de los medios de comunicación para promover y fomentar la Responsabilidad Social Empresarial.

Se espera que una empresa ejerza una política transparente y que rinda cuentas respecto a su funcionamiento social. En esto, el monitoreo desempeña un rol central debido a que cumple una función informativa a favor de los stakeholders; los cuales deberán obtener suficiente información relevante, acerca de los efectos del accionar de la empresa y las consecuencias que este pueda tener para ellos, para así poder tomar decisiones responsablemente.

La comunicación dentro de las empresas cobra gran relevancia dado que los trabajadores son interlocutores importantes de ellas, ante lo cual se mencionaran las siguientes propuestas:

- Mayor participación del personal y sus representantes en el dialogo bilateral que permita estructurar las reacciones y los ajustes en los temas de Responsabilidad Social que requiere un compromiso tanto de la dirección como de los trabajadores.
- El dialogo social con los representantes de los trabajadores desempeña un papel fundamental en el marco mas amplio de la adopción de practicas socialmente responsables.
- Sensibilización de la dirección y los trabajadores sobre temas sociales y medioambientales por medio de Programas de formación.
- Programas de orientación de las empresas en los ámbitos sociales y ecológicos.
- Sistemas de gestión estratégicas que incluyan consideraciones económicas, sociales y ecológicas.

El suministro de información acerca del accionar social de una empresa, no debe conllevar a medidas disciplinarias, a la discriminación o al despido.

Etiquetado

En la actualidad los consumidores no sólo quieren productos buenos y seguros, sino también tener la seguridad de que se producen de manera responsable desde el punto de vista social. Para la mayoría de los consumidores, el comportamiento social de una empresa influye en las decisiones de compra de un producto o servicio. En general afirman estar dispuestos a pagar más por tales productos, aunque por el momento sólo lo haga efectivamente una minoría.

Una forma de identificar los productos socialmente responsable, es imitar lo que se utiliza actualmente en Europa: la etiqueta ecológica comunitaria: “la flor”; que se concede a productos de la máxima calidad ecológica. Se trata de una etiqueta que responde a criterios de transparencia y credibilidad certificados, verificados y controlados por un organismo independiente. De esta manera el consumidor puede estar seguro de que el producto que lleva esa etiqueta es óptimo con respecto a su impacto medioambiental.

La participación en los sistemas de etiquetado deberá ser voluntaria. Las etiquetas deben responder a criterios objetivos, transparentes, no discriminatorios y conformes a las obligaciones internacionales.

A través de la educación en favor de un consumo informado, el sistema de enseñanza podría contribuir a una mejor comprensión de la necesidad de disponer de productos y servicios socialmente responsables.

Inversión Socialmente Responsable (ISR)

Es un concepto amplio que se refiere a muchas prácticas de inversiones que consideran no solo los aspectos financieros de una inversión sino también los asuntos sociales y ambientales. En los últimos años ha aumentado mucho la popularidad de la Inversión Socialmente Responsable (ISR) entre los grandes inversores. Las políticas responsables en los ámbitos social y ecológico son para los inversores un indicador de buena gestión interna y externa. Dichas políticas contribuyen a

minimizar los riesgos anticipando y previendo crisis que pueden dañar la reputación y provocar caídas en el valor de las acciones de las empresas.

A fin de que la ISR contribuya a la promoción de la Responsabilidad Social, se propone que las agencias de calificación como lo son los consultores independientes o departamentos de ISR de los bancos de inversión, establezcan criterios e indicadores que determinen los factores generadores de las ventajas competitivas y del éxito empresarial de las empresas socialmente responsables.

La Inversión Socialmente Responsable contribuye a que la inversión se utilice como una herramienta para mejorar las practicas comerciales y desarrollo comunitario. Los fondos ISR invierten su capital en empresas que cumplen criterios sociales y ecológicos específicos. Dichos criterios pueden ser negativos, lo que excluye a las empresas tabaqueras y productoras de bebidas alcohólicas y armas. Los criterios pueden ser también positivos y dirigirse a empresas activas en el ámbito social y medioambiental.

Propuestas Específicas

- Avanzar hacia un enfoque integral de la Responsabilidad Social adoptando una actitud proactiva desde las empresas frente a la inversión social.
- Procurar coherencia entre la Responsabilidad Social Empresarial interna y externa abordando con igual importancia y énfasis ambas dimensiones de la Responsabilidad Social.
- Avanzar hacia una participación más activa y voluntaria de las empresas en el desarrollo mediante la inversión social.
- Establecer alianzas entre la empresa y las organizaciones sin fines de lucro.

- Impulsar, desde las asociaciones empresariales sectoriales, medidas de autorregulación sectorial en Responsabilidad Social.
- Promover acciones de sensibilización, formación e intercambio de buenas prácticas para las empresas.
- Crear bancos de proyectos de cooperación al desarrollo.
- Intensificar la transparencia y el buen gobierno de las empresas.
- Impulsar la elaboración de la triple memoria (contable-financiera, socio-laboral y medioambiental) por todas las empresas.
- Implantar en las empresas sistemas de gestión que integren en la mayor medida posible los aspectos ambientales, sociales, económicos y de calidad.
- Destacar la importancia de las relaciones laborales de calidad en la Responsabilidad Social Empresarial, incorporando esta última a la adaptación y a la gestión del cambio laboral.
- Fomentar la incorporación en los principios y políticas empresariales de los compromisos con todos los grupos de interés.
- Promover la investigación, desarrollo de innovación para generar productos y servicios relacionados con las nuevas demandas sociales.
- Concebir la Responsabilidad Social Empresarial como una exigencia de la competitividad global, como parte de la estrategia de mejora de la productividad de la empresa. Para ello es importante poner en marcha actividades de acción social e implantar programas de desarrollo con los proveedores, de forma que estos también adopten la Responsabilidad Social como parte de su sistema de gestión.

- Generar al interior de las empresas mecanismos de evaluación que permitan sistematizar los resultados y logros. Esto permite comprobar que los beneficios de implementar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial pueden ser medidos en cifras concretas, entre ellas, el aumento de la rentabilidad y competitividad.
- Sensibilizar y estimular el debate sobre los nuevos modos de fomentar la responsabilidad social de las empresas.
- Promover reducciones fiscales para los inversionistas que inviertan en fondos específicamente destinados a financiar actividades económicas beneficiosas para el medioambiente.
- Incluir la Responsabilidad Social Empresarial como criterio de valoración para concesión de ayudas y subvenciones públicas y para adjudicar créditos.

Además, es necesario facilitar a las empresas, sobre todo a las PYME, orientación e instrumentos que les permitan informar de manera eficaz sobre sus políticas, procedimientos y resultados en el campo de la responsabilidad social. Las grandes empresas pioneras en la materia pueden ayudar en este ámbito compartiendo su experiencia y sus conocimientos técnicos.

La comprobación por terceros independientes de la información publicada en los informes de responsabilidad social es también necesaria para no dar la impresión de que los informes son meros ejercicios de relaciones públicas sin contenido real.

Los trabajadores son interlocutores importantes de las empresas. Además, la asunción de la responsabilidad social requiere un compromiso por parte de la dirección de la empresa, pero también una visión innovadora y, por consiguiente, nuevas cualificaciones y una mayor participación del personal y sus representantes en un diálogo bilateral que permita estructurar las reacciones y los ajustes. El diálogo social con los representantes de los trabajadores, que es el principal mecanismo

para definir la relación entre una empresa y sus trabajadores, desempeña por lo tanto un papel fundamental en el marco más amplio de la adopción de prácticas socialmente responsables.

Además, debe ampliarse el diálogo social a las cuestiones sociales y medioambientales de las empresas y los instrumentos para mejorarlas mediante, por ejemplo, la sensibilización de la dirección y los trabajadores, programas de formación, programas de orientación de las empresas en los ámbitos social y ecológico, y sistemas de gestión estratégica que incluyan consideraciones económicas, sociales y ecológicas.

Algunas empresas reconocen también el vínculo existente entre los resultados conseguidos por lo que respecta al medio ambiente y el aumento de la calidad de los empleos. La adopción de tecnologías limpias puede propiciar la mejora de dichos resultados. De por sí, estas tecnologías están asociadas normalmente a empleos relacionados con la tecnología punta y más gratificantes para los trabajadores. Por tanto, su adopción puede mejorar simultáneamente los logros de la empresa en lo tocante a la protección del medio ambiente y la satisfacción laboral de los trabajadores, aumentando al mismo tiempo la rentabilidad.

Por otro lado, cada vez es más necesario debatir el valor y la conveniencia de realizar acciones públicas para conseguir que las etiquetas sociales y ecológicas sean más eficaces. A modo de ejemplo pueden citarse las iniciativas de información y sensibilización sobre las condiciones de trabajo, la promoción de las prácticas más adecuadas mediante el patrocinio de premios para las empresas, el fomento de la creación de asociaciones pluripartitas, el desarrollo de normas de etiquetado social y la utilización de la contratación pública y los incentivos fiscales para promover los productos etiquetados.

El objetivo final de la Responsabilidad Social Empresarial es que se presente una real mejoría en la situación de los actuales y futuros stakeholders. Por esto, es importante que al realizarse la política de la Responsabilidad Social abran vías de reclamo, como parte del monitoreo y la verificación, para los trabajadores y otros involucrados que vean sus derechos quebrantados.

Parte VII: Conclusiones

Ya no basta que las empresas trabajen tranquilamente en lo propio y en forma independiente, que entreguen buenos productos a sus clientes, cumplan con la legislación y no mientan en sus estados financieros o campañas promocionales. En la actualidad las exigencias son mayores y las empresas han de tener un buen trato con sus empleados y proveedores, proteger el medio ambiente, comprometerse con el bienestar de la comunidad, evitar operar en países donde a los trabajadores se les paga de la mala manera, cumplir con estándares éticos en todas sus actividades o industrias y abrazar causas socialmente benéficas en los planos de la cultura y la integración social.

La percepción que tuvo Adam Smith, sobre que las empresas han sido organizaciones para generar riqueza y trabajo y eso es lo que hace funcionar el capitalismo. El autor de La riqueza de las naciones entendió que el sistema podía funcionar incluso a prueba de materialistas a quienes lo único que los mueve es el interés propio, el egoísmo y el lucro. Aun las actividades de esa clase de gente, a su juicio, terminaban al final alineándose con el bienestar social si es que estos negocios eran obligados por la autoridad a competir lealmente y tenían capacidad de elaborar productos buenos e innovadores. Y eso, aunque a primera vista no lo parezca, finalmente es bueno para la comunidad.

Las empresas, aparte de ser actores del proceso económico, son también agentes de integración social. De integración social entre gente de distintos estratos, especialidades, orígenes y profesiones.

Los consultores en los temas de la Responsabilidad Social Empresarial están demostrando que a las empresas que cumplen libremente con los principios y las buenas prácticas de la Responsabilidad Social les van incluso mejor que a las demás. La Responsabilidad Social empresarial entonces no es sólo una manera de hacer mejores empresas sino también de hacer empresas más rentables.

Las empresas comprometidas con la Responsabilidad Social a lo mejor no han hecho nada muy diferente de lo que hicieron las buenas y grandes empresas del pasado en términos de lealtades con su gente y sus colaboradores. Pero hoy día estos temas están mucho más sistematizados y tienen la ventaja de ser mensurables. Eso sin duda que es positivo, pero lo será mucho más el día que la comunidad por completo respalde efectivamente este esfuerzo, no sólo prefiriendo a las empresas que lo hacen bien sino también suscribiendo los principios envueltos en su desempeño y conducta: responsabilidad personal, trabajo en equipo, disciplina corporativa, ahorro y eficiencia, trabajo bien hecho.

Muchos podrán decir que la Responsabilidad Social Empresarial es un tema de moda o, incluso, uno que se resume como el mero aporte monetario que realizan ciertas compañías a diversas causas para quedar como una empresa comprometida... la verdad es que el concepto de Responsabilidad Social Empresarial abarca mucho más que esto, y no es que esté de moda para quedar en el olvido en poco tiempo más. Al contrario, las fuerzas que movilizan la Responsabilidad Social Empresarial forman parte de una potente corriente mundial que emana de los países más desarrollados, y que las firmas chilenas han ido de a poco incorporando a sus prácticas para ser entidades que tengan un mayor papel en el desarrollo del país.

Pero el asunto no se queda ahí. También supone ser responsables con la comunidad toda, a través de acciones concretas que no necesariamente deben tener relación con el giro empresarial mismo, donde el tema medioambiental debe estar presente, aunque no se sea parte de una industria que genere grandes impactos. En resumen, es dejar de ser un actor aislado y abarcar la gestión de la empresa de un modo integral, con el compromiso de ser respetuoso y virtuoso con toda la sociedad.

De esta forma, es posible entender el nuevo rol que cumplen las empresas en la sociedad, donde dejan de ser entes meramente económicos y pasan a convertirse en actores sociales importantes.

Ya no se trata de que éstas brinden una ayuda caritativa, sino que ellas mismas se plantean de una manera distinta, con una actitud que intenta promover valores para la prosperidad de las personas y las sociedades.

En Chile, ésta era una noción desconocida hasta hace algún tiempo, pero ha ido ganando cada vez más terreno. De hecho, hoy es uno de los países más avanzados en RSE dentro de América latina.

Cuando se pone sobre la mesa el tema de la Responsabilidad Social de las empresas, se hace desde una perspectiva dualista. Se trata de una perspectiva que opone la dimensión económica de la empresa "los resultados" a la dimensión social "la responsabilidad". Esta perspectiva es compatible con un gran interés por la responsabilidad social, pero siempre como algo añadido y, quizás, complementario de lo que sería la actividad empresarial propiamente dicha.

Este dualismo explica una concesión ideológica ante la que el mundo empresarial no suele reaccionar: la de dar por supuesto que la dimensión económica no forma parte intrínseca de sus Responsabilidades Sociales. Superar este dualismo es una exigencia y una necesidad. Y lo es porque de lo que se trata hoy es de pensar la responsabilidad en términos de interdependencia. La Responsabilidad corporativa no se reduce hoy a las consecuencias de lo que las empresas hacen, sino que se refiere a la manera como las empresas se sitúan y actúan en el seno de la red de relaciones en las que están inscritas. Redes locales, nacionales e internacionales. La Responsabilidad Social Empresarial, en definitiva, se refleja en los valores y criterios que orientan a las empresas en todas sus relaciones. No afecta a la periferia sino al núcleo de su actividad, al como hacen su negocio.

Una ética de la co-responsabilidad requiere un alto grado de innovación social. Se trata de hablar no sólo de las consecuencias de lo que se hace sino también de lo que se quiere hacer y de lo que se quiere contribuir a construir.

La innovación empresarial que se requiere no se refiere tan sólo a tecnologías, productos, servicios o procesos. También se debe aprender a innovar en términos institucionales, y en lo que se refiere a valores y actitudes. Esto incluye la capacidad empresarial para dialogar con los actores y los grupos

sociales. Y también la capacidad para generar un mensaje y unas prácticas que legitimen a la empresa ante los diversos actores sociales.

Se ha podido concluir que a las empresas no sólo les interesa ser elegibles por los inversores. En la sociedad del conocimiento, en la que atraer el talento resulta crucial, también deben ser elegibles como espacios profesionales y valoradas como lugares donde resulte gratificante trabajar. Y también deben ser elegibles como vecinos: una empresa no puede operar a largo plazo de espaldas a la comunidad en la que está situada, o ignorar las expectativas de ésta.

Entre otras cosas porque, más allá de los requisitos legales, la comunidad continuamente redefine en términos sociales y culturales una especie de autorización para la actuación de las empresas. Por ello, es que en el futuro inmediato no se hablara sólo de Responsabilidad Social sino también de Construcción de las Relaciones Sociales; lo que significa que todos los actores implicados, y no sólo las empresas, deben aprender a relacionarse entre sí desde esta perspectiva.

La Responsabilidad Social Empresarial no plantea que las empresas dejen de ser empresas, sino que se planteen qué tipo de empresas quieren ser para estar a la altura de nuestro tiempo. Quizá ha llegado el momento de plantear abiertamente que la Responsabilidad Social Empresarial es hoy una de las grandes oportunidades de innovación, diferenciación y legitimación que tienen las empresas ante sí.

BIBLIOGRAFIA

Libros, Revistas y Publicaciones:

“Responsabilidad Social Corporativa”, volumen I, Universidad Alberto Hurtado

“Responsabilidad Social 12 Casos Empresariales en Chile”, Soledad Teixidó, Reinclina Chavarri, Andrea Castro. PROhumana 2002.

“Indicadores Acción Empresarial de Responsabilidad Social Corporativa”, Acción Empresarial 2002.

“Reporte Social Empresarial, Guía práctica para el reporte social y medioambiental de las empresas”, Acción Empresarial 2002.

“Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad” G3, versión en español, 2000-2006

Boletín Empresarial N° 1 de Fundación PROhumana (2003).

Revista Capital, N°207 – 29 junio al 12 de julio 2007

Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial

María Emilia Correa, Sharon Flynn, Alon Amit

CEPAL, 2004

“Los chilenos opinan: Responsabilidad Social de las Empresas”, Análisis de la encuesta MORI sobre Responsabilidad Social Corporativa, Fundación Prehumana y PNUD-Chile, 2002.

“El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y en el Mundo”, Acción Empresarial, Diciembre 2003.

MANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA PYMES

CPC y Fundación Prehumana, Primera Edición, diciembre de 2006. Santiago, Chile

Seminarios:

Responsabilidad Social Empresarial en Chile, Seminario de Título Ingeniería Comercial, 2004.
Alumnos: Yasha Feferholtz, Eduardo Ramírez, Profesor Guía: Juan Pablo Muñoz.

Responsabilidad Social Empresarial, Seminario de Título Ingeniería Comercial, 2004. Alumno: Jorge Guerra, Profesor Guía: Sergio Olavarrieta.

Responsabilidad Social Empresarial, Seminario de Título Ingeniería Comercial, 2004. Alumnos: Mabel Molina, Paula Ramos, Carla Urbina, Profesor Guía: Ismael Oliva

Sitios Web:

www.prohumana.cl

www.globalreporting.org

www.accionrse.cl

www.gestionsocial.cl

www.gestiopolis.com

www.axisrse.cl

www.rsc-chile.cl

<http://www.csramericas.org/>

www.vincular.org

www.revistacapital.cl

www.ibase.org.br y/o www.balancosocial.org.br

www.csreurope.org/matrix

ANEXO 1

ESTRUCTURA DEL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Apartado	Descripción General	Contenido
Visión y estrategia	Forma de gestionar la actuación económica, social y medioambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Informe del Presidente - Descripción de los elementos clave - Retos al integrar las responsabilidades económicas y sociales
Perfil de la organización informante	Visión general de la organización informante	<ul style="list-style-type: none"> - Datos identificativos de la empresa: Actividad, países y tipo de propiedad - Indicadores financieros, margen bruto - Cambios en la propiedad
Sistemas de gestión y estructura de gobierno	Visión general de la estructura de gobierno y sistemas de gestión	<ul style="list-style-type: none"> - Forma de gestionar los indicadores de sostenibilidad - Código de conducta - Compromisos sociales adquiridos
Índice GRI	Tabla de correspondencia	Índice y localización de los elementos de la Guía GRI
Indicadores de referencia	Realizaciones en las áreas económicas, social y medioambiental mediante la utilización de indicadores	<ul style="list-style-type: none"> - Indicadores medioambientales: energía, materias primas, agua, emisiones y vertidos, gestión del ciclo de vida del producto - Indicadores económicos: Beneficios, inversión en capital humano - Indicadores sociales: Practicas laborales, derechos humanos, sociedad

ANEXO 2

Encuesta MORI “Responsabilidad Social Corporativa”, es un estudio internacional que se aplica en 23 países del mundo.

Investigaciones, como el estudio internacional MORI 2005 "Responsabilidad Social Corporativa", que mide la percepción y valoración de los consumidores chilenos frente a la conducta socialmente responsable de las empresas. Sus resultados reflejan que las compañías que se preocupan del impacto de sus operaciones en la sociedad y que orientan su gestión a un equilibrio y alineamiento de sus objetivos con los requerimientos de su entorno, efectivamente obtienen el reconocimiento de la opinión pública nacional, lo que se transforma en una variable competitiva de gran importancia.

La condición necesaria para declarar a una compañía como socialmente responsable es la preocupación por la calidad de vida de sus trabajadores (92%) y, en segundo lugar, la preocupación por el medio ambiente (79%).

En otras palabras, una buena empresa debe ser consecuente entre el discurso y la práctica, convirtiendo las palabras y buenos deseos en acciones concretas.

Al detenerse a analizar estas percepciones es posible comprender la necesidad de que las empresas incorporen la opinión de sus públicos de interés en su estrategia de negocio, poniendo en práctica la RSE e incorporando sus principios rectores de manera transversal en todo su accionar. Pero lo concreto, es que en el país aumenta de manera creciente la cantidad de consumidores familiarizados con esta temática y que ya no sólo discriminan por precio y calidad. Prueba de ello, es que un 55% de los consumidores piensa que una empresa vende más productos si es socialmente responsable.

En definitiva, la RSE ya está en la mente de los chilenos.

ANEXO 3

LEGISLACION CHILENA APLICABLE EN MATERIA DE RSC

En nuestro país, la responsabilidad social se caracteriza al implantarse como centro la transformación social y el desarrollo de una conciencia democrática, además tiene un énfasis en la solución de las necesidades sociales. Al no existir una legislación propiamente tal sobre responsabilidad social, si existe un marco legal que regula áreas temáticas donde se desarrolla la Responsabilidad Social Empresarial.

Ética Empresarial:

- Normas para la Defensa de la Libre Competencia. DL 211 de 1973.
- Ley que crea el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia. Ley N° 19.911 de 2003.
- Operaciones de Crédito de Dinero (anti usura). Ley 18010, 27 de junio de 1981.
- Ley de Protección de Datos y Privacidad. Ley 19628, 28 de agosto de 1999.

Medioambiente:

- Ley sobre Bases Generales del Medio Ambiente. Ley 19300, 9 de marzo de 1994.
- Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico. DFL 33, 27 de octubre de 1981.

Compromiso con la comunidad:

- Ley de Donaciones con Fines Educativos. Ley 19247 Art. 3, 15 de septiembre de 1993.
- Ley de Donaciones con Fines Culturales. Ley 18985 Art. 8, 28 de junio de 1990.
- Ley de Donaciones con Fines Deportivos. Ley 19712, 9 de febrero de 2001.
- Ley sobre Juntas de Vecinos y demás Organizaciones Comunitarias. Ley N° 19418 de 1997.
- Ley sobre Impuesto a la Renta. Decreto Ley N° 824 de 1974.
- Ley sobre Rentas Municipales. Decreto Ley N° 3063 de 1979.

Marketing Responsable:

- Ley de Protección al Consumidor. Ley 19496, 7 de marzo de 1997.

Calidad de Vida Laboral:

- Integración social de personas con discapacidad. Ley 19284, 14 de enero de 1994.
- Instituciones de Salud Previsional ISAPRES. Ley 18933, 9 de marzo de 1990.
- Fondo Único de Prestaciones de Familia y Subsidio de Cesantía. DFL 150 Art. 20, 25 de marzo de 1982.
- Fondo para la Capacitación y Formación Sindical. Ley 19214, 6 de mayo de 1993.
- Fondo Nacional de Subsidio Familiar. Ley 18611, 23 de abril de 1987.
- Fondos para la Vivienda. Ley 19281 Tit. VI, 27 de diciembre de 1993.
- Fondo Nacional de Salud FONASA. DL 2763 capítulo III, 3 de agosto de 1979.
- Dirección del Trabajo. DFL 308, 6 de abril de 1960.
- Ley de Centrales Sindicales. Ley 19049, 19 de febrero de 1991.
- Ley sobre Trabajos Pesados. Ley 19404, 21 de agosto de 1995.
- Ley sobre Trabajadores Temporeros. Ley 19988, 18 de diciembre de 2004.
- Ley sobre Trabajo Extraordinario. DFL 1046, 20 de diciembre de 1977.
- Sistema de Subsidio de Cesantía. DFL 150, 25 de marzo de 1982.
- Ley de Seguro de Desempleo. Ley 19728, 14 de mayo de 2001.
- Ley de Seguridad Social. Ley 19350, 14 de noviembre de 1994.
- Régimen de Prestaciones y Protección de Salud. Ley 18469, 23 de noviembre de 1985.
- Regula Peso Máximo de Carga Humana. Ley 20001, 5 de febrero del 2005.
- Registro Nacional de Discapacidad. Ley 19284 Título V, 14 de enero de 1994.
- Protección a la Maternidad. DFL 1 Arts. 194 al 208, 16 de enero de 2003.
- Plan de Salud AUGE. Ley 19966, 03 de septiembre de 2004.
- Organizaciones Sindicales y Negociación Colectiva. Ley 19069, 30 de julio de 1991.
- Ley de Medicina Preventiva. Ley 6174, 9 de febrero de 1938.
- Ley de Medicina Curativa. Ley 16781, 2 de mayo de 1968.
- Permiso especial (a trabajadores en caso de enfermedad grave de sus hijos menores). Ley 19505, 25 de julio de 1997.

ANEXO 4

La Empresa y la Responsabilidad Social. Primeros pasos

Lista de Chequeo

Use esta lista de chequeo para evaluar los esfuerzos de su empresa en relación con las cinco áreas mencionadas: Fundamentos, Medio Ambiente, Ambiente Laboral, Desarrollo de la Comunidad y Comercialización y Marketing Responsable. Esta lista le servirá como referencia para medir el progreso de su empresa en relación con sus metas en estas materias.

	ESTADO DE SITUACION			
	En curso y satisfactoriamente	En curso, pero requiere mayor atención	Merece considerarse con prioridad alta, mediana o baja	No está en curso, y no vale la pena ser considerado
FUNDAMENTOS				
Visión y Misión				
Crear la declaración de misión o visión				
Compartirla declaración				
Integrar la misión y visión en las prácticas cotidianas				
Revisar periódicamente la declaración				
Etica				
Identificar y articular valores éticos				
Utilizar los valores éticos para resolver dilemas				
Formación ética de los empleados				
Crear un ambiente laboral en el cual los temas difíciles o conflictivos puedan ser conversados				
Incorporar la ética en la evaluación de desempeño				
Auditoria y Evaluación de Resultados				
Realizar evaluaciones regulares del desempeño de la Empresa				
Obtener retroalimentación de los resultados iniciales				
Compartir los resultados				

Notas:



MEDIO AMBIENTE

ESTADO DE SITUACION

Políticas y Operaciones

	En curso y satisfactoriamente	En curso, pero requiere mayor atención	Merece considerarse con prioridad alta, mediana o baja	No está en curso, y novelarla pena ser considerado
Crear una declaración de principios medioambientales				
Realizar una "auditoria verde"				
Establecer una política proclive al medio ambiente				
Motivar a los empleados				

Minimización de los Desechos

Establecer una práctica de reciclaje y re-utilización				
Reducir el consumo de papel				
Usar productos de papel reciclado				
Comprar otros productos reciclados				
Donar los excedentes de mobiliario y equipo				
Evitar el derroche de productos				
Arendar el equipo que se utilizará ocasionalmente				
Crear un sistema de retorno				

Prevención de la Contaminación

Reducir el uso de productos tóxicos				
Promover el descarte seguro de los productos tóxicos				
Usar limpiadores de menor toxicidad				
Imprimir guardando el medio ambiente				



MEDIO AMBIENTE

ESTADO DE SITUACION

Eficiencia en el Uso de la Energía y el Agua

	En curso y satisfactoriamente	En curso, pero requiere mayor atención	Merece considerarse con prioridad alta, mediano o baja	No está en curso, y no vale la pena ser considerado
Realizar una auditoría a la energía eléctrica utilizada				
Usar eficientemente la energía utilizada para iluminar				
Emplear prácticas eficientes de manejo energético				
Promover el uso de otras tecnologías energéticamente eficientes				
Promover la utilización de medios de transporte alternativos				
Considerar el "trabajo a distancia"				
Mantener un sistema de temperatura y calidad del aire en perfectas condiciones				
Actualizar la flota de vehículos				
Instalar sistemas de ahorro de agua y reparar las filtraciones				
Reducir el uso de agua en exteriores				

Diseño "Ecológico"

Utilizar técnicas de construcción ecológicas				
Examinar el diseño de los productos y servicios				
Trabajar en conjunto con los proveedores y clientes				

Notas:



ESTADO DE SITUACION

	En curso y satisfactoriamente	En curso, pero requiere mayor atención	Merece considerarse con prioridad alta, mediana o baja	No está en curso, y no vale la pena ser considerado
Prácticas Generales de Empleo				
Crear la Guía de Referencia del Empleado				
Incentivar la retroalimentación y las nuevas ideas				

Diversidad y Respeto

Incorporar la diversidad como un valor de la empresa				
Reclutar a partir de las más variadas fuentes posibles de postulantes				
Proveer capacitación diversa				
Recompensar a los gerentes que promueven la diversidad				
Establecer una política en contra del acoso sexual				

Entrenamiento, Educación y Desarrollo Profesional

Promover el desarrollo de carrera				
Iniciar un programa de orientación				
Promover y premiar el desarrollo de habilidades				
Promover y estimular el voluntariado				

Fortalecimiento

Incentivar la iniciativa individual				
Estimular a los trabajadores a establecer objetivos de amplio alcance				
Facilitar la retroalimentación de 360 grados				
Abrir la información financiera				



Reconocimientos

	En curso y satisfactoriamente	En curso, pero requiere mayor atención	Merece considerarse con prioridad alta, mediana o baja	No está en curso, y no vale la pena ser considerado
Crear un programa de participación en las ganancias				
Usar las acciones para crear incentivos				
Incentivar el ahorro para la jubilación				

Despidos y reducciones de tamaño

	En curso y satisfactoriamente	En curso, pero requiere mayor atención	Merece considerarse con prioridad alta, mediana o baja	No está en curso, y no vale la pena ser considerado
Considerar el despido como último recurso				
Comunicar las intenciones				
Generar alternativas creativas para los trabajadores				
Reducir el tamaño de la empresa con dignidad				
No descuidar a los "sobrevivientes"				

Balance entre trabajo y vida personal

	En curso y satisfactoriamente	En curso, pero requiere mayor atención	Merece considerarse con prioridad alta, mediana o baja	No está en curso, y no vale la pena ser considerado
Valorar las necesidades de los trabajadores				
Evitar políticas y prácticas que interfieran con la vida personal				
Considerar acuerdos de trabajo flexible				
Ofrecer el pago del tiempo libre				
Ofrecer un rango de opciones				
Educar a los gerentes y apoyarlos en la evaluación de resultados				
Ofrecer colaboración para balancear vida laboral con las necesidades personales				
Estimular las prácticas de salud en bebés				
Respaldar las ausencias por motivos familiares				
Apoyar las adopciones				
Unirse con otras empresas para ofrecer servicios a los trabajadores				
Crear un directorio de recursos				
Establecer un centro de recursos				



CALIDAD DE VIDA EN LA EMPRESA

ESTADO DE SITUACION

Salud, Seguridad y Bienestar

	En curso y satisfactoriamente	En curso, pero requiere mayor atención	Merece considerarse con prioridad alta, mediana o baja	No está en curso, y no vale la pena ser considerado
Promover la salud y el bienestar				
Ofrecer planes de salud flexibles				
Proporcionar servicios básicos en salud				
Recompensar el estilo de vida saludable				
Incentivar la inscripción en gimnasios y centros de salud				
Eliminar la opción de fumar en la empresa				
Incentivar la participación en programas de rehabilitación				
Promover hábitos de trabajo saludables				
Mantener una óptima calidad del aire				
No olvidar a los trabajadores de jornada parcial				

Notas:



DESARROLLO DE LA COMUNIDAD

ESTADO DE SITUACION

	En curso y satisfactoriamente	En curso, pero requiere mayor atención	Merece considerarse con prioridad alta, mediana o baja	No está en curso, y no vale la pena ser considerado
General				
Hacer del involucramiento con la comunidad una prioridad clave de la administración				
Promover el compromiso corporativo con causas o iniciativas sociales				

Voluntariado

Entregar información sobre organismos que requieren voluntarios				
Otorgar tiempo libre para actividades de voluntariado				
Proporcionar apoyo financiero para incentivar el voluntariado				
Reconocer el compromiso de los voluntarios				
Adoptar un proyecto de voluntariado corporativo				
"Prestar" a los gerentes y ejecutivos				
Incorporar a proveedores y clientes				
Unir esfuerzos con otras empresas				

Filantropía

Donar productos o servicios				
Facilitar el uso de las instalaciones				
Hacer un compromiso con las contribuciones de caridad				
Incentivar a los trabajadores a realizar donaciones				
Apoyar los eventos de la comunidad				
Incentivar otras donaciones				



ESTADO DE SITUACION

Educación

	En curso y satisfactoriamente	En curso, pero requiere mayor atención	Merece considerarse con prioridad alta, mediana o baja	No está en curso, y no vale la pena ser considerado
Ayudar a las escuelas locales				
Donar el equipamiento usado o sobrante				
Invitar a estudiantes				
Promover la labor de consejero				
Crear pasantías o programas trabajo-estudio				

Apoyo al desarrollo económico de la comunidad

Reclutar localmente				
Invertir en la Comunidad				
Localizar algunas operaciones en comunidades de bajos recursos				
Apoyar a los pequeños empresarios de la comunidad				

Notas:



COMERCIALIZACION Y MARKETING RESPONSABLE

ESTADO DE SITUACION

	En curso y satisfactoriamente	En curso, pero requiere mayor atencion	Merece considerarse con prioridad alta, mediana o baja	No está en curso, y no vale la pena ser considerado
Marketing de Productos y Servicios				
Garantizar que las afirmaciones sean específicas, precisas y confiables				
Promover el uso responsable y seguro de sus productos				
Prohibir las técnicas de ventas no éticas				
Proveer una máxima difusión				
Respetar la privacidad del consumidor				
Buscar oportunidades de mercado				
Evitar la publicidad "tóxica"				
Buscar oportunidades de marketing que involucren causas nobles				

Otras Ideas

Invertir fondos en instituciones socialmente responsables				
Apoyar a organizaciones comprometidas con causas afines				

Notas:

ANEXO 5

Balance Social Consolidado (Modelo Ibase)

1 Base de Cálculo		2002 Valor (Millones de \$)		2001 Valor (Millones de \$)			
Ingresos de Explotación							
Margen de Explotación							
Libro de Remuneraciones							
2 Indicadores Sociales Internos		Valor (\$)	% Sobre Remuneraciones	% Sobre Ingresos	Valor (\$)	% Sobre Remuneraciones	% Sobre Ingresos
Alimentación							
Contribuciones sociales obligatorias							
Previsión							
Salud							
Seguridad y medicina en el trabajo							
Educación							
Cultura							
Capacitación y desarrollo profesional							
Sala Cuna							
Compensaciones por resultado							
Otros							
Total Indicadores Sociales Internos							
3 Indicadores Sociales Externos		Valor (\$)	% Sobre Margen de Explotación	% Sobre Ingresos	Valor (\$)	% Sobre Margen de Explotación	% Sobre Ingresos
Educación							
Cultura							
Salud e Higiene							
Vivienda							
Deporte							
Actividades Recreativas							
Sala cuna							
Alimentación							
Otros							
Total de las contribuciones a la sociedad							
Impuestos (excluidas contribuciones sociales)							
Total Indicadores Sociales Externos							
4 Indicadores Ambientales		Valor (\$)	% Sobre Margen de Explotación	% Sobre Ingresos	Valor (\$)	% Sobre Margen de Explotación	% Sobre Ingresos
Relacionados con la operación de la empresa							
En Programas o proyectos externos							
Total de Inversiones en Medioambiente							

5 Indicadores Recursos Humanos						
N° de empleados al final del periodo						
N° de contrataciones durante el periodo						
N° de empleados externos						
N° de empleados mayores de 45 años						
N° de mujeres que trabaja en la empresa						
% de cargos de jefatura ocupados por mujeres						
N° de afrobrasileños que trabajan en la empresa						
% de cargos de jefatura ocupados por afrobrasileños						
N° de empleados discapacitados						
6 Informaciones relevantes sobre el ejercicio de la ciudadanía empresarial						
Relación entre la mayor y menor remuneración dentro de la empresa						
Número total de accidentes de trabajo						
Los proyectos sociales o ambientales desarrollados por la empresa, fueron definidos por:	() El directorio	() El directorio y los gerentes	() Todos los empleados	() El directorio	() El directorio y los gerentes	() Todos los empleados
Políticas de seguridad y salud en el ambiente de trabajo, fueron definidos por:	() El directorio	() El directorio y los gerentes	() Todos los empleados	() El directorio	() El directorio y los gerentes	() Todos los empleados
Lo que la previsión privada contempla, fue definido por:	() El directorio	() El directorio y los gerentes	() Todos los empleados	() El directorio	() El directorio y los gerentes	() Todos los empleados
La participación por resultados fue definida por:	() El directorio	() El directorio y los gerentes	() Todos los empleados	() El directorio	() El directorio y los gerentes	() Todos los empleados
En la selección de los proveedores se contemplan las mismas políticas éticas y de responsabilidad social adoptados por la empresa	() No son considerados	() son sugeridos	() son exigidos	() No considerados	() son sugeridos	() son exigidos
En cuanto a la participación de los empleados en programas de trabajo voluntario	() No se realiza	() apoya	() organiza e incentiva	() No se realiza	() apoya	() organiza e incentiva
7 Otras informaciones						

ANEXO 6

ANEXOS PREMIOS



I. Antecedentes

- El objetivo fundamental del Premio Empresa SOFOFA Responsabilidad Social es promover y difundir públicamente buenas prácticas en el ámbito de la Responsabilidad Social realizadas por nuestras empresas socias.
- La Responsabilidad Social es un valor transversal que integra y da coherencia a las prácticas internas y externas de las empresas. Sirve de marco tanto a la relación de la empresa con los trabajadores y sus familias, como a las relaciones de la compañía con sus clientes , inversionistas, y proveedores; organizaciones sociales, autoridades y comunidad en general.
- En particular, el Premio Empresa SOFOFA Responsabilidad Social busca reconocer públicamente a aquella empresa sobresaliente por desarrollar una política de **Responsabilidad Social integral y permanente, tanto en el ámbito interno como externo**, con impacto social pertinente a las necesidades de sus beneficiarios.

II. Postulación

- Todas las empresas socias de SOFOFA serán invitadas a postular al Premio Empresa SOFOFA Responsabilidad Social mediante una carta. Las interesadas deberán responder el formulario de postulación adjunto.
- Se podrá adjuntar al formulario de postulación otros documentos, que detallen los programas de la empresa en beneficio de sus trabajadores y de la comunidad, como memorias de balance social, publicaciones de prensa, etc.
- Eventualmente se solicitarán entrevistas u otros antecedentes necesarios para la evaluación de las empresas postulantes al premio.

III. Criterios de Evaluación

Criterios Básicos

Las empresas para participar deberán cumplir al menos los siguientes requisitos:

- Exhibir una sólida trayectoria empresarial.
- Desarrollar iniciativas de Responsabilidad Social en los ámbitos interno y externo, que excedan las exigencias legales, desarrollando proyectos en las áreas social, medio ambiente, cultura, educación, deporte, recreación, calidad de vida, integración de trabajadores con discapacidad u otros.
- Exhibir resultados de las iniciativas desarrolladas a través de indicadores concretos tales como: número de beneficiarios, monto de la inversión, etc.
- Mantener buenas relaciones laborales

* Quedan automáticamente excluidas del proceso de postulación las empresas que hayan ganado el premio SOFOFA Responsabilidad Social en el transcurso de los dos años anteriores.

Criterios de Excelencia

Se premiará a la empresa que cumpla en mayor medida los siguientes criterios:

1. Dimensiones Cualitativas

- Mantener una consistencia ética.
- Desarrollar una política de Responsabilidad Social sostenida en el tiempo, no solamente acciones aisladas.
- Mantener una actitud proactiva en el ámbito de la Responsabilidad Social, desarrollando iniciativas que involucren esfuerzo de diseño y gestión la empresa y/o participación de los trabajadores, no solamente contribución monetaria.

2. Indicadores Cuantitativos

Las postulaciones deben contemplar como mínimo los siguientes indicadores :

- **Inversión**

Monto invertido en cada proyecto y total de la inversión realizada expresada en términos anuales (sin considerar franquicias tributarias) según presupuesto 2003.

- **Impacto**

Cuantificación del impacto de las políticas e iniciativas desarrolladas, medido por la cantidad de beneficiarios u otro indicador relevante.



PREMIO AL BUEN CIUDADANO EMPRESARIAL 2007

BASES

Capítulo I. Institución del Premio

Artículo I. El Directorio de la Cámara Chileno Norteamericana de Comercio, AmCham, instituye el "Premio Buen Ciudadano Empresarial" (en adelante, "el Premio") con el objeto de promover las conductas dignas de emular, distinguiendo y homenajeando anualmente los mejores programas de responsabilidad social enfocados al compromiso con la comunidad, llevados a cabo por empresas que desarrollen actividad en Chile.

Se define como programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a la visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente.

Se define como Compromiso con la Comunidad al amplio rango de acciones de la empresa para contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades en las que opera, diseñando y ejecutando iniciativas o causas sociales, en forma estratégica y programada.

Capítulo II. Inscripción

Artículo II. Podrán postular las empresas por sí mismas o mediante la proposición del Comité Ejecutivo del Comité de Alianza Social de AmCham.

Artículo III. Se premiará al programa o los programas de apoyo a la comunidad de una empresa que cumpla(n) con las siguientes características:

- a) Tener como mínimo un año de antigüedad; *
- b) Presentar resultados mensurables;
- c) Tener una continuidad en el tiempo y no ser sólo una acción aislada; y
- d) Gestionar idóneamente sus externalidades negativas.

* Las pequeñas y medianas empresas no tienen este requisito.

Los programas ganadores no podrán presentarse en el año inmediatamente posterior al que obtuvieron el galardón.

Capítulo III. Presentación de los Programas

Artículo IV. Cada uno de los programas participantes deberá describir una obra/realización de acción social, mediante la presentación del formulario electrónico disponible en el sitio web de AmCham. Los elementos verificadores solicitados en el formulario deberán ser entregados físicamente en las oficinas de AmCham.

En caso de considerarlo necesario, AmCham podrá solicitar información adicional sobre cualquiera de los programas inscritos.

Capítulo IV. Fechas de postulación y premiación

Artículo V. La convocatoria y lanzamiento de bases se realizará el día miércoles 06 de junio de 2007.

Artículo VI. Las inscripciones, recepción de propuestas y elementos verificadores solicitados en el formulario de postulación, se recibirán hasta las 18:00 hrs. del día viernes 27 de julio de 2007.

Artículo VII. La publicación y ceremonia de premiación se hará el día jueves 04 de octubre de 2007.

Capítulo V. Evaluación de los Programas

Del Jurado

Artículo VIII. La elección de los premiados será realizada por un Jurado convocado y presidido por AmCham, el cual estará integrado por las siguientes instituciones: Presidente de AmCham, Directora Sociocultural Presidencia de la República, Embajador de EE.UU. en Chile, Presidente de la Confederación de la Producción y del Comercio, Presidente de Acción RSE y por el Presidente del Comité de Alianza Social de AmCham. Además, el Jurado se integrará por dos representantes de prestigiosas escuelas de negocios de Chile.

Artículo IX. Los programas inscritos serán pre-evaluados por Fundación PROhumana y AmCham, a partir de un conjunto de criterios objetivos de medición.

Artículo X. Fundación PROhumana elevará al jurado la lista de proyectos presentados y su ponderación. Para estos efectos se tendrá en consideración los siguientes criterios:

- a) Impacto Social
- b) Impacto Económico
- c) Empoderamiento
- d) Sustentabilidad

Cada uno de estos criterios de evaluación estará asociado a un sistema de indicadores, a partir de los cuales se calificará a los distintos programas postulantes.

Capítulo VI. Premios

Artículo XI. Se entregarán un premio por categoría:

- 1) Gran Empresa
- 2) Pequeña y Mediana Empresa

Capítulo VII. Modificaciones

Artículo XII. El Directorio de AmCham se reserva el derecho de modificar este reglamento de la forma en que lo juzgue conveniente. Dicha alteración, nunca podrá suceder en el período comprendido entre la recepción de los programas y la evaluación definitiva de los programas inscritos.

Artículo XIII. Las cuestiones no previstas en este reglamento serán dirimidas por el Directorio de AmCham.

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS LABORALES SOBRE NO DISCRIMINACIÓN EN LA EMPRESA

I. INTRODUCCIÓN

La Confederación de la Producción y del Comercio ha recibido con mucho interés la invitación del Gobierno a estudiar el “Código de Buenas Prácticas Laborales sobre No Discriminación para la Administración Central del Estado”, coordinado por el SERNAM. En respuesta a dicha invitación, la CPC y todas sus Ramas asociadas, han analizado detenidamente el contenido del documento, rescatando aquellas propuestas de consenso que puedan ser incorporadas al mundo de la empresa.

En términos generales, hubo acuerdo con los objetivos centrales del Código, en el sentido de eliminar todo tipo de discriminación, para que hombres y mujeres gocen de los mismos derechos y oportunidades en el campo laboral. La CPC y sus Ramas piensan que hay que centrar todos los esfuerzos en lograr una mayor adaptabilidad en el mundo del trabajo para la mujer, de manera que ella pueda compatibilizar adecuadamente la vida familiar y laboral; y realizar, en los casos que sea necesario, las modificaciones legales apropiadas.

El documento de consenso acordado por la CPC y sus Ramas, que se presenta más abajo, toma como base el “Código de Buenas Prácticas Laborales sobre No Discriminación para la Administración Central del Estado”, ajustando y adaptando sus contenidos a la realidad del sector privado.

La CPC invita a que esta guía sea difundida por las Ramas entre sus empresas asociadas, como una recomendación de buenas prácticas laborales.

II. RECOMENDACIONES

1. Procesos de reclutamiento y selección.

1. Asegurar que las condiciones de acceso al empleo, incluidos los criterios de selección, no importen discriminaciones de ningún tipo.
2. Evitar que los procesos de reclutamiento contengan sesgos, o empleen lenguaje discriminatorio, requieran antecedentes personales que excedan las exigencias del cargo y no estén referidas directamente a éste.
3. En los procesos de reclutamiento, no aplicar exámenes que tengan carácter invasivo y/o discriminatorio, tales como pruebas de embarazo.
4. Los perfiles de competencia deberían estar basados estrictamente en los requisitos exigidos para el desempeño del cargo y no contener requerimientos que no estén asociados a la función, tales como sexo, domicilio, apariencia física, edad u otro.

5. En los procesos de selección, los currículum vitae se solicitarán exclusivamente con los nombres y apellidos del postulante, y no se exigirá foto, dirección, sexo, estado civil u otra identificación. Sólo se indicará un número telefónico, casilla electrónica o similar, para efectos de la comunicación durante el proceso de postulación, y por el cual se le informará de los resultados del concurso.
6. Para garantizar la igualdad en el proceso de selección, en el evento que se presente un postulante cuya discapacidad le impida o dificulte la utilización de los instrumentos de postulación, los encargados del referido proceso tomarán las medidas necesarias para poner a su disposición instrumentos de postulación adaptados, sin que dicho requerimiento quede asociado al currículum respectivo.

2. Desarrollo de carrera y acceso a la capacitación.

1. Las empresas, a través del departamento de recursos humanos o el que haga sus veces, deberán tomar las medidas necesarias para garantizar que exista la debida difusión de los procesos de promoción. Dicha difusión deberá efectuarse, en especial, a través del correo electrónico y mediante la publicación de avisos en los lugares más visibles y concurridos de sus dependencias.
2. Asegurar, según criterios y condiciones uniformes, un igual acceso a la formación y capacitación, sin que existan discriminaciones de ningún tipo.
3. Desarrollar las acciones de capacitación, de preferencia, dentro de la jornada de trabajo.
4. Instar a que las empresas incluyan temáticas como “la no discriminación e igualdad de oportunidades” en su plan anual de capacitación.

3. Representación equilibrada entre hombres y mujeres en los cargos de jefatura y de responsabilidad directiva.

1. Propender y fomentar una mayor participación de las mujeres en los cargos directivos y de responsabilidad, implementando, entre otras medidas, modalidades amplias de difusión.
2. Evitar que la valoración y retribución del trabajo de hombres y mujeres se base en criterios distintos del mérito, evitando toda discriminación fundada en el sexo.

4. Condiciones de Trabajo.

1. Tomar todos los resguardos para garantizar un respeto irrestricto a la dignidad humana, eliminando todo trato prepotente, irrespetuoso o discriminatorio entre jefes y subordinados.
2. Adoptar medidas destinadas a mantener un ambiente de trabajo de mutuo respeto entre todas las personas.
3. Evitar que las correcciones o diferencias respecto del trabajo encomendado importen descalificaciones personales.
4. Asegurar que las condiciones de trabajo no importen discriminaciones de ningún tipo.
5. Diseñar e implementar, en conformidad a la ley 16.744, medidas de prevención de riesgos que permitan mejorar las condiciones de higiene y seguridad en los lugares de trabajo.

5. Protección de los derechos de maternidad y responsabilidades parentales.

1. Garantizar estrictamente el cumplimiento de las normas de protección a la maternidad.
2. Propender a que las mujeres embarazadas, ante igualdad de condiciones con otros trabajadores, puedan optar por no cumplir sus jornadas durante el trabajo nocturno.
3. Identificar y/o desarrollar formas de flexibilización de los permisos que se otorguen a la madre para dar alimentación a sus hijos.
4. Difundir e instar al ejercicio de los derechos reconocidos por la ley a los padres trabajadores, respecto de sus responsabilidades parentales, en especial las licencias para el cuidado del hijo enfermo y demás establecidas en las Normas de Protección a la Maternidad contempladas en el Código del Trabajo.

6. Conciliación de responsabilidades laborales con obligaciones familiares.

1. Fomentar una cultura destinada a compatibilizar las responsabilidades laborales y parentales de hombres y mujeres.
2. Fomentar, en la medida que ello sea compatible con las necesidades de la empresa, mecanismos alternativos de distribución de jornada, que faciliten el cumplimiento de las responsabilidades parentales de ambos progenitores.
3. Propender, de forma que sea compatible con las necesidades de la empresa, que tanto la organización de los procesos de trabajo como la participación en actividades

de capacitación, no impidan o restrinjan el cumplimiento de las responsabilidades parentales.

7. Prevención y sanción del acoso laboral y/o sexual en el trabajo.

1. Difundir entre el personal de manera regular lo que se entiende por acoso laboral entre pares y entre jefaturas y colaboradores. Igualmente, el departamento de recursos humanos o el que haga sus veces, debería designar un persona responsable de canalizar las denuncias de quienes se sientan víctimas de acoso laboral, entendiendo por éste, cualquier manifestación de una conducta abusiva, especialmente, los comportamientos, palabras, actos, gestos y escritos que puedan atentar contra la personalidad, dignidad o integridad física o psíquica de un trabajador, poniendo en peligro su empleo o degradando el clima laboral.
2. Difundir de manera regular la normativa sobre acoso sexual entre todos los trabajadores. Asimismo, los departamentos de recursos humanos o el que haga sus veces, deberán designar a una persona responsable, para que con los resguardos de privacidad necesarios, recoja las inquietudes o denuncias concretas vinculadas a esta materia.
3. Efectuar acciones de sensibilización permanente de carácter preventivo respecto del acoso laboral y/o sexual, y también respecto a los buenos modales, hábitos, costumbres, trato y lenguaje.
4. Incorporar en los reglamentos internos de Higiene y Seguridad orientaciones destinadas a la prevención de las conductas señaladas en los numerales precedentes, así como los procedimientos para su denuncia e investigación.

Los 1.000 puntos del Modelo Chileno de Gestión de Excelencia

	<u>CRITERIOS Y SUBCRITERIOS</u>	<u>PUNTAJE MAXIMO</u>
1	Liderazgo	150 puntos
1.1	Liderazgo de la dirección superior	(75)
1.2	Liderazgo para el desempeño de excelencia	(75)
2	Gestión de la satisfacción de los clientes	115 puntos
2.1	Conocimiento de los clientes y el mercado	(25)
2.2	Gestión de la relación con los clientes	(70)
2.3	Medición de la satisfacción de los clientes	(20)
3	Compromiso y desarrollo de las personas y la organización	150 puntos
3.1	Gestión del personal	(20)
3.2	Educación y capacitación	(30)
3.3	Remuneraciones, desempeño y reconocimiento de los trabajadores	(20)
3.4	Participación de los trabajadores en el proceso de gestión de calidad	(30)
3.5	Prevención de riesgos y calidad de vida en el trabajo	(50)
4	Planificación estratégica	70 puntos
4.1	Desarrollo de la estrategia	(35)
4.2	Despliegue de la estrategia	(35)
5	Gestión de los procesos	125 puntos
5.1	Diseño e introducción de productos y servicios	(35)
5.2	Gestión de los procesos de producción y entrega de productos y servicios.	(40)
5.3	Gestión de los procesos de apoyo	(25)
5.4	Calidad de los proveedores	(25)
6	Información y análisis	65 puntos
6.1	Medición del desempeño organizacional	(35)
6.2	Análisis del desempeño organizacional	(30)
7	Responsabilidad social	50 puntos
7.1	Protección del medio ambiente y de los recursos naturales	(25)
7.2	Contribución social	(25)
8	Resultados	275 puntos
8.1	Resultados en la satisfacción de los clientes	(65)
8.2	Resultados globales	(65)
8.3	Resultados de la efectividad organizacional	(55)
8.4	Resultados de la responsabilidad social	(25)
8.5	Resultados en la satisfacción de los empleados	(40)
8.6	Resultados en la calidad de los proveedores	(25)

