



Cuarto ranking de RSE
PROhumana - Capital

SUMANDO ADEPTOS

- Con una mayor participación de compañías de menor tamaño, la Responsabilidad Social Empresarial dejó de ser un tema propio de "las grandes". Este año fueron 60 las inscritas, y en todas destacó el interés por ser parte de esta nueva forma de entender el negocio y nutrirse del proceso de aprendizaje que conlleva participar en el ranking.
- Alrededor de 14 mil encuestas de público interno arrojaron interesantes conclusiones: quienes mejor evalúan a su empresa son los grupos jóvenes, de menor nivel educacional y menor antigüedad laboral.
- Temas como el voluntariado corporativo y la vinculación con la comunidad siguen siendo desafíos pendientes. Mientras, otros como la inclusión igualitaria y la conciliación vida laboral-familiar asoman con una positiva evaluación.



Junto con aumentar el número de empresas interesadas en participar, el último ranking de las compañías más responsables socialmente –realizado por Fundación PROhumana- demuestra un mayor compromiso con este tipo de políticas y prácticas, tanto a nivel de la administración como entre los mismos empleados. Por Carmen Paz Calvo.

Cada vez más RESPONSABLES

Ya suman cuatro versiones en total y, en cada una de ellas, las conclusiones que arroja el estudio del ranking de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) –realizado por Fundación PROhumana, con el apoyo de Revista Capital y el patrocinio de la Confederación de la Producción y el Comercio– han sido sumamente reveladoras.

Es así como este 2008, además de la buena convocatoria obtenida, PROhumana destaca el mayor compromiso asumido por parte de las empresas, que se vio reflejado, por ejemplo, en la alta tasa de repuesta que arrojaron las encuestas de público interno.

Y es que gran parte del desempeño de las compañías se mide a través de preguntas cuantificables –que se formulan tanto a la administración como a los empleados–; en anteriores

ocasiones solían registrarse algunos inconvenientes, en términos de plazos de entrega y envío de muestras nulas. Esta vez no hubo mayores problemas en ese sentido. Un cambio “de conducta” que demuestra una mayor sensibilización y un mejor manejo de este tipo de temas; especialmente, en lo que dice relación con la participación de los trabajadores.

En esa misma línea, y respecto de los ejecutivos a cargo de responsabilidad social en las empresas, se visualiza también un mayor “empoderamiento” para enfrentar la evaluación. Ello, debido a que el ranking cada año es más exigente a la hora de evaluar y solicita más elementos verificadores –gracias a lo cual se ha podido constatar una mayor formalización de las políticas y prácticas–, y a un mayor nivel de complejidad en las preguntas –que ha incentivado a responder las encuestas “en equipo”, en lugar de ser una sola persona la encargada–.

Con la presencia de empresas ya experimentadas en estas lides –y otras que recién debutaron en esta versión–, PROhumana subraya lo amplio y variado del conjunto de firmas presentes, lo cual se manifiesta tanto en la diversidad de rubros como en el tamaño de las mismas.

En total, fueron 60 las empresas inscritas, que entregaron más de 14 mil encuestas de público interno, representando a un universo de alrededor de 140 mil trabajadores. Hay que destacar que esta vez participaron más empresas de menor tamaño, lo que confirma la tesis de que la RSE dejó de ser un tema propio “de las grandes corporaciones”. Hoy, más allá de aparecer rankeadas en tal o cual lugar, las empresas quieren sumarse a esta nueva forma de gestionar el negocio y nutrirse de todo el proceso de aprendizaje que la participación del ranking implica.

La voz de las dimensiones

Tal como ha ocurrido desde los

inicios del ranking, las encuestas que cada empresa responde se relacionan con tres áreas, en concreto: social, económica y ambiental. Cada una de ellas tiene a su vez distintas subdimensiones, y es a partir de aquí que el análisis se torna más interesante y, al mismo tiempo, más claro en las definiciones.

Al contrario de lo que ocurrió en 2007, la evaluación general que hicieron los empleados registró una mejor ponderación en términos de puntaje; lo que, para Fundación PROhumana obedece a una mejor gestión en términos de RSE por parte de las empresas y a que los trabajadores van logrando un mayor conocimiento de las políticas y prácticas implementadas.

De hecho, hay ocasiones en que ni siquiera es tan relevante el número de nuevas iniciativas en curso –respecto a las vigentes en años anteriores–, pero sí ha podido observarse un mayor cuidado en términos de comunicarlas mejor a los empleados. Claro: si las prácticas son buenas, de seguro que al tomar conocimiento de su existencia cambia la percepción que se tiene de la propia empresa.

En lo referente a las dimensiones en particular, esta vez la económica nuevamente fue la que recibió mejor evaluación por parte de los trabajadores (cabe destacar que es la más relacionada con los factores que afectan al público interno). En este sentido, si bien las políticas previsionales aparecen con baja ponderación –sobre todo en personas mayores de 61 años–, aquellas que comprenden temas de salud asoman con buen puntaje. Esto es especialmente relevante, si se considera que diversos estudios indican que una de las mayores preocupaciones de los trabajadores chilenos es, precisamente, el sentirse desprotegidos en materias de salud, por lo que en este punto las empresas que destacan por ser social-

Con la presencia de empresas ya experimentadas en estas lides –y otras que recién debutaron en esta versión– PROhumana subraya lo amplio y variado del conjunto de firmas participantes.

mente responsables parecen estar haciendo bien las cosas.

Por su parte, las políticas de contratación, seguridad e higiene también emergen bien evaluadas, lo cual avala la teoría de que no es necesario contar con recursos económicos que permitan otorgar beneficios “tangibles” a los empleados, ya que los temas que más se valoran tienen que ver con normas y formas de trabajo, más que con algún tipo de regalo o incentivo.

Un aspecto interesante de analizar es el cambio en los patrones de respuesta de los trabajadores, ya que esta vez quienes mejor evalúan a su empresa son los grupos jóvenes, de menor nivel educacional (el año pasado, a la inversa, a mayor edad y mayor nivel educacional, mejores eran las calificaciones). Por otro lado, si consideramos la antigüedad de los empleados, es posible advertir que aquellos que llevan menos años en las compañías evalúan de mejor forma las políticas y prácticas implementadas. Esto, al igual que las dos variables anteriores, es opuesto a lo ocurrido en 2007.

En la dimensión social, tanto el voluntariado corporativo como la inversión social y la vinculación con la comunidad aparecen con bajos puntajes. Lo anterior sin duda que llama la atención, ya que en PROhumana sostienen

LAS EMPRESAS TOP EN RSE

1	BCO. SANTANDER
2	SHELL
3	MICROSOFT
4	HP
5	CHILECTRA
6	COCA-COLA
7	BCI
8	HUACHIPATO
9	ENDESA
10	CCU
11	D&S
12	ORIENTCOOP
13	BANCOESTADO MICRO
14	VNE
15	ACHS
16	MULTIEXPORT FOODS
17	MAR MAU
18	CMP
19	GERDAU AZA
20	MALL PLAZA

que antes de comenzar con el ranking de RSE –cuando estaban en etapa de estudio de casos– estas políticas eran por lejos las más notorias dentro de las empresas. Es posible que, a lo largo de estos años, el haber puesto énfasis en el desarrollo de las otras dimensiones haya mermado el tema social; o bien, que la masa trabajadora hoy esté más crítica frente a estos temas.

Otras aristas también relacionadas con esta última dimensión; entre ellas, las políticas de subcontratación y la relación con el gobierno corporativo, no asoman con buenas calificaciones; probablemente, por desconocimiento por parte de los trabajadores.

Comparando estos resultados con los obtenidos en 2007, observamos que las subdimensiones política de inclusión igualitaria –de la dimensión social–, y política de conciliación –de la dimensión económica–, son las que muestran la más alta variación positiva con respecto al ranking del año pasado. Es relevante que, al observar la variable sexo, son las mujeres quienes en “política de inclusión igualitaria” mayormente modifican su evaluación

COMO SE HIZO EL RANKING

Este ranking busca evaluar el desarrollo y la implementación de la RSE en las empresas desde la opinión de sus propios empleados, a través de la valoración, conocimiento y práctica que éstos tienen del desarrollo y gestión de la responsabilidad social de sus empleadores.

La evaluación contempla el desempeño económico, ambiental y social de las empresas participantes.

Se realizaron dos frentes de evaluación: el primero, la evaluación de una muestra representativa de trabajadores de la empresa, y el segundo, una autoevaluación de las políticas y programas de RSE de la empresa dirigida a la administración de ésta.

El proceso de convocatoria e inscripción se realizó entre enero y marzo de 2008, a través de una carta enviada en conjunto por CPC, Fundación PROhumana y Revista Capital a más de 1.000 empresas. También se invitó a participar mediante publicaciones en Capital.

Las empresas tuvieron un plazo de cinco semanas para contestar la encuesta. La aplicación de ésta se hizo de tres formas: 1) electrónica, los empleados de la empresa accedieron a la encuesta a través de un link que era distribuido y les permitía contestarla en línea; 2) en papel, los empleados de la empresa accedieron a la encuesta de manera física con un sobre en blanco, de manera que una vez contestada la encuesta ésta era entregada en el sobre y se podía preservar la confidencialidad de la información; y 3) mixta, los empleados que tenían acceso a computadores con Internet contestaron de manera electrónica, y aquellos que estaban en terreno lo hicieron de manera física.

La evaluación del Público Interno de RSE se realizó a través de una encuesta compuesta por 103 preguntas divididas en cinco áreas: desempeño ambiental (17 preguntas), desempeño económico (45 preguntas), desempeño social (36 preguntas), valoración de la RSE (4 preguntas) y concepto de RSE (1 pregunta de selección múltiple con 15 alternativas de respuesta).

Se estableció una muestra aleatoria de empleados con un intervalo de confianza del 5% respecto al universo del total de trabajadores contratados por la empresa. Respondió a la encuesta un

total de 14.273 empleados, que representan un universo muestral de 143.472 empleados.

La autoevaluación de las políticas y programas de RSE, realizada por los ejecutivos líderes en la gestión de RSE de la empresa, estuvo basada en una encuesta de 98 preguntas, de las cuales 10 corresponden a preguntas dicotómicas sobre aspectos generales de la gestión de RSE, y 88 afirmaciones de desempeño divididas al igual que la encuesta del público interno en las dimensiones ambiental, económico y social. Cada una de las 98 preguntas debía justificarse enviando los elementos verificadores que eran solicitados en el mismo cuestionario. El no envío de los elementos verificadores significaba la puntuación mínima en esa pregunta.

Con relación a las preguntas de ambos instrumentos, éstas se elaboraron en formato de afirmaciones acerca de la estrategia de RSE. Cada afirmación debía ser evaluada en una escala de 1 al 5, donde 1 equivale a "No describe en absoluto la situación de la empresa", y 5 a "Describe totalmente la situación de la empresa".

Ambos instrumentos fueron analizados separadamente, lo que permitió establecer un puntaje para las políticas y programas de RSE de las empresas y otro, para la evaluación del público interno de la RSE.

Las puntuaciones obtenidas en ambos instrumentos por cada empresa fueron identificadas como posiciones en un gráfico de puntos. Este campo de posiciones permitió discriminar el grado de desarrollo de la RSE en las empresas, tomando en cuenta simultáneamente ambos instrumentos.

Este año se incorporó a la evaluación un ítem de preguntas que permitieran al evaluador identificar el grado de presencia, consistencia e innovación de las políticas y programas de RSE desarrolladas por las empresas, buscando la coherencia e innovación entre lo que se plantea y las formas en que se realiza.

Por último, es importante recalcar que la construcción del instrumento del ranking es un proceso de aprendizaje y mejora continua, en el que se busca incrementar la capacidad de éste de discriminar e identificar la existencia de políticas y prácticas integrales de RSE en la empresa.

De un total de 60 empresas inscritas, además de las 20 destacadas en el ranking, participaron también **:

- Cam
- Codelco División Norte
- Compañía General de Electricidad S.A.
- Compañía Minera Doña Inés de Collahuasi
- Cooperativa de ahorro y crédito Coopeuch
- Edelmag
- Empresa de Servicios Sanitarios de Los Lagos S.A.
- Entel
- Foodcorp
- Natura
- Oxford S.A.
- Sony Chile Ltda.
- Viña Morandé

**Empresas ordenadas por orden alfabético. Otras siete compañías participantes prefirieron mantener la reserva de sus nombres.

en términos positivos, mientras que en las preguntas de "conciliación de vida laboral, personal y familiar", son los hombres quienes manifiestan una mayor diferencia a favor.

Finalmente, la dimensión ambiental recibe una idéntica evaluación a la social, con respuestas que por lo general fluctúan en el centro; es decir, no resultan ni tan críticas ni tan complacientes. Aquí, la percepción es que las empresas tienen una actitud proactiva respecto de la legislación—esto es, se apegan estrictamente a la ley—, pero no generan políticas medioambientales por iniciativa propia. ☐



El perfil de las ganadoras

	Nombre de la empresa y principales ejecutivos	Origen y rubro	Nº de trabajadores	Reporte de Sustentabilidad
1	Banco Santander Presidente: Mauricio Larraín Gerente General: Oscar Von Chrismar	Empresa nacional de capitales extranjeros Servicios financieros	9.174	Memoria de Responsabilidad Sostenibilidad, 2007, elaborada en conformidad con las directrices del GRI.
2	Shell Chile Country Chairman: Rodrigo Infante	Subsidiaria extranjera Productos derivados del petróleo	450	Reporte de Sustentabilidad 2006, elaborado mediante la adopción gradual de las directrices del GRI.
3	Microsoft Chile Gerente General: Hernán Orellana	Subsidiaria extranjera Promoción y comercialización de software	98	Reporte de Ciudadanía, 2007. Elaborado en conformidad con las directrices de GRI.
4	Hewlett Packard Chile Gerente General: Edgar Witt Gebert	Subsidiaria extranjera Tecnologías de la Información	235	No tiene a nivel nacional. Global Citizenship Report, elaborada en conformidad con las directrices del GRI.
5	Chilectra Presidente: Jorge Rosenblut Ratnoff Gerente General: Rafael López Rueda	Subsidiaria extranjera Distribución de energía eléctrica	711	Informe de Sostenibilidad 2007, elaborado en conformidad con las directrices del GRI.
6	Coca-Cola de Chile Gerente General: Gonzalo Iglesias	Subsidiaria extranjera Ind. de alimentos y bebidas	100	No cuentan con reporte a nivel nacional. Reporte de Sustentabilidad a nivel mundial.
7	BCI Presidente: Luis Enrique Yarur Rey Gerente General: Lionel Olavarría Leyton	Nacional Servicios financieros	6.307	Reporte de Sustentabilidad 2007, elaborado en conformidad con las directrices del GRI.
8	Compañía Siderúrgica Huachipato Presidente: Jaime Charles Coddou Gerente General: Iván Flores Klesse	Nacional Industrial	2.439	Informe de Responsabilidad Social y Ambiental 2007.
9	Endesa Chile Presidente: Mario Valcarce Gerente General: Rafael Mateo Alcalá	Subsidiaria extranjera Eléctrico	538	Informe de Sostenibilidad 2007, elaborado en conformidad con las directrices del GRI.
10	CCU Presidente: Guillermo Luksic C. Gerente General: Patricio Jottar N.	Nacional Ind. de alimentos y bebidas	398	Reporte de Sustentabilidad 2007, elaborado en conformidad con las directrices del GRI.
11	Líder Presidente: Felipe Ibáñez Gerente General D&S Retail: Silvio Rostagno Gerente General: Enrique Ostalé	Nacional Retail	34.671	Reporte de Responsabilidad Social Empresarial 2006. El Reporte de Sustentabilidad de Líder está elaborado mediante la adopción gradual de las directrices del GRI.
12	Oriencoop Presidente Consejo Adm.: Roberto Lara Gerente General: Nelson Jofré Zamorano	Nacional Servicios financieros	317	No cuenta con Reporte de Sustentabilidad.
13	BancoEstado Microempresas Presidente Directorio: Arnaldo Courard Gerente General: Soledad Ovando	Nacional Servicios financieros	900	Reporte de Sustentabilidad BancoEstado, elaborado en conformidad con las directrices del GRI.
14	Autopista Vespucio Norte Gerente General: Antonino Castellucci	Empresa nac. de capitales extranjeros Autopistas- Infraestructura	159	Reporte de Sustentabilidad 2007, elaborado en conformidad con las directrices del GRI.
15	ACHS Presidente: Eugenio Heiremans Gerente General: Eduardo Undurraga	Nacional Mutual	3.556	Reporte de Sustentabilidad 2006, elaborado en conformidad con las directrices del GRI.
16	Multiexport Foods Presidente Ejecutivo: José Ramón Gutiérrez Gerente Corporativo: Arturo Clément D. Gerente General: Andrés Lyon L.	Nacional Sector acuícola, salmonera	1.900	Reporte Sustentabilidad 2007, elaborado en conformidad con las directrices del GRI.
17	Sociedad Mar Mau Gerente General: Marcelo Calderón P.	Nacional Sector acuícola	326	No cuentan con Reporte de Sustentabilidad.
18	Compañía Minera del Pacífico Gerente General: Erick Weber Paulus Presidente Directorio: Jaime Charles Coddou	Nacional Minería	1.023	Informe Responsabilidad Social y Ambiental 2007.
19	Gerdau AZA Gerente General: Hermann von Mühlbrock	Subsidiaria extranjera Industrial	512	Reporte de Sustentabilidad, 2006, elaborado en conformidad con las directrices del GRI.
20	Mall Plaza Presidente Directorio: Sergio Cardone S. Vicepresidente Ejecutivo: Fernando de Peña.	Nacional Retail	298	Reporte de Sustentabilidad, 2006, elaborado en conformidad con las directrices del GRI.

Cargo dedicado a RSE**Premios en RSE**

Directora de Comunicaciones y RSE: Elke Schwarz • **Directora de Responsabilidad Social Corporativa:** María Cristina Marcet

Premio Iberoamericano de la Calidad y Excelencia en la gestión, Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad, Fundibeq, Año 2007 (lugar nº 1) • Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2007 (lugar nº 9) • Ranking "Los Bancos Latinoamericanos con Mejores Políticas Éticas, Gobierno Corporativo, Sustentabilidad y Responsabilidad Social, Latin Finance y consultora Management & Excellence (lugar nº 3) • Premio "Mejor Compañía para Madres & Padres que Trabajan", Fundación Chile Unido y Revista YA de El Mercurio. Año 2007 (lugar nº 4).

Social Investment LA South: Verónica Staniscia • **Business & Corporate Communications:** Claudia Hoyos

Premio Buenas Prácticas "Chile Somos Todos" y Calidad de Servicio, 1998 (Lugar nº 1).

Gerente de Comunicaciones: Martín Karich

Distinción al proyecto "Red de Profesores Innovadores", Cámara Chileno Norteamericana de Comercio (Amcham), año 2007 • Distinción al proyecto "Jóvenes sin Límites", Sello Bicentenario, año 2006 • Ranking "Las empresas más responsables socialmente en Chile, 2006", Fundación PROhumana y Revista Capital, (lugar nº 4).

Gerente de Marketing Corporativo: Axel Heilenkotter

Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2007 (lugar nº 1) • Premio "Mejor Compañía para Madres & Padres que Trabajan", Fundación Chile Unido y Revista YA de El Mercurio (lugar nº 2) • Great Place to Work Chile, Revista Capital y Great Place to Work Institute, año 2007 (lugar nº 4).

Gerente de Sostenibilidad y Soporte al negocio de Distribución: Jean Paul Zalaquett • **Jefa Comunicaciones Internas y RSE:** Mónica Artola

Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2007 (lugar nº 13) • Premio AVONNI 2007 • Ranking diario La Segunda, "Medición de transparencia", Año 2007 (lugar nº 16) y preocupación por el medioambiente • Ranking Diario La Segunda "Preocupación por el medioambiente", Año 2007 (lugar nº 15) • Premio ACHS, como una de las empresas con índices más bajos de accidentabilidad en el país. Año 2007.

Gerente Asuntos Públicos y Comunicaciones: Ernesto Escobar

Ranking "Las Mejores Empresas para Trabajar en Chile", Great Place to Work Institute y Revista Capital, año 2002 al 2007 (lugar nº 1) • "Empresas Más Admiradas (DF+PWC)", Sondeo de opinión aplicados a líderes de opinión. Años 2002 a 2007 (lugar nº 4) • Encuesta MORI "Ranking de Responsabilidad Social Corporativa", Años: 2003 a 2008 (lugar nº 2) • Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2007 (lugar nº 2).

Gerente de Comunicaciones y RSE: Marcela Bravo • **Subgerente de RSE:** Paola Alvano C.

Premio Empresa del Año, Chile US, Chamber of Commerce (Miami) • Ranking "Las Mejores Empresas para Trabajar en Chile", Great Place to Work Institute y Revista Capital (lugar nº 2) • Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2007 (lugar nº 8).

Gerente de Administración y RRHH: Arturo Aguayo • **Jefe Desarrollo Capacitación y Asuntos Corporativos:** Joel Pesaur Moraga

Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2007 (lugar nº 14) • Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2006 (lugar nº 12) • Reconocimiento "Primera feria de Minimización de Residuos", MIM. Año 2007.

Gerente de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible: Wilfredo Jara

Premio "Responsabilidad Social Empresaria e Innovación Tecnológica de CIGRE", año 2007 • Ranking IR Global sobre "Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo" Año 2006 • Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2007 (lugar nº 6) • Premio "Mejor Compañía para Madres & Padres que Trabajan", Fundación Chile Unido y Revista YA de El Mercurio. Año 2007 (lugar nº 8).

Gerente de Asuntos Corporativos: Marisol Bravo

Encuesta "Empresas Más Admiradas" Diario Financiero y Pricewaterhouse Coopers, año 2007 (lugar nº 6) • Ranking "Reputación Corporativa", Diario la Tercera y Hill & Knowlton Captiva, año 2007 (Lugar nº 8) • Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2006 (lugar nº 8).

Gerencia de Responsabilidad Empresarial D&S: Juan Pablo Orellana

Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2007 (lugar nº 15) • Ranking "Las Mejores Empresas para Trabajar en Chile", Great Place to Work Institute y Revista Capital, año 2007 (lugar nº 28).

Jefe Unidad Responsabilidad Social Corporativa: Guido Henríquez Jaque

Reconocimiento Diario El Centro por Empresa Más Destacada en la Región del Maule, año 2007 • Reconocimiento CONACE "Preocupación por sus funcionarios y Trabajar con calidad de vida", año 2007 • "Premio a la Transparencia de la Información en Microfinanzas en América Latina y El Caribe", Revista Microempresa Américas y Microfinance Information Exchange, año 2006, (lugar nº 5) • Premio "Perspectiva de Género", otorgado por el SENCE, año 2007 (lugar nº 1).

Jefa de Área de RSE: Paula Sánchez
Analista de RSE: Claudia López, Andrea Marcel

Premio Asia Pacífico a la Calidad "Mejores Empresas para Trabajar en Chile", 2007 (Lugar nº 3) • Premio "Mejor Compañía para Madres & Padres que Trabajan", Fundación Chile Unido y Revista YA de El Mercurio. Año 2007 (lugar nº 1).

Jefe Depto. Desarrollo de Personas: Jaime Fariás

Premio "Abrazo de Maipú", Municipalidad de Maipú, año 2006 • Premio Nacional de "Seguridad Vial" (mejor campaña educativa realizada en colegios), Carabineros de Chile, año 2006.

Gerencia de Asuntos Corporativos: Angel Mancilla • **Directora de Relaciones Institucionales:** Gina Ocqueteau

"Las Empresas con Mejor Reputación Corporativa según Global RepTrackPulse Report". Año 2007, (lugar nº 6) • Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2007 (lugar nº 10) • Encuesta Mori "Ranking de Responsabilidad Social Corporativa", año 2007 (lugar nº 7) • Premiación "Buen Ciudadano Empresarial", Empresa acogedora para padres y madres que trabajan, (lugar nº 7).

Jefe de Asuntos Corporativos: Ana María Ramírez

Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2007 (lugar nº 7) • Finalista del premio Carlos Vial Espantoso, año 2007.

Gerente Recursos Humanos: Claudia Reyes Melo

Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2006 (lugar nº 6).

Gerencia de Personas y Asuntos Corporativos: Germán Amiot

Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2007 (lugar nº 11) • Finalista del premio Carlos Vial Espantoso, año 2007 • Premio "Comité Paritario de Higiene y Seguridad Sobresaliente", año 2006.

Jefe de Desarrollo Sostenible: Alex Ramos

Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2007 (lugar nº 4) • Premio Carlos Vial Espantoso. Año 2007 (lugar nº 1) • Great Place to Work, "Mejores Empresas para Trabajar en Chile", año 2007 (lugar nº 10).

Gerente de Planificación y Control de Gestión: Jaime Riesco

Premio de la CONAMA por recuperación del borde costero de Antofagasta • Premio FONADIS en el día nacional de la Discapacidad • Ranking "Las Empresas más Responsables Socialmente en Chile", Fundación PROhumana y Revista Capital, año 2007 (lugar nº 12).



1er Lugar: Banco Santander

Con el convencimiento absoluto de que un liderazgo en el mercado financiero pasa necesariamente por la inversión en el desarrollo económico y social del país, el Banco Santander ha impulsado importantes programas -por medio de alianzas con instituciones sociales, educativas y culturales de reconocido prestigio-, con acciones focalizadas estratégicamente y proyectos sólidamente estructurados. Sólo así, aseguran, se

LA RSE COMIENZA POR CASA

Con numerosas iniciativas enfocadas a reducir la pobreza, fomentar el empleo y desarrollar las capacidades de las personas, en esta institución la RSE se promueve y se vive tanto adentro como hacia afuera.

logra un mayor impacto y efectividad, y se realiza un aporte concreto y de largo plazo en la sociedad.

“La RSE se imparte de manera interna y externa, ya que la gestión de recursos humanos genera personas motivadas, con perspectivas de desarrollo, capacitadas, participativas, y que -por medio de un equilibrio entre la vida laboral y la familiar- obtienen un desempeño de excelencia. Ello se complementa y se refleja en las gestiones de Responsabilidad Social Corporativa que



se desarrollan con y para la sociedad”, sostiene Mauricio Larraín, presidente de Banco Santander.

Para graficar lo anterior, cabe mencionar que la institución lleva a cabo una serie de programas enfocados a reducir la pobreza, fomentar el empleo y desarrollar las capacidades de las personas. Aquí, una de las principales iniciativas se materializa a través del trabajo con Un Techo para Chile. “Esta contribución lleva nueve años, y se ha instalado como un proyecto transversal dentro la organi-

zación, ya que más de 500 funcionarios participan en todo el país como voluntarios para la construcción de viviendas, a lo cual se suman también aportes de fondos propios específicos para esta labor. Además, todos los años realizamos una campaña de marketing social destinada a recabar donaciones de clientes, proveedores y empleados, que durante 2007 permitió colaborar con 3.867 mediaguas, gracias a la recaudación de 1.160 millones de pesos”, agrega Larraín.

Otras alianzas -como la que tienen

CLAVE

Buscan crear valor para la sociedad, objetivo para el cual Banco Santander cuenta con un equipo de 9.174 personas que, a través de la motivación del talento, generan un mejor entorno para trabajar y promueven instancias de apoyo y colaboración social.

con la Fundación Belén Educa, para potenciar la educación en comunas de escasos recursos-, y programas como Computadores para la Comunidad -donde intentan ayudar a disminuir la brecha digital- se enmarcan también en el fuerte énfasis social de su gestión de RSE.

Todos comprometidos

A juicio del ejecutivo, los funcionarios del banco valoran el hecho de trabajar en una institución que está preocupada tanto de su bienestar como del entorno, que ve los problemas o carencias de la sociedad y que trata de hacer un aporte por medio de medidas y acciones concretas. Por otra parte, destaca también el hecho de que dentro del Grupo Santander existe una tendencia a la integración, que se refleja en el trabajo de voluntariado y la gran cantidad de socios nuevos que nacen de los mismos funcionarios.

“Cada persona es distinta y, por lo mismo, el banco ofrece diferentes maneras de colaborar, desde algo tan sutil como el uso eficiente de los recursos o la donación monetaria, hasta el trabajo de voluntariado en la construcción de mediaguas o el reforzamiento escolar a niños. Creo que el abrir opciones para hacer un aporte a la sociedad es valorado por los mismos trabajadores”, agrega Larraín.



2° Lugar: Shell Chile



CLAVE

Hay que saber adaptar lo global a lo local, pero también recoger los aspectos locales que resultan relevantes.

la sociedad civil- y gestión del negocio -en la generación de ganancias-", asegura Rodrigo Infante, *country chairman* de Shell Chile.

Y si bien es primera vez que participen en este ranking, el segundo lugar obtenido es prueba suficiente de que las cosas se están haciendo bien. Es que los principios de desarrollo sustentable guían a la compañía desde mucho antes de que el término fuera conocido y relacionado con gestión de RSE. De hecho, la idea de "hacerse medir" desde afuera, para saber cómo estaban posicionados dentro del país, fue precisamente lo que los motivó a participar.

"La implementación de este tipo de prácticas es algo muy natural para nosotros, pero sería arrogante decir que en Shell ya sabemos todo lo que hay que hacer. Es que aun cuando sigamos lineamientos generales, siempre podemos ir mejorando aspectos en los lugares donde estamos trabajando; es decir, hay que saber adaptar lo global a lo local, pero también recoger lo local que resulta relevante", puntualiza el ejecutivo.

Entre las iniciativas más valoradas por su público interno destaca el hecho de que todas las políticas implican un beneficio directo o indirecto para ellos: trabajo en ambientes seguros, políticas de diversidad e inclusión, código de ética que guía las acciones, entrenamientos y seminarios específicos para el personal, y el respeto y sentido de pertenecer a un grupo profesional y humano "en el que lo importante continúa siendo la gente".

A futuro, Infante asegura que el gran desafío está en generar alianzas de crecimiento en conjunto y formar redes entre todas las empresas que han crecido, formado y transformado el modelo de gestión de RSE desde sus inicios, "cuando para muchos sólo significaba trabajar en filantropía o hablar de relaciones con la comunidad cercana".

Sostienen en Shell Chile que el trabajo en materia de Responsabilidad Social Empresarial se refleja tanto con sus empleados, contratistas y proveedores, como con la comunidad entera; sin olvidar, claro está, la lógica de su existencia como compañía: generar ganancias para sus accionistas. "El compromiso está dado por llevar a cabo este ejercicio con la certeza de contar con indicadores y parámetros que regulen nuestra labor en los tres pilares que integran la política base de la empresa: medioambiente -cuidado de los recursos naturales-, comunidad -programas de inversión social junto a organizaciones de

EN EL ADN DE LA COMPAÑÍA

Si bien es primera vez que participan en este ranking, el segundo lugar obtenido es prueba suficiente de que las cosas se están haciendo bien.



3^{er} Lugar: Microsoft

Como una gran oportunidad, que a la vez implica una verdadera obligación, visualizan en Microsoft Chile el tema de la Responsabilidad Social Empresarial. Y es que de acuerdo a su visión, si bien las actuales tecnologías de información juegan un rol fundamental en el desarrollo de las sociedades, también son generadoras de grandes brechas en términos culturales.

“Nuestra actividad está muy relacionada con el desarrollo del país y de la sociedad. Sin embargo, uno de los aspectos negativos que esto conlleva es que hay grupos de personas que todavía están desposeídos en este ámbito, por lo que nosotros hemos asumido la responsabilidad de incorporarlos y capacitarlos”, asegura Hernán Orellana, gerente general de Microsoft Chile.

Probablemente, es en el caso de esta empresa donde la idea de que la RSE es parte integral del negocio se torna más evidente. De hecho, Orellana explica que en la medida en que existan más personas capaces de ocupar sus herramientas, serán cada vez mejores sus expectativas de negocio a largo plazo. Sin duda, una visión estratégica que podría resumirse

AQUI TODOS GANAN

Con una visión estratégica de largo plazo, en esta empresa apuestan por la inclusión y educación digital de toda la comunidad.

con el concepto *win-win*: gana la sociedad y gana Microsoft.

Entre las iniciativas que más llaman la atención están las relacionadas con el combate al desempleo juvenil, mediante el programa Jóvenes Sin Límites, que ya ha capacitado a 10 mil jóvenes con cursos que, incluso, entregan una certificación internacional. También cuentan con una Red de Profesores Innovadores, cuyo objetivo es que los docentes incorporen herramientas de software en su quehacer cotidiano. Pero sin duda uno de los proyectos más ambiciosos es el de transformar el Liceo Erasmo Escala de Peñalolén en una escuela que, de acá a cinco años, logre desarrollar las competencias necesarias del siglo XXI.

Otro pilar importante en la estra-

CLAVE

Inclusión digital y educación y liderazgo responsable son los principales pilares en la estrategia de esta compañía.

tegia de esta compañía es el liderazgo responsable, en el que Microsoft asume como empresa la tarea de minimizar los impactos negativos que las tecnologías de información conllevan -entre ellos, la pedofilia y la pornografía infantil-, para lo cual trabajan codo a codo junto a la Policía de Investigaciones, el Sename y el Ministerio Público, advirtiendo acerca de los riesgos que los niños corren cuando navegan en la web.

A nivel ambiental, las políticas son más bien globales, y tienen que ver, por ejemplo, con la eliminación de todo tipo de materiales que no sean reciclables, y disminuir todos los elementos físicos asociados a sus productos -de hecho, las licencias de software se bajan por Internet, y ya no se venden en cajas-.



4° Lugar:
HP Chile

Para los de HP, la Responsabilidad Social Empresarial no es algo nuevo. De hecho, muchas de las políticas y prácticas que hoy se entienden como tal acompañan a la compañía desde sus inicios.

No por nada el año pasado debutaron con el primer lugar en este mismo ranking, y esta vez siguen estando dentro de los mejores. ¿La razón? De seguro que el amplio concepto de Ciudadanía Global tiene mucho que ver, ya que involucra aspectos como privacidad -en especial, de todo lo que dice relación con los clientes-; comunicaciones -por ejemplo, informar responsablemente las

CONVENCIDOS Y JUGADOS

Más allá de las prácticas concretas, en esta compañía existe un verdadero convencimiento de que la RSE es parte inherente del negocio.

CLAVE

Bajo el concepto de Ciudadanía Global, en HP promueven una visión integral de la RSE.

características de los productos que ofrecen-; ética y gobierno corporativo -cada empleado debe firmar junto a su contrato de trabajo un código de conducta que se compromete a cumplir-; liderazgo en política -donde intentan colaborar con los gobiernos para fomentar la innovación y el emprendimiento-; inclusión digital y educación -mediante la entrega de tecnología a instituciones de bajos recursos, con el objetivo de ayudar a disminuir la brecha digital-; involucramiento con la comunidad -incentivando la formación de grupos de voluntariado-; protección del medio ambiente -que comienza desde que se conciben los nuevos productos hasta el final de la cadena de uso de éstos-; y filantropía -en que por regla general las donaciones no son en dinero, sino en tecnologías que ayudan a mejorar la calidad de vida de las personas-.

Pero más allá de las prácticas concretas, en esta compañía existe una verdadera convicción de que la RSE es parte inherente del negocio. "Los empresarios deben convencerse de que esto no es algo aislado. Dar beneficios a los empleados no debe ser visto como un gasto, sino como un activo, porque el mejor negocio es que ellos estén contentos, ya que así resultan también más productivos. Incluso, esto se ve reflejado en que las empresas que son responsables socialmente tienen mayor capacidad de atraer y retener talentos", advierte Axel Heilenkötter, gerente de Marketing de HP.

Y si bien están conscientes de que ocupar los mejores lugares impone mayores responsabilidades y los obliga a estar constantemente innovando, en HP asumen el desafío con valentía y entusiasmo. "Ojalá que todos los años nos cueste estar dentro de los primeros del ranking, porque eso querría decir que cada vez son más las empresas embarcadas en esto y eso, evidentemente, derivaría en un bien social", asegura el ejecutivo.



“Como ciudadanos corporativos, nos gustaría ser considerados vecinos ejemplares en la comunidad donde estamos presentes. Que las personas nos reconozcan como un aporte a su calidad de vida, y como una empresa preocupada por el bienestar de las generaciones futuras”, sostiene Rafael López, gerente general de Chilectra.

Habituales ya dentro del ranking de RSE, el ejecutivo asegura que las políticas y prácticas de responsabilidad social están absolutamente incorporadas en el plan estratégico de la compañía, y se monitorean permanentemente en los distintos ámbitos de acción.

En términos de desempeño social, destaca el incremento de la inversión en beneficios para los trabajadores y un sistema gradual de regreso del periodo postnatal para las madres. En relación con la comunidad, han iluminado más de 150 multicanchas en la capital, que son utilizadas anualmente por más de un millón de personas para la práctica de deportes y actividades culturales y recreativas.

En lo ambiental –y conscientes de que

VECINOS RESPONSABLES
Entre las políticas y prácticas más valoradas por su público interno destacan las de cuidado al medioambiente y relación con la comunidad.

el cambio climático es un asunto que requiere una intervención urgente y amplia por parte de las empresas, gobiernos y ciudadanos-, desde 2005 han impulsado diferentes iniciativas. “Junto al Programa País de Eficiencia Energética estamos trabajando en promover el uso eficiente de la energía entre nuestros clientes. Desarrollamos la solución *Full Electric*, para que los edificios de departamentos utilicen la electricidad y contribuyan a disminuir las emisiones de CO₂ y la contaminación intra domiciliaria. Complementando esa alternativa, pusimos a disposición de nuestros clientes la tarifa Hogar Plus, que incentiva a desplazar los consumos desde las horas punta a las de menor demanda”, explica el ejecutivo.

Además, cabe mencionar que Chi-

CLAVE
Las políticas y prácticas de responsabilidad social están absolutamente incorporadas en el plan estratégico de la compañía, y se monitorean constantemente.

lectra fue una de las empresas pioneras en utilizar bolsas biodegradables en las cuentas de energía.

Seguramente es en relación a lo anterior que –de acuerdo a Rafael López- las prácticas que más valoran los empleados dentro de la empresa son las que se relacionan con el estar comprometidos con el cuidado del medio ambiente, y aquellas que se vinculan con la comunidad, como los Ciclos de Cine en las multicanchas iluminadas o la Copa Chilectra, en que participan más de 30 mil menores de la Región Metropolitana.

“A futuro, nos gustaría convertirnos en la mejor empresa de servicios del país, ser un referente de buenas prácticas de RSE y consolidar nuestro liderazgo en materia de eficiencia energética”, subraya López.



6° Lugar: Coca-Cola Chile

Como una "multinacional con pensamiento local" define a la compañía su gerente general en Chile, Gonzalo Iglesias. Recalca que esto se refleja en la vinculación profunda e histórica de los embotelladores dentro de las comunidades en que se desenvuelven. Hoy, Coca-Cola funda su estrategia en cinco pilares, de los cuales "la gente" y "el planeta" dan cuenta de la importancia que para la compañía revisten temas como el desarrollo, el respeto por el medio am-

PLANETARIAMENTE RESPONSABLE

Su estrategia se funda en cinco pilares, en que destacan las personas y el planeta.

biente y el equilibrio de los distintos aspectos de la vida de sus colaboradores.

"No vamos a crecer solos. Necesitamos de un entorno que se desarrolle para

CLAVE

Contribuir a un mundo mejor es parte de su RSE.

desarrollarnos nosotros, también", señala Iglesias.

Entre los hitos del trabajo de la empresa con la comunidad está la labor que realiza a través de la Fundación Coca-Cola, fundamentalmente en el área educación, definida como prioritaria: escuelas saludables que fomenten el deporte y la buena nutrición, becas para educación superior, laboratorios de física y química y talleres de lectoescritura, que han marcado una diferencia en el aprendizaje de muchos niños.

En el área ambiental, pretenden transformarse en una empresa "neutral"; esto es, capaz de compensar emisiones y consumos a través de aportes en distintos planos. Los proyectos ambientales incluyen iniciativas de ahorro energético, recuperación de aguas lluvias, reforestación y también el proyecto Empaque Sustentable, que busca minimizar los desechos y jugarse por el máximo de recuperación y reciclaje.



7° Lugar: BCI

"Tomando a la persona como el centro de su estrategia, BCI gestiona un programa completo y coherente que incluye a todos sus públicos objetivos- colaboradores, accionistas, clientes, proveedores y comunidad-", señala Marcela Bravo, gerente de Comunicaciones y RSE. Tanto así, que existe un equipo de mejora continua, con personas de distintas áreas, que busca sistematizar el trabajo en RSE para no dejar nada al azar.

"Nuestros colaboradores, su calidad

MARCANDO DIFERENCIAS

Con un equipo de mejora continua, integrado por personas de distintas áreas, sistematizan el trabajo en RSE para no dejar nada al azar.

de vida y su desarrollo, son nuestra primera responsabilidad," explica la ejecutiva, y para ejemplificarlo enumera la enorme cantidad

CLAVE

La RSE depende de todos y cada uno, es una manera de hacer las cosas e ir mejorando en forma continua y permanente.

de beneficios a los que pueden optar los 9.500 colaboradores. Entre ellos, el nuevo servicio Te quiero Protegido de asistencia telefónica legal, financiera y psicológica.

Empresa y colaboradores están comprometidos con una serie de iniciativas como la Corporación de Crédito al Menor, que mantiene y acoge a 80 niñas en situación irregular, y Fundación Las Rosas. Los trabajadores pueden destinar horas de tiempo en voluntariado con esas y otras iniciativas como Amigo Digital, para enseñar conocimientos básicos de computación a colaboradores que no han tenido la oportunidad.

En el área cultural, la empresa apoya a la orquesta de niños Nosedal y, en el plano ambiental, el énfasis está en fomentar el ahorro de energía, agua y papel. Con los ahorros resultantes de la campaña interna El Medio Ambiente está en Tus Manos se implementó un proyecto en el Parque Nacional Pan de Azúcar de conservación de su flora y fauna.



8º Lugar: Compañía Siderúrgica Huachipato

“Tenemos una tradición de compromiso con nuestros trabajadores, la comunidad y nuestro entorno, en un proceso de mejoramiento continuo”, afirma el gerente de Administración y Desarrollo Humano de la Compañía Siderúrgica Huachipato (CSH), Arturo Aguayo.

Desde sus orígenes, hace 60 años, la empresa incorporó espacios de desarro-

CLAVE

- El bienestar y la capacitación de sus trabajadores son puntos importante para esta empresa.

llo para el personal y sus familias, y hoy se enorgullece de su alta tasa de capacitación (140 mil horas hombre el año pasado), de las becas educativas que entrega a los hijos de

MEJORAMIENTO CONTINUO

Desde sus orígenes, la empresa ha incorporado espacios de desarrollo para el personal y sus familias.

funcionarios y los beneficios en salud. Hacia la comunidad, la empresa abre las puertas de su moderno recinto deportivo, y en lo cultural, su Corporación Artistas del Acero fomenta las artes de la región.

En una compañía que cuenta con 95% de los trabajadores sindicalizados, el clima laboral es óptimo, asegura Aguayo, con avances importantes en el tema de seguridad en el trabajo: en una década, la tasa de accidentabilidad bajó en 80%. Además, las políticas de bienestar han posibilitado que el 90% de los colaboradores cuente hoy con casa propia.

La creación de la Gerencia de Medio Ambiente da cuenta de la preocupación de la empresa por el tema, que se ha traducido en invertir en plantas con tecnología ecosustentable, pavimentación de los caminos de uso frecuente y planes de forestación y conservación de humedales y lagunas al interior del recinto industrial.



9º Lugar: Endesa

“Hemos ido construyendo por años una estrecha relación con las comunidades con las que nos relacionamos, implantando políticas de buenos vecinos”, afirma el gerente general de Endesa Chile, Rafael Mateo. Uno de los ejemplos que más los enorgullece hoy es el programa Energía para la Educación, que beneficia a más de 6.000 alumnos de 39 escuelas, con bibliotecas, capacitación a profesores y fondos concursables para apoderados y profesores. A esto se suma la habilitación de senderos ecológicos en los terrenos de las centrales.

COMPROMISO COTIDIANO

Un largo camino lleva recorrido esta empresa en el ámbito de la sustentabilidad.

Como proveedora de un producto de uso universal -la energía-, el compromiso de la empresa es hacerlo de forma eficiente, segura y responsable con el entorno y las generaciones futuras. “Está muy lejos de ser una declaración de principios o de

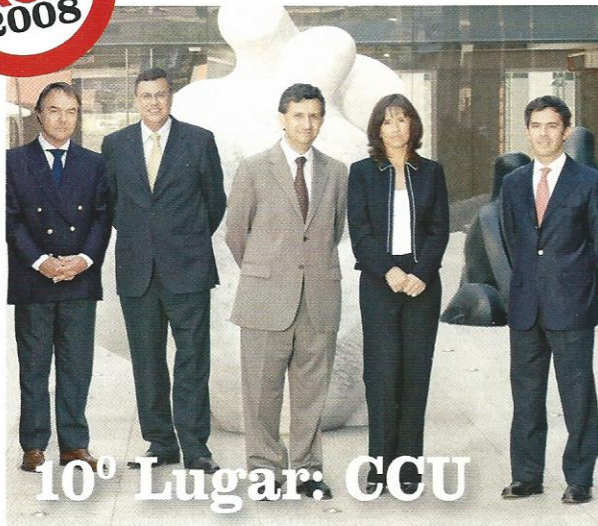
CLAVE

Excelencia en el servicio, constante creación de valor, transparencia en la gestión y compromiso con el medio ambiente.

una moda, está en nuestro ADN”, sostiene Mateo.

El año pasado, la compañía dio un gran paso en la incorporación de nuevas tecnologías y de energías renovables no convencionales (ERNC), al inaugurar el primer parque eólico del Sistema Interconectado Central en Canela, Región de Coquimbo.

Hoy, todos los proyectos buscan maximizar el respeto por el entorno: las instalaciones cuentan con sistemas de gestión ambiental certificadas ISO 14.001 en casi 100%, y “estamos trabajando para incluir en esto también a todos nuestros contratistas, sean grandes, medianas o pequeñas empresas”, destaca el ejecutivo.



CLAVE

El bienestar y la capacitación de sus trabajadores son puntos importantes para esta empresa.

En su tercer año de reconocimiento dentro de este ranking, CCU ha logrado mejorar la calidad de vida de sus trabajadores mediante cursos de capacitación y entrenamiento, potenciando un ambiente laboral respetuoso, digno e igualitario.

Pioneros en la educación de consumo responsable de alcohol, en esta organización se realizan también programas solidarios y actividades relacionadas con el deporte y la cultura.

El cuidado del medioambiente es otra preocupación constante, especialmente en lo que tiene que ver con el uso eficiente de recursos naturales, expresado mediante indicadores y metas de gestión en todas sus unidades de control.

Según Marisol Bravo, el estilo de trabajo en busca de la excelencia es lo que caracteriza e identifica a los empleados de CCU, quienes cuentan con "un sello especial y distintivo que se reconoce".

Tal como afirma Marisol Bravo, gerente de Asuntos Corporativos de CCU, la preocupación por el bienestar de sus trabajadores y familias, la satisfacción de los consumidores y el desarrollo de programas que transmitan valores positivos son algunos de los principios que durante 150 años han encaminado el desarrollo de esta empresa.

INCENTIVANDO EL APRENDIZAJE

Desde siempre, la empresa no sólo ha buscado satisfacer a sus consumidores, sino también a todos sus empleados.



CLAVE

Ser líder en todo ámbito es la política empresarial que rige en la compañía.

una educación de calidad-, han logrado instruirse, formarse y crecer junto a sus familias.

Se suma a lo anterior el programa Chile Líder Educamos, que logró bajar los niveles de obesidad en miles de escolares del país.

Además, iniciativas como *Deje su vuelto en buenas manos*, en conjunto con Hogar de Cristo, son algunas

de las campañas sociales que D&S ha emprendido exitosamente.

En relación a lo anterior, uno de los desafíos más novedosos es el que recientemente idearon con la Asociación de Guías y Scouts de Chile, para enseñar a los clientes y sus hijos sobre reciclaje, reducción y reutilización de materiales. Y es que, mediante una premiación, se hará un reconocimiento a las personas que ocupen la nueva bolsa reutilizable en sus compras.

Un verdadero orgullo representa para D&S figurar nuevamente entre las empresas más responsables socialmente. "La orientación tiene por un lado un fundamento ético: ser líder en materias de servicio al cliente, excelencia en el trabajo y respeto por las personas; y, por otro, saber alinear los esfuerzos, buscando siempre el bien común", sostiene Juan Pablo Orellana, gerente de RSE de D&S.

Un importante rol educativo está llevan-

LIDERANDO EN RESPONSABILIDAD

Iniciativas sociales y compromiso con el medio ambiente son las acciones en que, además de los empleados, participan los clientes.

do a cabo esta firma para quienes trabajan en ella. Más de 30.000 empleados -muchos de los cuales no pudieron antes acceder a



12º Lugar: Oriencoop

"Creemos que este reconocimiento refleja la verdadera motivación que la empresa tuvo desde su fundación, surgida bajo el amparo de la Iglesia Católica y empeñada en aportar al desarrollo local", afirma Nelson Jofré, gerente general de Oriencoop, firma de prestación de servicios financieros con una trayectoria de más de 50 años.

Un reconocido logro para esta compa-

CLAVE

Desde su fundación, esta empresa se ha alineado bajo la idea de responsabilidad social.

ña fue haber generado programas de trabajo con niños y jóvenes en riesgo social, prevención del alcoholismo y la drogadicción, además de una fuerte preocupación



13º Lugar: BancoEstado Microempresas

"Hemos sido capaces de demostrar que una empresa pública puede gestionar su negocio con estándares de clase mundial", recalca Soledad Ovando, gerente general de BancoEstado Microempresas (BEME), filial de BancoEstado que acaba de ubicarse entre las mejores empresas para trabajar en América latina.

Sus 300 mil clientes y 700 millones de dólares en colocaciones en 2007 la sitúan entre las tres líderes de las microfinanzas

DE CLASE MUNDIAL

Más allá de su desempeño como institución financiera, en BEME destacan el compromiso con los sueños de sus clientes.

de la región; sin embargo, lo que la ejecutiva destaca fundamentalmente es el compromiso con cada uno de los sueños de los clientes, para hacerlos realidad.

DEBER COMUNITARIO

Una reconocida labor social, tanto interna como hacia las colectividades de la región del Maule, ha llevado a esta compañía al éxito y a la gratitud.

por el adulto mayor: importantes líneas que no sólo se han consolidado dentro de la empresa, sino que también son reconocidas por la comunidad en general.

En materia de información de productos y servicios, ésta ha sido íntegra y transparente, debido al fuerte compromiso con sus trabajadores, clientes y socios.

Una de las antiguas prácticas que se conserva es la labor de apoyo a la cultura y la educación a través de la mantención de una extensa red de bibliotecas abiertas a la población de la región del Maule. Y dentro de lo nuevo que se está forjando destaca la iniciativa de dar un día libre a los trabajadores cuando están de cumpleaños, y horario de trabajo reducido los días viernes.

CLAVE

El desafío futuro es optimizar cada día los procesos, en base a la calidad, eficiencia y compromiso con los emprendedores de Chile.

En el plano social, BEME realiza diversas acciones, como el Premio Muhammad Yunus, que reconoce la capacidad emprendedora; y la Fiesta de la Microempresa que, acompañada de un seminario, asesora a los microemprendedores en la mejora de sus negocios. Junto con ello, desarrolla un programa de prácticas profesionales que vincula a microempresarios con futuros profesionales de carreras comerciales, y cada año se entregan becas de estudio para hijos de los clientes.

En lo interno, 28 colaboradores de todo el país operan como coordinadores de RSE y permiten conectar a la empresa con los grandes problemas sociales que afectan a la comunidad en que se inserta la labor del banco. En lo ambiental, propician el programa Medioambiente Feliz, que incluye talleres de educación medioambiental y actividades concretas, como la arborización.



14° Lugar: Vespuccio Norte Express

La responsabilidad social de Vespuccio Norte Express (VNE) comienza por casa. Así, al menos, lo afirma su gerente general, Antonino Castellucci, quien advierte la permanente preocupación por las condiciones laborales de sus colaboradores, así como la formación de éstos y la política puertas abiertas.

En lo externo, se ha forjado una estre-

COMPROMISO CON LA RUTA

La RSE va dirigida a sus trabajadores y al público en general, a través de información clara y transparente.

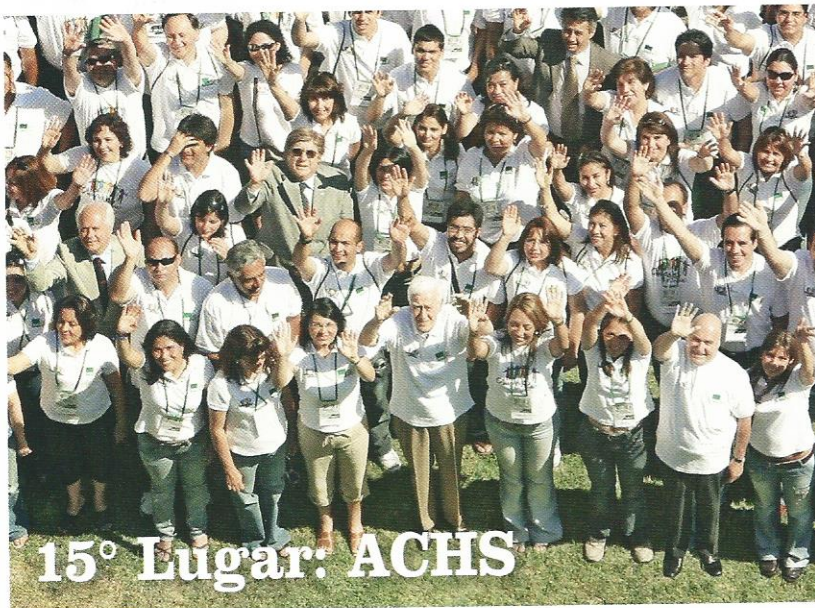
CLAVE

Aporte y comunicación permanente con las comunidades colindantes a la autopista.

cha relación con las ocho comunas que colindan con la autopista, a través de una permanente comunicación y el desarrollo de actividades en conjunto en materias de educación, capacitación y seguridad vial.

Un tema muy sensible para VNE es el trabajo ambiental. En este sentido, uno de los mayores logros ha sido la alianza estratégica firmada con la Intendencia Metropolitana para reforestar cada año algún espacio público dentro de las comunas que recorre la autopista. Hasta el momento se ha contribuido a la plantación de 3.750 especies.

En términos económicos, a través del Plan de Beneficios Sociales la empresa ha invertido importantes recursos en salud y seguridad para sus trabajadores. Por otro lado, los clientes resultan beneficiados al poder visualizar las tarifas en tiempo real en los 15 pórticos de cobro, fomentando la transparencia en la información.



15° Lugar: ACHS

La Asociación Chilena de Seguridad -institución sin fines de lucro- nació hace 50 años producto de una iniciativa de responsabilidad social, orientada a mejorar la calidad de vida de miles de trabajadores, considerando además el cuidado por el medioambiente y la inserción laboral de discapacitados.

Según sostiene su presidente eje-

TRADICIONALMENTE SOCIALES

Con una vasta trayectoria, la ACHS nuevamente aparece entre las empresas más responsables.

CLAVE

En esta empresa no sólo existe una preocupación esencial por sus trabajadores, sino también por el medio ambiente y los recursos naturales.

cutivo, Eugenio Heiremans, desde hace treinta años la ACHS realiza un Balance Social Interno con todos los empleados, mediante un cuestionario personal que se distribuye de Arica a Punta Arenas, y cuya respuesta es voluntaria y anónima. Lo anterior permite satisfacer las verdaderas aspiraciones del personal.

En materia de desempeño ambiental, la ACHS estableció este año indicadores y metas que entregan información fiable sobre estos contenidos.

Además, permanentemente se están definiendo políticas de construcción ecoenergéticas en las 117 instalaciones que tiene esta organización a lo largo de todo el país, y que hoy cuenta con cerca de 4 mil empleados.



16° Lugar: Multiexport Foods



Posicionado como uno de los principales productores de salmón a nivel mundial, Multiexport ha enfocado todas sus acciones de responsabilidad social en tres ámbitos: personas, medioambiente y la comunidad en que se inserta.

Una de las características que más destaca es la alta presencia de mujeres en su personal. Por ello, existen políticas de pro-

EN TODOS LOS FRENTE

Todas sus acciones se enfocan hacia las personas, el medioambiente y la comunidad en que se insertan.

CLAVE

Cuidado ambiental y apoyo laboral a sus trabajadores.

tección, para que puedan conciliar su desempeño laboral con su vida familiar –por ejemplo, las embarazadas acceden al beneficio de eximirse de los turnos de noche-.

La generación de oportunidades para los empleados también es un desafío. Durante 2007 fueron capacitados 1.087 trabajadores en diferentes programas, y todos pueden participar en la Feria de Innovación –instancia que les permite potenciar sus habilidades y aportar con ideas propias a mejorar la gestión de la compañía-. A través de esta última, se han implementado 82 nuevos proyectos de diversa índole.

La política medioambiental se basa en la sustentabilidad de sus procesos productivos, con pisciculturas que permiten reutilizar el agua en 95% y reciclar el 100% de las bolsas de alimento y materiales de embalaje, además de cinco toneladas anuales de papeles y cartones.



17° Lugar: Mar Mau

Esta empresa, ubicada en Chiloé, ha definido como ejes de acción la educación y la capacitación, no sólo para sus trabajadores, sino para la comunidad donde se inserta. Ello se refleja en el apoyo a tres colegios, con implementación de equipos y conectividad digital, bibliotecas y equipamientos deportivos, además de un voluntariado de trabajadores.

REDES DE CAPITAL HUMANO

Aprovecharon los residuos orgánicos que se adherían a las redes de cultivo, y crearon una granja en que hoy se cosechan papas y se crían ovinos.

CLAVE

Educación para los trabajadores y contribución al medioambiente.

En materia ambiental destaca la inversión en investigación y desarrollo de tecnologías, en conjunto con el INIA (Instituto de Investigación Agropecuaria), para la utilización de los residuos orgánicos adheridos a las redes de cultivo –denominados *Biofouling Mar Mau*–, cuyos resultados avalan la posibilidad de recuperar miles de metros cúbicos de redes al año que, en su momento, eran depositadas en vertederos.

Con ellas, hoy se ha implementado una granja agrícola experimental donde la papa, el ajo y la ganadería ovina se han incorporado casi como un eslabón más dentro del proceso productivo de la mantención de redes y artes de cultivo. Este año, la metodología podría pasar a toda la industria, generando enormes beneficios no sólo para la sustentabilidad de la acuicultura, sino también para la recuperación de suelos para cultivo en el sur de Chile.



18° Lugar: CMP S.A.

Con oficinas en La Serena y Vallenar, la Compañía Minera del Pacífico S.A. (CMP) orienta su política de responsabilidad social al respeto irrestricto de la visión y misión de entregar productos "bajo los principios de desarrollo sustentable, asegurando la rentabilidad del negocio a largo plazo".

Para demostrar su estabilidad laboral, la empresa destaca la baja rotación de su

MINERIA SUSTENTABLE

Su meta es ubicarse entre las 10 empresas exportadoras de hierro más importantes del mundo, tarea en la que todos están involucrados.

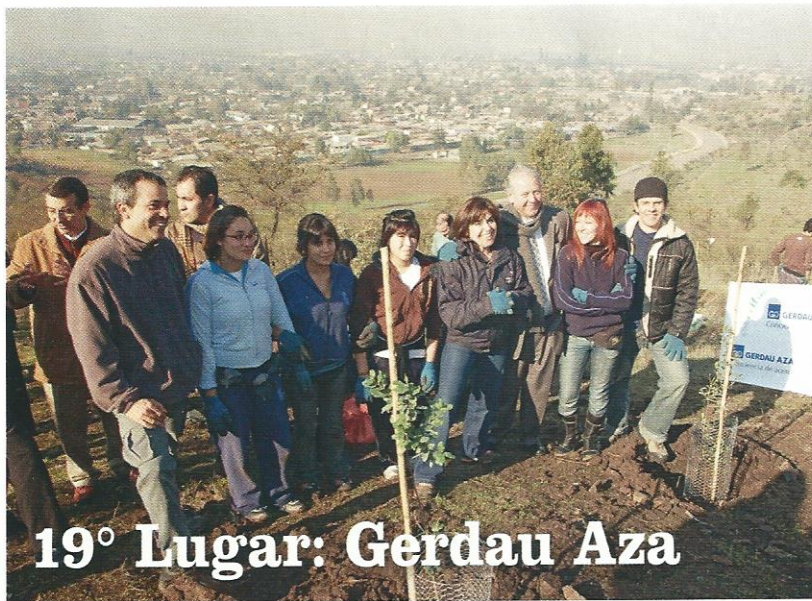
CLAVE

Especial preocupación por sus trabajadores y familias, y sólidas relaciones con la comunidad.

personal, que en gran parte se debe a los planes habitacionales de fácil acceso que entrega a sus trabajadores. Además, está muy involucrada con la educación, lo que se traduce en la construcción y administración del colegio Ambrosio O'Higgins, en Vallenar, y en la incorporación de las familias a la empresa a través de las Academias de Capacitación Familiar.

Las perspectivas de la empresa se basan en un plan quinquenal de proyectos, que busca ubicar a CMP entre las 10 exportadoras de minerales de hierro más importantes del mundo, asegurando que los trabajadores participarán de sus mayores utilidades.

En materia de política ambiental, CMP enumera entre sus logros haber mantenido la Certificación ISO 14.000 y el haber firmado protocolos de acuerdo con los gremios de pescadores de las comunas de Huasco y Caldera.



19° Lugar: Gerdau Aza

Para Gerdau Aza no es novedad aparecer entre las empresas más responsables socialmente del país. Antes ya habían recibido varias distinciones por este tema, y una sala llena de trofeos avala el orgullo que sienten por ello.

En 2008 los esfuerzos han estado enfocados hacia la comunidad, con un doble objetivo: proveedores e impulso al recicla-

RECICLAJE EN LAS VENAS

La firma está empeñada en instalar el reciclaje como una actividad habitual en la sociedad chilena.

CLAVE

Conciencia social e integración productiva.

je. Saben que para que un negocio como este sea sustentable es necesario reciclar la chatarra que muchas veces va a la basura. Por eso, las motivaciones ambientales se unen a las productivas, de manera de lograr instalar el reciclaje como una actividad habitual en la sociedad chilena.

Desde 2007 están llevando adelante un trabajo sistematizado con sus proveedores, 79 pequeñas empresas que reciclan chatarra y que están creciendo a tasas de 8% anual, gracias a la creciente demanda de acero en todo el mundo. Gerdau Aza se ha propuesto enseñarles a desarrollar un negocio más eficiente, por ejemplo, con redes de integración hacia los recolectores primarios, con el fin de optimizar toda la cadena productiva. La meta, a largo plazo, es certificar a los proveedores bajo la norma ISO 9000.

En lo ambiental esperan instalar pronto un centro de reciclaje para la comuna de Renca, que iría en beneficio de la calidad de vida de los vecinos, y concretar un proyecto para certificar colegios ambientalmente responsables en las comunas donde trabajan.



20° Lugar: Mall Plaza



Durante el último tiempo, el rugby en Chile cuenta con 400 nuevos jugadores. Ello, gracias a un programa de prevención e integración social –a través de la creación de escuelas de rugby para alumnos de colegios municipales–, que Mall Plaza está llevando adelante.

Por otra parte, en su idea de integración, el 5% de todos los empleados del área de servicios que trabajan en Mall Plaza

MAS QUE UN JUEGO


Este año nacerá la fundación Mall Plaza, que aglutinará los esfuerzos de esta cadena en materia de RSE.

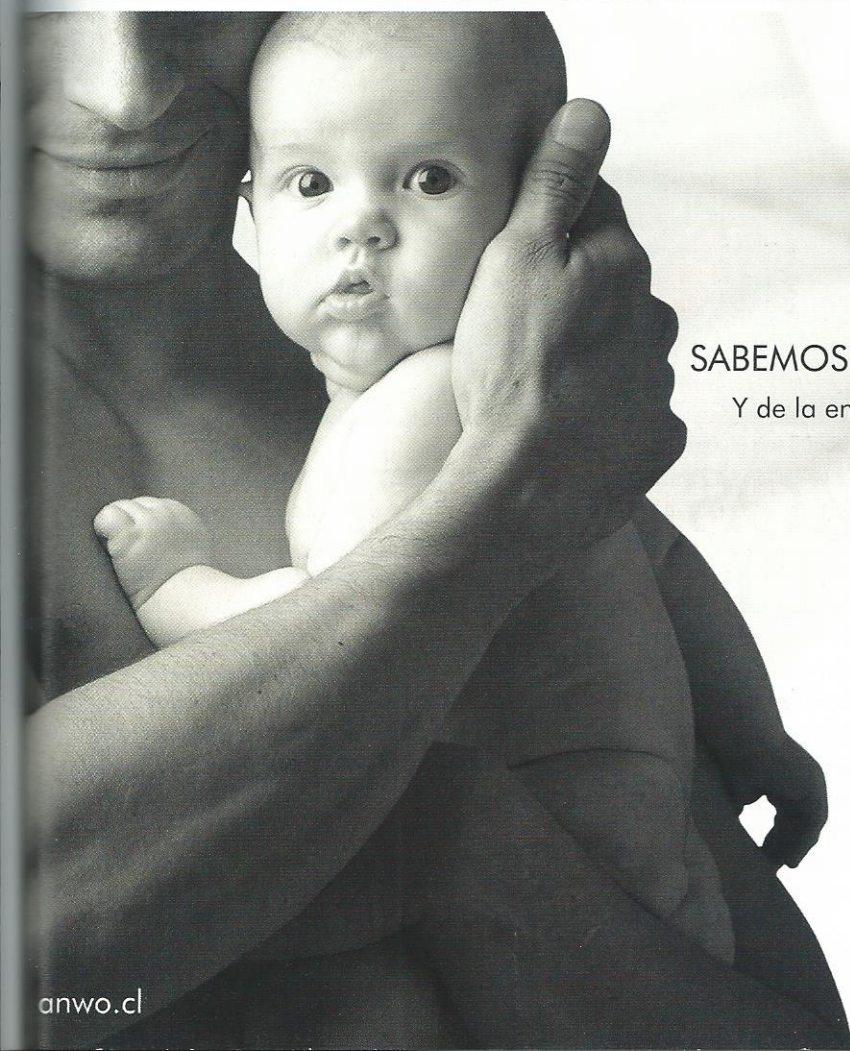
CLAVE

Integración y compromiso con la comunidad.

za son seleccionados y capacitados por el Fondo Nacional de la Discapacidad (Fonadis). Además, han integrado laboralmente a vendedores ambulantes y mujeres jefas de hogar, mediante la formalización y regularización de sus actividades.

Pero la gestión de RSE no se queda sólo en eso y próximamente se traducirá en dos grandes hitos: la Fundación Mall Plaza y la formalización de un programa a nivel corporativo de acciones de RSE, que será replicado en todos el país.

En materia energética, esta empresa también ha asumido un gran desafío: lograr un ahorro del 7% en consumo de electricidad en todos los Mall Plaza del país. Además, existe un plan de retiro de aceites utilizados en los patios de comida, que alcanza a tres toneladas mensuales, los que luego se convierten en complementos energéticos; y mantienen alrededor de 20 hectáreas de áreas verdes, entre las cuales destacan proyectos como el Parque Vicuña Mackenna, en Mall Plaza Vespucio. 



Empresa Certificada

SABEMOS POR QUIÉN PONES TODA TU ENERGÍA.

Y de la energía que quieres ahorrar, te ayudamos nosotros.



MANEJA TU CLIMA

Especialistas en Climatización

Nueva línea de eficiencia energética y energías renovables en calefacción central