



**MODELO DE GESTIÓN RSE**  
**PROhumana**

## DESCRIPCIÓN MODELO DE GESTIÓN PROhumana

### GÉNESIS DEL MODELO DE GESTIÓN “Aspectos Preliminares”

La concepción del Modelo de Gestión RSE PROhumana surge de una exhaustiva revisión de material bibliográfico relevante en términos de RSE. Sin embargo, previamente a los detalles metodológicos que permiten fundamentar y avalar el trabajo realizado, este modelo de gestión está asociado a una visión de la empresa, donde las actuaciones sociales y ambientales adquieren la misma relevancia que las actuaciones económicas.

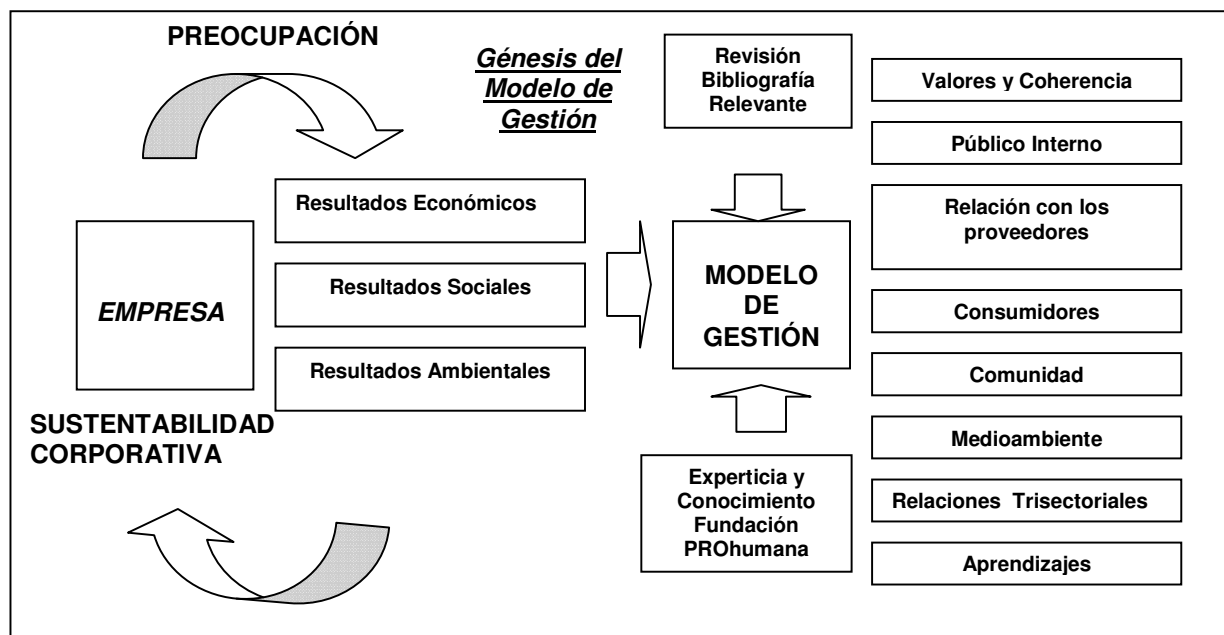
Bajo el enfoque económico clásico la empresa se encontraba preocupada de los resultados financieros, los cuales debía informar a los accionistas, único grupo interesado. De esta forma, actuaciones sociales y ambientales quedaban relegadas a un segundo plano, siendo solamente el suministro de bienes y servicios, así como las utilidades obtenidas, la principal preocupación.

Hoy en día, producto de un cambio cultural importante, se ha relevado la importancia de las actuaciones sociales y ambientales, así también como el papel de los distintos grupos de interés. La sustentabilidad de la empresa no depende únicamente de los resultados económicos, sino además del desempeño social y ambiental.

La sustentabilidad corporativa está asociada a cifras positivas en resultados económicos, pero además está estrechamente ligada a la reducción de los impactos negativos sobre el medioambiente, y a la forma de relación que la empresa establece con la comunidad.

Un Modelo de Gestión bajo esta concepción de la empresa, debe considerar por tanto ámbitos de gestión que antes no aparecían asociados a un negocio, y por tanto debe incluir dimensiones y herramientas de evaluación que permitan analizar la gestión de una forma más amplia.

El Modelo de Gestión RSE PROhumana, se aproxima a la RSE de las empresas considerando las actuaciones sociales, ambientales y económicas que tiene una organización, pero a partir de la inclusión de dimensiones más exhaustivas, que permiten analizar en mayor detalle la gestión de las empresas.



## **ANTECEDENTES METODOLÓGICOS**

### ***“Criterios y Dimensiones: Para una implementación exitosa”***

El Modelo de Gestión RSE PROhumana fue construido a partir de la experiencia y conocimiento técnico que Fundación PROhumana tiene de la RSE.

La experticia adquirida a través de las asesorías e investigaciones realizadas ha permitido diseñar un Modelo de Gestión en el cual se incorporan los aprendizajes adquiridos, y se entregan los lineamientos claves para un proceso exitoso de implementación de RSE. Este proceso permitirá la existencia de empresas sustentables que no se vean afectadas por las presiones de sus grupos de interés.

Considerando la presencia de distintos tipos de organizaciones, Empresas, ONGs, y Estado, se ha construido un Modelo de Gestión pertinente a la realidad de cada una de estas organizaciones, centrándose este documento en la realidad de las empresas, de tal forma de lograr una descripción detallada, atingente y comprensible para éstas.

Para los detalles metodológicos, y la identificación de las dimensiones del mismo, se realizó una exhaustiva revisión bibliográfica. A partir del análisis de la información, se seleccionaron aquellos insumos considerados pertinentes y coherentes con los objetivos planteados. Considerando la relevancia de estos aportes para el trabajo realizado, a continuación se detallan los documentos base desde los cuales PROhumana pudo edificar su Modelo de Gestión.

1. “Pacto Global” de Naciones Unidas,
2. Instrumento de evaluación “AA1000” y “Responsible competitiveness index”, diseñado por AccountAbility (Institute of social and ethical accountability),
3. “Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial” diseñados por ETHOS (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social de Brasil),
4. “Norma GSE21” de Forética (organización sin fines de lucro española que fomenta la gestión de la responsabilidad social de las organizaciones), en versión del año 2008.
5. “Guía para la elaboración de reportes de sostenibilidad” diseñada por GRI (Global Reporting Initiative) tanto del año 2000, como del 2002 y 2006.
6. “Libro verde de la UE sobre la responsabilidad social de las empresas”. Comisión de la Unión Europea, 2001.
7. “Directrices de la OCDE para las empresas multinacionales”. OCDE, 2000.
8. ISO 26.000. Esta norma internacional proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, las materias fundamentales y los temas que constituyen la responsabilidad social.
9. Otros documentos consultados y utilizados como referencia fueron: GreenMoney Journal, Metodología LBG (London Benchmarking Group), The Ethical Consumer Magazine, Corporate Social Responsibility Newswire, World Business Council Sustainable Development. También se revisaron las prácticas de RSE de empresas como Wholefoods, Grupo Danone, Grupo Bimbo, 3M, Walmart, IKEA, Microsoft.

De esta manera el Modelo de Gestión de RSE considera las siguientes dimensiones:

- **Valores y Coherencia**
- **Público Interno**
- **Relaciones con los Proveedores**
- **Relaciones con los Consumidores**
- **Relaciones con la Comunidad**
- **Medio Ambiente**
- **Relaciones Trisectoriales (empresa ,sociedad civil y estado.)**
- **Aprendizajes**

Las dimensiones consideradas dentro del Modelo deben poseer dos características, las que permiten identificar la existencia de una visión integral:

**Coherencia:** La coherencia implica que lo que se plantee como valor para una organización, se traduce en formas de realizarlo, en resultados medibles y en un aprendizaje que determinará y orientará experiencias futuras en la empresa y será posible observar esta coherencia expresada en la misión y sus valores institucionales.

Significa también la interacción entre los procesos de planificación, contabilidad, difusión, diálogo con los shareholders y stakeholders y el modo como estos se articulan con los valores, objetivos y metas organizacionales.

**Innovación:** La innovación debe ser entendida como la capacidad que tiene una empresa de ir gestando nuevas ideas y procesos dentro de la organización. Esto se traduce en prácticas y políticas que abordan en forma creativa las necesidades de sus grupos de interés y los ámbitos de actuación de la organización, sentando un precedente para otras empresas.

## **GESTIÓN DEL MODELO**

### **¿Cómo lograr la efectividad del modelo?**

En este modelo se realizó una adaptación de los principios y métodos utilizados por el GRI para la elaboración de reportes de sostenibilidad del 2000.

La empresa para alcanzar y gestionar un buen desempeño, debe considerar los ámbitos de actuación contenidos en cada una de las dimensiones y subdimensiones del Modelo. Pero además, debe trabajar cada una de éstas a partir de los principios fundamentales, características cualitativas, elementos de actuación, indicadores cuantitativos y declaración de políticas de información.

La empresa debe definir por tanto sus objetivos; identificar qué aspectos y a quiénes se abordará, y la forma en la cual se hará; llevar a la práctica sus ideas y proyectos a través del diseño e implementación de políticas; construir indicadores que le permitan medir y evaluar su gestión; y establecer canales de comunicación y diálogo internos y externos con sus grupos de interés, que le permitan retroalimentarse. Sólo así podrá alcanzar el real desarrollo y un mejor desempeño en cada una de las dimensiones. A continuación se detallan cada uno de estos criterios que dotarán de una mayor efectividad al proceso de aplicación del Modelo:

#### **1) Principios fundamentales**

Constituyen objetivos que la empresa debiera esforzarse por alcanzar en cada dimensión en particular. Este indicador está orientado hacia características valóricas que fundamentan la adopción de una sub-dimensión.

#### **2) Características cualitativas**

Se refieren a las cualidades o aspectos distintivos de cada sub-dimensión que permite captar las distinciones y principalmente la innovación en la adopción de cada una de las dimensiones.

En este sentido, las características cualitativas son las que nos permitirán captar las especificidades de la adopción de cada una de las dimensiones.

#### **3) Clasificación de elementos de actuación**

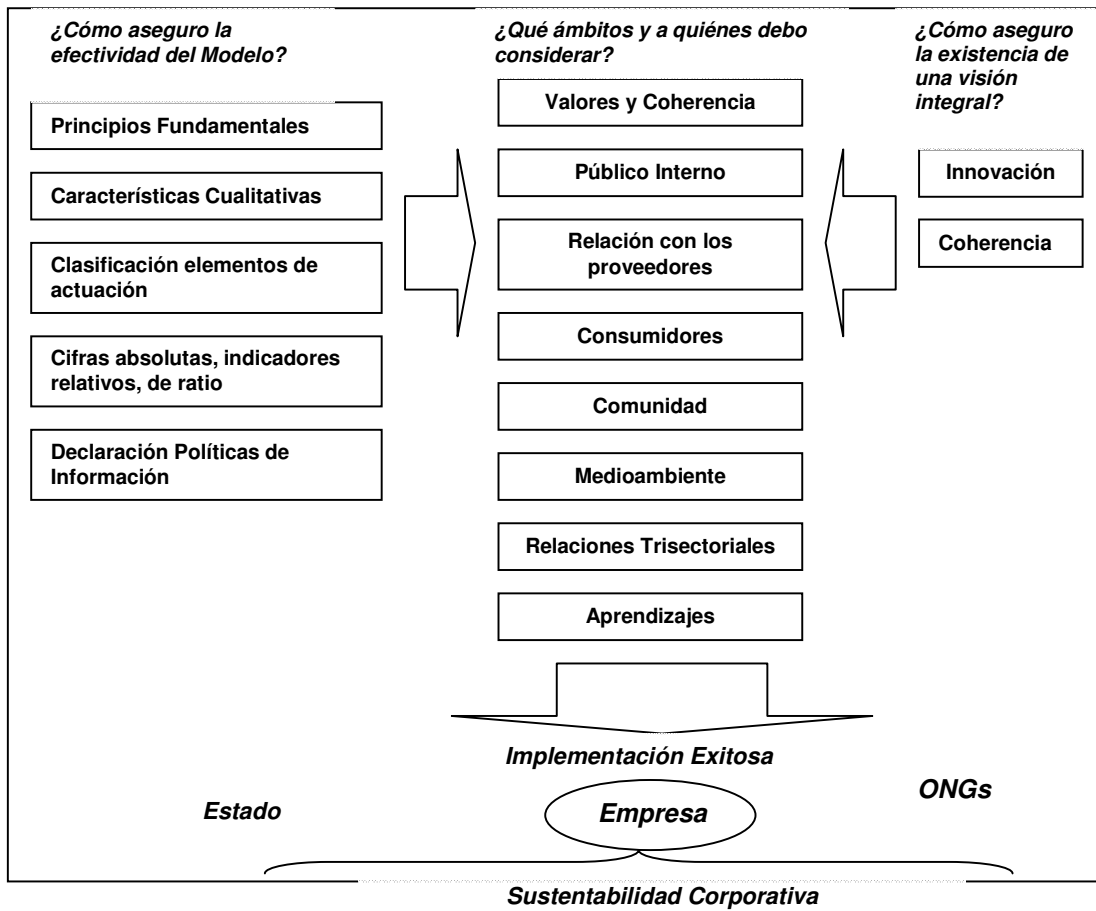
Los elementos de actuación están asociados a aspectos de procesos y de la misma gestión de la RSE. Tiene relación con la gestión desempeñada por la empresa en las distintas dimensiones, considerando en este sentido las políticas y prácticas que han sido implementadas dentro de la misma

#### **4) Cifras absolutas, indicadores relativos y de ratio**

La empresa debe generar indicadores cuantitativos que permitan evaluar el proceso de implementación y los resultados de este. El contar con resultados medibles en el tiempo permite ver cuánto se ha avanzado en las distintas dimensiones, teniendo datos duros y verificables respecto a los avances y progresos, observando los resultados de la gestión.

#### **5) Declaración de políticas de información**

La empresa debe reconocer la importancia del diálogo con sus partes interesadas, para lo cual necesita definir qué comunica y cómo lo comunica. Esto implica implementar sistemas de comunicación pertinentes a su realidad, de tal manera de asegurar una retroalimentación constante y fluida. Diseñar y poner en marcha mecanismos de diálogo adecuados permitirá no tan sólo informar acerca del desempeño, sino además recibir un feedback de ellos.



## DESCRIPCIÓN DE LAS DIMENSIONES DEL MODELO

### “Grupos de interés y ámbitos de actuación. ¿Qué aspectos, a quienes y cómo implementar una estrategia de RSE?”

A continuación se detallarán las subdimensiones del modelo, de manera tal de poder comprender todos los aspectos que se abarcan y desde qué perspectiva.

#### **I Valores y Coherencia:**

Esta dimensión considera el comportamiento de la empresa en términos éticos. Esto implica la adopción e implementación de políticas que aseguren la existencia de un marco ético, que oriente las acciones de quienes forman parte de una compañía; y la presencia por tanto de prácticas acordes a valores aceptados universalmente, que hacen posible la transparencia y rectitud en la forma de hacer los negocios.

Dentro de esta dimensión se consideran las siguientes subdimensiones:

**Códigos de Ética:** Se refiere al diseño por parte de la empresa de un código de ética el cual contenga pautas orientadoras de la acción para los empleados. Esto implica la identificación por parte de la empresa, de aquellos ítems sobre los cuales es importante transmitir acciones socialmente aceptadas frente a situaciones específicas. Debiendo incorporar, asuntos de comunicación veras con los grupos de interés, y generar mecanismos a través de los cuales sea posible transmitir el código, de tal forma de que los valores allí contenidos sean internalizados por los empleados, y de esta forma aplicados en sus acciones.

**Transparencia en Informes Contables:** Se refiere a las prácticas y políticas implementadas por la empresa para asegurar la veracidad de la información financiera, y la comunicación de los resultados tanto interna como externamente

**Relaciones Leales con la competencia:** Acá se consideran las prácticas implementadas por la empresa para asegurar que la interacción con la competencia se desarrolle dentro de un marco ético, en donde prevalezca el respeto por la legalidad y la transparencia de las acciones.

**Políticas Anticorrupción:** Esta política hace referencia a las medidas implementadas por la empresa para promover y vigilar la transparencia en los negocios. Esto es la adopción de iniciativas que previenen, descubren, exponen y castigan las prácticas desleales e ilícitas para obtener una posición privilegiada en el mercado.

**Reporte de Sustentabilidad:** Esta subdimensión contempla la comunicación por parte de la empresa de los resultados económicos, sociales y ambientales, y la incorporación de información relevante, que permita una comprensión del desempeño, tanto por quienes forman parte de la empresa como por quienes no lo son.

**Gobierno Corporativo:** Se refiere a la definición de un modelo de gobierno corporativo, en el cual se establezcan claramente, las atribuciones, funciones, y obligaciones de quienes lo integran, generando mecanismos que permitan asegurar la transparencia de sus acciones, así también como la coherencia de las mismas con los principios y valores establecidos por la empresa.

**Diálogo con los Públicos de Interés:** Acá se consideran las prácticas y políticas implementadas por la empresa con el objetivo de mantener una retroalimentación constante con los públicos de interés, considerando tanto aquellos que son favorables a sus operaciones como los que son adversos. Se deben implementar mecanismos de consulta y comunicación a partir de los cuales se generen procesos de toma de decisión.

Este instrumento es Propiedad Intelectual de Fundación PROhumana. Prohibida su reproducción total y/o parcial sin previa autorización. 7

## **II Público Interno:**

Esta dimensión contempla el desempeño de la empresa en relación con sus empleados, y por tanto las políticas y prácticas a través de las cuales establece los términos de la interacción con ellos. Esto implica distintos ámbitos que dotan de sentido la relación, y permiten asegurar la permanencia de la misma en el tiempo. La empresa debe identificar el rol que esta llamada a desempeñar y cuáles son por tanto las responsabilidades a asumir, más allá de los estándares y regulaciones legales. En esta dimensión se consideran, la elaboración e implementación de políticas y códigos que tienen por objetivo establecer claramente el marco dentro del cual se desarrolla la relación, y por tanto los procesos, instancias y espacios de diálogo formales para abordar y resolver demandas, conflictos y urgencias entre los actores involucrados.

**Política de Seguridad e Higiene:** Se refiere a las prácticas desarrolladas por la empresa para resguardar la seguridad e higiene de sus trabajadores. Considerando por tanto, medidas preventivas, orientadas a reducir riesgos de accidentes y enfermedades laborales; y medidas paliativas, enfocadas a compensar en caso de que estos se produzcan.

**Políticas de Salud:** Esta subdimensión contempla las prácticas implementadas por la empresa para velar por la salud física y psicológica de sus trabajadores, a través programas orientados a la prevención y cuidado de la salud, los que van más allá de la legalidad y normativa existente.

**Política de Previsión:** Acá se considera el diseño e implementación por parte de la empresa de un sistema de medidas tendientes a velar por bienestar económico y social de los empleados una vez que estos jubilen. La empresa puede implementar programas innovadores, para apoyar a los trabajadores en esta etapa, considerando por ejemplo, la creación de programas de capacitación, de apoyo psicológico, o la existencia de un sistema alternativo de previsión. Es importante que en este último caso, la empresa resguarde estos fondos en forma transparente, y que active mecanismos tendientes a velar por un correcto manejo de ellos, y por un traspaso efectivo en caso de despido o renuncia.

**Políticas de Beneficios:** Se refiere a la presencia de una Política de Beneficios, que sea justa, equitativa, y pública, la cual sea conocida por todos los trabajadores de la empresa.

**Políticas de Capacitación:** La Política de Capacitación está asociada a la implementación de medidas tendientes por una parte, a establecer un programa estructurado de cursos, el cual se construya a partir de la maximización de beneficios tanto para el empleado como el empleador. Y por otro lado, medidas enfocadas a asegurar la inclusión de trabajadores pertenecientes a distintos estamentos dentro de la empresa.

**Políticas de Contratación:** En esta política se consideran, las medidas que se han puesto en marcha para velar que los procesos de selección, contratación y promoción del personal, sean equitativos, justos y transparentes, orientados por criterios objetivos, en los cuales no exista discriminación. Esto contempla por tanto, la implementación de sistemas de comunicación acordes con estos procesos, en donde se canalice la información a todos los involucrados.

**Política de Clima Laboral:** La política de clima laboral esta asociada a la implementación de medidas que regulen las relaciones interpersonales (empleado/empleador) e intrapersonales (entre empleados). También hace alusión a la estrategia de desvinculación del empleado en caso de cambios o reducciones de personal al interior de la empresa.

**Política de Vida Saludable:** Se refiere a la presencia de una política orientada a promover estilos de vida saludables para los empleados y sus familias. A partir de una vida activa y una alimentación sana, como la habilitación de espacios y tiempo para que dichas actividades se lleven a cabo, entre otras cosas.



**Política de Conciliación:** Se refiere a las prácticas desarrolladas por la empresa con el objetivo de permitir que los empleados puedan compatibilizar su vida familiar y laboral. Esto considera la adopción de medidas enfocadas a generar horarios de trabajo acordes con estos objetivos, así como actividades de integración en las cuales trabajadores y familias puedan compartir.

**Políticas con los sindicatos:** Acá se incluyen las medidas tendientes a generar mecanismos y espacios de diálogo con los empleados que aseguren una retroalimentación constante con ellos, para canalizar sus demandas e inquietudes, y a la vez informar las decisiones tomadas por la empresa. Esto parte de la base del respeto por la libertad de asociación, permitiendo la constitución de formas de organización y de representación, tanto bajo la figura legal del sindicato u otras particulares que pudiesen surgir en las distintas compañías.

**Políticas de prevención y sanción del acoso:** Esta política considera la generación de condiciones laborales en las cuales se asegure la integridad física y psicológica de los empleados. Por tanto, la elaboración de códigos y normas que regulen las conductas dentro de marcos éticos establecidos por la empresa, definiendo mecanismo e instancias de resolución de eventos de este tipo, en donde se vele por la transparencia del proceso, y se cumpla con la legalidad, teniendo la empresa que definir en términos formales estos procesos y comunicarlos a los empleados.

**Políticas de inclusión igualitaria:** Políticas y prácticas implementadas por la empresa con el objetivo de favorecer la incorporación de la mujer al interior de la organización, y velar por la permanencia de ellas al interior de la misma. Acá se consideran los mecanismos tendientes a asegurar un igual acceso a los cargos de relevancia, políticas de formación profesional, y mecanismos que aseguren el pago de salarios iguales a hombres y mujeres que ocupan el mismo cargo.

También en esta subdimensión se consideran las políticas orientadas a velar por el respeto de los derechos humanos, considerando la implementación de mecanismos que aseguren la existencia de un trabajo digno, en donde no se generen formas de trabajo infantil, forzado o esclavizado; políticas que velen por un trabajo decente, y por el cumplimiento de los principios del Global Compact de la ONU.

**Políticas de No Discriminación:** Esta política contempla, antes que nada la prevalencia de criterios objetivos en la contratación, y la inclusión por tanto de personas de distintas étnias, géneros, grupos etarios, así como discapacitados. Para lograr esto, la empresa debe establecer mecanismos que permitan una adecuada incorporación de estas personas, considerando por tanto la definición formal de procesos e instancias de resolución de conflictos en caso de que estos se produzcan, los cuales deben ser comunicados a los empleados, para que puedan hacer uso de ellos.

### **III Relación con proveedores**

Esta dimensión considera la actuación de la empresa en relación a sus proveedores. Esto implica definir políticas y medidas tendientes a asegurar una vinculación en el largo plazo, debiendo la empresa asumir un rol activo. Un buen desempeño en esta materia, está asociado a la generación de políticas, códigos y normas orientadas a resguardar las condiciones laborales, y la constitución de acuerdos comerciales que permitan el desarrollo de las empresas locales.

Dentro de esta dimensión se consideran las siguientes subdimensiones:

**Desarrollo de Proveedores:** La empresa debe diseñar políticas orientadas a asegurar los términos de contratación, de tal forma de velar porque no se apliquen exigencias desmedidas, que pueden a la larga poner en riesgo la sustentabilidad de pequeñas empresas, y de las relaciones que con ellas se mantienen.

**Encadenamiento Productivo:** Acá se consideran las políticas que han sido diseñadas e implementadas por la empresa tendientes a generar compromisos y acuerdos comerciales con empresas locales, tomando en cuenta las características particulares de su realidad.

**Derechos Humanos:** En esta subdimensión se incluyen aquellos mecanismos que ha desarrollado la empresa, tendientes a regular las condiciones de contratación y de trabajo, considerando la elaboración de códigos y normas para cumplir con este objetivo.

#### **IV. Consumidores**

Esta dimensión se refiere a la relación que la empresa mantiene con sus consumidores. Esto involucra las prácticas relativas, así como las políticas y sistemas construidos para lograr la fidelidad del cliente, y su bienestar. La empresa debe preocuparse de mantener un feedback constante, y habilitar por tanto canales de comunicación abiertos para recibir consultas, demandas, y comentarios, así como implementar sistemas de resolución de conflictos a través de los cuales éstos se tramiten.

Dentro de esta dimensión se consideran las siguientes subdimensiones:

**Relación con los consumidores:** Esto está estrechamente asociado a los términos bajo los cuales la empresa establece su vinculación con los consumidores. Acá se considera, la definición de mecanismos de comunicación que permitan un diálogo fluido y una retroalimentación desde este grupo de interés. Y además el diseño de sistemas acordes a la realidad de la empresa, a través de los cuales sea posible resolver situaciones de conflicto.

**Política Publicitaria:** Tiene relación con las características de la política publicitaria de la empresa, y concretamente con su regulación dentro de un marco ético que resguarde el sentido de las mismas, así como sus objetivos.

**Conocimiento de Daños Potenciales:** Esta asociada al trabajo desarrollado por la empresa para velar por las condiciones de seguridad de sus consumidores. Esto implica la implementación de políticas y sistemas que permitan el perfeccionamiento continuo de los procesos y los productos, y por tanto, la investigación, innovación y aprendizajes que se adquieren.

#### **V. Comunidad**

Esta dimensión considera en primer lugar, el diseño de una estrategia de relación con los grupos de interés, y en este sentido las políticas orientadas a resguardar la calidad de la interacción, y su sustentabilidad en el tiempo.

Por otra parte, la empresa debe definir su rol con los grupos desfavorecidos que integran la comunidad, y el establecimiento de un plan de acción que aborde las demandas que ellos plantean.

Dentro de esta dimensión se consideran las siguientes subdimensiones:

**Vinculación con la Comunidad:** Acá se considera el establecimiento de una política de relación con la comunidad a partir de un conocimiento adecuado de la misma. La empresa debe desarrollar políticas y medidas orientadas a estudiar las características particulares de la comunidad donde opera, diagnósticos tendientes a identificar actores claves, características sociodemográficas, impactos positivos y negativos, debilidades y fortalezas de su relación.

**Inversión Social:** Esto implica la formulación de una política de acción con la comunidad que va más allá de la filantropía tradicional, desarrollando por tanto proyectos sociales en donde exista un uso estratégico y focalizado de los recursos. La empresa debe identificar, aquellas áreas

prioritarias sobre las cuales desea actuar, y a partir de esto establecer mecanismos de gestión que hagan posible la implementación de iniciativas en las cuales se considere y evalúe el Impacto Social, Impacto Económico, Sustentabilidad y Empoderamiento de las mismas.

**Voluntariado Corporativo:** Aquí se consideran las políticas de voluntariado corporativo, en la cual se busque estimular la participación de los trabajadores en iniciativas sociales, considerando la implementación de programas de capacitación dirigidos hacia ellos, así como facilidades y recursos otorgados por la empresa para el desarrollo de iniciativas de este tipo.

### **VII Relaciones Trisectoriales:**

Las empresas mantienen interacciones con organizaciones de la sociedad civil, el Estado, y otras empresas por tanto es necesario que definan medidas tendientes a regular y facilitar las relaciones entre ellas.

La empresa debe definir una política de relación con el Estado, estableciendo personas responsables de las mismas, y mecanismos de diálogo orientados a la construcción de relaciones de confianza y cooperación.

Por otra parte, esta subdimensión se refiere a la política de vinculación que la empresa ha formulado respecto de las organizaciones de la sociedad civil. Además de su contribución al desarrollo de políticas públicas a través de proyectos con el Estado y sus representantes.

### **VI. Medioambiente:**

La dimensión Medio Ambiente tiene que ver con todas las prácticas de las distintas empresas que generan algún tipo de impacto ambiental, entiéndase por esto, consumo de energía, agua, niveles de CO<sub>2</sub>, ambientes limpios de trabajo, medición de la huella de carbono y agua, etc.

Un impacto ambiental no es necesariamente inmediato, ni deja secuelas evidentes, así como tampoco debe estar vinculado sólo con ciertos sectores productivos sino que con todo tipo de actividad. Esto hace necesario comenzar a internalizar los impactos diarios que las organizaciones realizan y como se pueden ir paliando de diversas formas.

**Actitud Proactiva frente a exigencias Medioambientales:** Aquí se considera la promoción y adopción por parte de la empresa de normas y estándares ambientales de primer nivel, que van más allá de la regulación existente.

**Sistemas de Gestión:** Esta subdimensión está asociada a la implementación de una estrategia de gestión de los impactos sobre el medioambiente. Esto contempla, la definición de los responsables en esta materia, la puesta en marcha de sistemas gestión, y la evaluación de la gestión, para analizar los resultados y avances.

**Prácticas Ambientales:** La empresa debe promover prácticas orientadas a la protección del medioambiente, considerando las iniciativas desarrolladas en materia de uso eficiente de agua y energía, prácticas de reciclaje, y prácticas para mejorar la calidad del aire.

En esta subdimensión también se ha referenciado a los requerimientos planteados a los proveedores en materia medioambiental a lo largo de todo el proceso de vinculación, contemplando por tanto criterios ambientales en las etapas de selección, y de trabajo con ellos.

**Medioambiente y Comunidad:** La empresa debe preocuparse de los impactos que tiene sobre la comunidad, incorporando a la misma en sus decisiones medioambientales. Esto incluye la elaboración de sistemas de gestión de programas de educación orientados a la comunidad.

**Políticas de Reciclaje:** Esta política está orientada a promover e incentivar en el público externo e interno acciones de reciclaje y vinculadas a reducir, reutilizar y recuperar los bienes producidos y utilizados.

### **VIII Aprendizajes:**

Esta dimensión tiene que ver con las prácticas desarrolladas al interior de la empresa de tal forma de asegurar un aprendizaje en términos de RSE. Esto implica participar de instancias en las cuales sea posible compartir y adquirir conocimientos, como también realizar un seguimiento de las políticas y sistemas implementados de tal forma de contar con un cuerpo coherente de información y datos que sirva de registro, y sea de utilidad para toda aquella organización que quiera trabajar y avanzar en materia de RSE.

**Aprendizajes Internos:** La empresa debe sistematizar sus experiencias, de tal forma de contar con un registro que permita avanzar en el desarrollo de políticas y medidas de RSE. La empresa debe evaluar sus prácticas y políticas de RSE, de tal forma de ir apreciando sus progresos, e ir planteándose de acuerdo a éstos, nuevos desafíos fundados en la experticia alcanzada.

**Aprendizajes Externos:** La empresa debe generar y apoyar la existencia de espacios de discusión en los cuales sea posible compartir experiencias, y aprender de las iniciativas de otras empresas u organizaciones. Esto implica generar los mecanismos adecuados para que el personal se capacite, dándole las facilidades para asistir a eventos, reuniones, seminarios, entre otros eventos de este tipo.

## Glosario

Dimensión Económica	Valores y Coherencia	Código de Ética
		Transparencia en Informes Contables
		Relaciones Leales con la Competencia
		Política de Corrupción
	Público interno	Política de Seguridad e Higiene
		Políticas de Salud
		Política de Previsión
		Política de Beneficios
		Política de Capacitación
		Política de Contratación
		Política de Clima Laboral
		Política de Vida Saludable
	Proveedores	Política de Conciliación
		Desarrollo de Proveedores
	Consumidores	Encadenamiento Productivo
		Política de Relación con Consumidores
Política publicitaria		
	Conocimiento de Daños Potenciales	

Dimensión Social	Valores y Coherencia	Reportes de Sustentabilidad
		Gobierno Corporativo
		Diálogo con los Públicos de Interés
	Público interno	Política de No Discriminación
		Política de Inclusión Igualitaria
		Política de Prevención y Sanción del Acoso
		Política con los Sindicatos
	Proveedores	Derechos Humanos
	Comunidad	Vinculación con la Comunidad
		Inversión Social
		Voluntariado Corporativo
	Relaciones Tri sectoriales	Relaciones Tri sectoriales

Dimensión Ambiental	Medioambiente	Actitud Proactiva
		Sistemas de Gestión
		Prácticas Ambientales
		Medioambiente y Comunidad
		Políticas de Reciclaje

Dimensiones y subdimensiones:

