



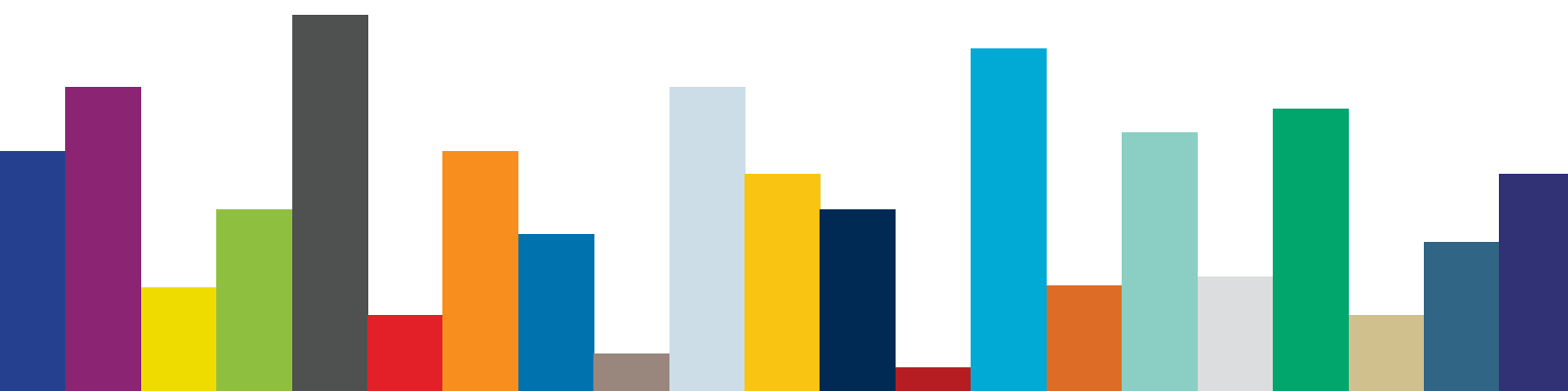
Red Pacto Global Chile



Informe de  
**Buenas Prácticas**  
2010

**SIPP**

*Sistema Integrado de Promoción de  
los Principios del Pacto Global*







# Red Pacto Global Chile

## Informe de **Buenas Prácticas** 2010

**SIPP**

*Sistema Integrado de Promoción de  
los Principios del Pacto Global*

### PRESENTACIÓN

- 5 Mensaje Mensaje Secretaria Ejecutiva  
Red Pacto Global Chile
- 6 Las mejores iniciativas de 2010

### PRINCIPIOS

#### 9 ÁMBITO: DERECHOS HUMANOS

##### Principio 1

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional

- 10 BancoEstado
- 16 Endesa
- 22 Ernst & Young

##### Principio 2

Las empresas deben evitar verse involucradas en abusos de los derechos humanos

- 28 BCI
- 34 Sodimac

---

#### 41 ÁMBITO: RELACIONES LABORALES

##### Principio 3

Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva

- 42 Essbio

##### Principio 5

Las empresas deben comprometerse con la abolición del trabajo infantil

- 48 Telefónica
- 54 ACHS

##### Principio 6

Las empresas deben comprometerse con la eliminación de la discriminación respecto del empleo

- 60 Aramark
- 66 Laboratorio Bagó





## 73 **ÁMBITO: MEDIO AMBIENTE**

### **Principio 7**

Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

74 **Masisa**

80 **Unilever**

86 **Universidad Austral**

92 **VTR**

### **Principio 8**

Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental

98 **Chilectra**

104 **Mutual de Seguridad**

### **Principio 9**

Las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente

110 **Cementos Polpaico**

---

## 117 **ÁMBITO: ANTICORRUPCIÓN**

### **Principio 10**

Las empresas deben actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno

118 **Entel**

124 **SN Power**

---

## 131 **TERREMOTO 27 DE FEBRERO**

### **27/F**

132 **Arauco**

138 **Price Waterhouse**

144 **Universidad Andrés Bello**

150 **Xstrata Copper**





APOYAMOS  
EL PACTO GLOBAL

## **Estimados amigos y amigas:**

*En pocos años, la Red Pacto Global Chile se ha posicionado como la iniciativa de más amplio espectro en la promoción de la responsabilidad social en las empresas y organizaciones en el país.*

*Hoy contamos con más de 62 socios, 73 miembros y 16 alianzas, teniendo, además de cobertura nacional, presencia activa en regiones, mediante consejos regionales, como los de Valparaíso y Bío-Bío.*

*Nuestra misión es promover y contribuir a implementar los 10 principios que lidera el Pacto Global en el mundo entero. Para ello desarrollamos seminarios, talleres, cursos de capacitación, generamos notas de prensa y publicaciones especializadas y organizamos mesas de trabajo empresariales, entre otras iniciativas.*

*Este año, la Red Pacto Global Chile se ha propuesto una desafiante tarea: publicar anualmente un Informe de Buenas Prácticas, conteniendo casos destacados de las empresas adheridas. Esto, con el objetivo de reconocer, estimular y fomentar el desarrollo y la mejora continua en la implementación de cada uno de los principios, por parte de las empresas y organizaciones participantes, en relación a sus grupos de interés.*

*Durante 2010 trabajamos intensamente, en conjunto con las empresas que se motivaron con el proyecto, para poder dar a luz esta primera versión de una iniciativa única a nivel mundial. Hoy nos sentimos orgullosos de presentar 23 casos que son un ejemplo a seguir en cuanto a acciones concretas, que ponen en práctica objetivos en los cuatro ámbitos dentro de los cuales se enmarcan los principios del Pacto Global: derechos humanos, relaciones laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción.*

*Junto con esto y dada la contingencia que vivió nuestro país debido al terremoto del 27 de febrero de 2010, también damos a conocer en la publicación, lo que algunas de las empresas firmantes del Pacto Global desarrollaron como contribución a la reconstrucción del país.*

*La Red Pacto Global Chile se compromete a perseverar en esta iniciativa y a incorporar optimizaciones permanentes. La próxima edición contará con criterios aún más especializados para definir las mejores prácticas y se desarrollarán recomendaciones estratégicas para que éstas puedan ser perfeccionadas.*

*Les invito a leer este manual y aprender de las mejores prácticas que ahora presentamos, incentivándolos a comprometerse, al igual que este grupo que aceptó el desafío, por hacer de Chile un país responsable.*

Margarita Ducci  
Secretaria Ejecutiva  
Red Pacto Global Chile



## Las mejores iniciativas de 2010

La Red Pacto Global en Chile presenta su primer Informe de Buenas Prácticas 2010, que reúne las mejores iniciativas desarrolladas por sus participantes en torno a los 10 Principios que esta organización promueve.

Dada la contingencia nacional ocurrida durante el año 2010, este Informe incluye también, acciones desarrolladas por las empresas con relación al terremoto ocurrido en la zona centro-sur de Chile el 27 de febrero.

En total, este documento expone 23 iniciativas, una por organización participante, que dan respuesta a nueve de los 10 principios del Pacto Global y al terremoto. El único principio que no es cubierto en este informe, es el cuarto que se refiere a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso. Actualmente en Chile no es necesario realizar prácticas

concretas para abolirlo, ya que está fuertemente legislado y todas las empresas cumplen con este principio como base para su funcionamiento.

Las iniciativas que se presenta en este informe, están agrupadas de acuerdo a los 10 Principios del Pacto Global que proveen a sus participantes un marco general para fomentar el crecimiento sustentable y cubren cuatro ámbitos: Derechos Humanos, Prácticas Laborales, Medio Ambiente y Anti-corrupción.

## Construir un mercado global mas inclusivo y equitativo

El Pacto Global es el primer foro internacional sobre temas relacionados con la globalización. Fue lanzado en 1999 con el objetivo de contribuir a la construcción de un mercado global más inclusivo y equitativo. Actualmente, más de 6.200 participantes de todo el mundo han adherido a esta iniciativa.

Estas compañías son diversas y provienen de diferentes industrias y regiones geográficas, pero todas están en posiciones de liderazgo y aspiran a manejar el crecimiento global de una manera responsable.

En Chile, actualmente hay 62 empresas socias, de las cuales 19 se integraron durante el 2010. Además, existen 69 empresas miembros y 17 alianzas, las cuales contribuyen a la labor de la Red Pacto Global en Chile.



ÁMBITO	PRINCIPIO	ORGANIZACIÓN
<b>DERECHOS HUMANOS</b>	<b>1</b> Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos proclamados a nivel internacional	<b>BancoEstado</b> <b>Endesa Chile</b> <b>Ernst &amp; Young</b>
	<b>2</b> Las empresas deben evitar verse involucradas en abusos de los Derechos Humanos	<b>Sodimac</b> <b>BCI</b>
<b>RELACIONES LABORALES</b>	<b>3</b> Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva	<b>Essbio</b>
	<b>4</b> Las empresas deben comprometerse con la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio	Actualmente entre las empresas adherentes no son necesarias prácticas para abolirlo
	<b>5</b> Las empresas deben comprometerse con la abolición del trabajo infantil	<b>Telefónica</b> <b>ACHS</b>
	<b>6</b> Las empresas deben comprometerse con la eliminación de la discriminación respecto del empleo	<b>Aramark</b> <b>Laboratorio Bagó</b>
<b>MEDIO AMBIENTE</b>	<b>7</b> Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	<b>Masisa</b> <b>Unilever</b> <b>Universidad Austral</b> <b>VTR</b>
	<b>8</b> Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental	<b>Chilectra</b> <b>Mutual de Seguridad</b>
	<b>9</b> Las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente	<b>Cementos Polpaico</b>
<b>ANTI-CORRUPCIÓN</b>	<b>10</b> Las empresas deben actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno	<b>Entel</b> <b>SN Power</b>
<b>TERREMOTO</b>	<b>27/F</b>	<b>Arauco</b> <b>Price Waterhouse</b> <b>Universidad Andrés Bello</b> <b>Xstrata Copper</b>





Ámbito:

**Derechos Humanos**



# BancoEstado®

## Principio 1



Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos proclamados a nivel internacional

“ En BancoEstado soñamos con un Chile sin pobreza y con igualdad de oportunidades para todos y por ello somos protagonistas y promotores del desarrollo y emprendimiento de las personas y empresas.

*Por eso diseñamos proyectos innovadores como CajaVecina, iniciativa pionera para la bancarización de Chile y que, en conjunto con miles de micro y pequeños empresarios, ha cambiado la forma en que BancoEstado atiende a sus clientes, marcando un hito en el sistema financiero.*

*Con CajaVecina profundizamos la bancarización dando un paso importante en la tarea de contribuir a la disminución de la pobreza. Presentamos este caso en el primer informe de Pacto Global porque refleja nuestro aporte a un principio tan fundamental como el apoyo decidido a los sectores más desposeídos y alejados de nuestra sociedad*

Roberto Palumbo  
Vicepresidente  
BancoEstado





### BancoEstado mejora la calidad de vida con servicios bancarios al alcance de todos

**B**ancoEstado es una empresa del Estado de Chile que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas a través de la bancarización, es decir, la inclusión en el sistema financiero de todos los sectores sociales y geográficos del país. De esta forma la institución busca democratizar el acceso a los beneficios del sistema bancario, facilitando que los ciudadanos puedan elegir libremente entre las empresas que satisfacen sus necesidades y apotan al logro de sus metas.

Con más de 8.000 trabajadores, el banco es la institución financiera que atiende al mayor número de personas en el territorio nacional —a través de distintos productos y servicios, como cuentas corrientes, CuentaRUT, cuentas de ahorro y atención a chilenos en el exterior- y la que posee la mayor y más extendida red de atención, en la suma de sus diversos

canales -sucursales, centros de servicio ServiEstado, Caja Vecina, Internet y cajeros automáticos-.

BancoEstado es el único banco presente en 120 comunas apartadas o que cuentan con ingresos por debajo del promedio nacional.

La planificación estratégica en BancoEstado ha sido un proceso evolutivo, participativo y de mejora continua. En la actualidad, su modelo de gestión estratégica incluye las siguientes fases:

1. Definición y traducción de la estrategia en un mapa estratégico de nivel corporativo.
2. Despliegue de la estrategia (alineamiento) en las áreas de negocio, a través de los planes comerciales y en las funciones de soporte.
3. Desarrollo de “tableros de gestión” con indicadores y metas en todas las áreas del Banco, desde las gerencias hasta las sucursales y plataformas comerciales.
4. Procesos de seguimiento y aprendizaje estratégico, que incorporan un control mensual del plan, así como el análisis y evaluación de los proyectos



y la retroalimentación necesaria para realizar ajustes continuos.

5. Comunicación y despliegue de la estrategia hacia la organización, en cada uno de sus niveles.

Como empresa pública, la visión de BancoEstado es ser un banco de excelencia, con una gestión comercial de alto impacto social.

Su misión es existir para que cualquier chileno, en cualquier lugar, pueda emprender y desarrollarse.

En ese sentido, BancoEstado ha desarrollado una amplia oferta de productos y canales de servicio innovadores en el mercado financiero, entre los que destacan CuentaRUT, CajaVecina y ServiEstado. Además, cuenta con la mayor red de cajeros automáticos de Chile. Todas estas iniciativas, de distintos formatos y alcances, tienen un mismo objetivo: ampliar las posibilidades de acceso de las personas al sistema bancario.



### CajaVecina: Innovación para un mayor acceso

Justamente para ampliar las posibilidades de acceso al sistema bancario, en especial de aquellas personas de más bajos recursos, en 2005 BancoEstado desarrolló en alianza con almacenes de todo el país, un nuevo modelo de atención: CajaVecina.

Para su instalación se contó con terminales POS<sup>1</sup> en pequeños almacenes de barrio que, conectados con el Banco, permiten a los clientes realizar transacciones sencillas, como depositar sus ahorros, girar dinero, pagar las cuentas de servicios básicos -agua potable, energía eléctrica y otros- o transferir dinero. Para ello, las personas deben contar con una tarjeta de cajero automático de BancoEstado o tarjeta de CuentaRUT.

<sup>1</sup> Se refiere a Points Of Sale (POS) o Terminales de Punto de Venta (TPV, en español). Estos son dispositivos electrónicos conectados a una red de información que permiten realizar transacciones u operaciones comerciales.

### 1. Nuevo modelo de atención

CajaVecina puede definirse como “el banco en tu almacén”: se trata de llevar el banco, a través de un dispositivo electrónico, a locales comerciales de zonas urbanas y rurales alejadas de los centros donde se realiza el mayor número de operaciones comerciales.

Casos emblemáticos son comunas como la isla Juan Fernández (Región de Valparaíso) y Putre (Región de Arica y Parinacota), donde no hay banco, o incluso sectores de comunas urbanas alejados de los centros financieros y de servicios, como sucede en Cerrillos (Región Metropolitana).

Para masificar este novedoso sistema de atención, pionero en Chile, BancoEstado cuenta con el apoyo de miles de microempresarios clientes del banco, que actúan como operadores de CajaVecina, verdaderos embajadores del banco que entregan los servicios financieros a los habitantes de sus comunas.

## Hitos de CajaVecina 2010

- El 4 de noviembre se inauguró la CajaVecina número 4.000 en el supermercado “Claudito” en Caleta Quintay en la V Región de Valparaíso Con la presencia del presidente de la República, Sebastián Piñera, autoridades locales, ejecutivos de BancoEstado y los vecinos.
- Para fines de 2010 habrá 500 nuevos operadores de CajaVecina, cerrando el año con 4.500 puntos de atención.
- Las proyecciones y compromisos para el 2011 son abrir 2.000 nuevas CajaVecina para cerrar el próximo año con 6.500 puntos a lo largo de todo Chile.



## 2. Gestión comercial de impacto social

CajaVecina se considera una revolución en materia de servicio. De acuerdo con estudios realizados a usuarios y almaceneros, este “banco en el almacén” ha impactado en la calidad de vida de chilenos que viven en localidades rurales. Antes tenían que recorrer grandes distancias para hacer sus trámites bancarios y hoy los pueden realizar en la esquina de su casa con el consiguiente ahorro de tiempo y dinero.

Este proyecto se logró a través de la creación de una filial de BancoEstado llamada Sociedad de Servicios Transaccionales CajaVecina S.A., que cuenta con un equipo de personas cuya principal misión ha sido la búsqueda de nuevos almacenes y la incorporación de beneficios tanto para los microempresarios dueños de locales comerciales, como para los clientes.

Se inició con sólo dos puntos de atención en la Región del Biobío. Al cabo de dos años ya estaba presente en el 90% de las comunas de país. En la actualidad este sistema dispone de más de cuatro mil puntos de atención, con lo cual BancoEstado hoy está presente en el 100% de las comunas del país, cubriendo grandes ciudades pero también zonas aisladas o lejanas de centros urbanos.

Con esta cobertura nacional ha permitido integrar a miles de personas al sistema financiero y masificar el uso de los medios de pago. También se ha constituido en una vitrina para los microempresarios que operan la CajaVecina, quienes ahora potencian sus negocios con un valioso servicio a la comunidad. Además los almaceneros ven incrementadas sus ventas en cerca de un 20% desde que cuentan con los servicios de cajaVecina. Esta es una manera de materializar el compromiso del banco con la gestión comercial de impacto social.







### 3. Incorporación de los microempresarios

Según un estudio realizado el año 2009 para evaluar el impacto social de CajaVecina, los microempresarios destacaron positivamente, entre otros aspectos, la capacitación que reciben como operadores, pues a su juicio la implementación del servicio en su negocio no habría sido exitosa sin ella.

El estudio además presentó otros resultados, como que más de la mitad de los usuarios utiliza este servicio para depósitos o pago de cuentas, y casi un tercio realiza giros de dinero.

Finalmente, la mayoría considera que CajaVecina mejora la calidad de vida generada por el ahorro de tiempo, la cercanía y rapidez que significa.

## Beneficios CajaVecina a Microempresarios

- Ven incrementadas sus ventas por una mayor afluencia de público.
- Innovación en la entrega de un nuevo servicio que le entrega un 'plus' a su negocio.



## Beneficios Cajavecina a Clientes

- Cercanía / Menos desplazamiento: 86 % disminuye su tiempo de traslado.
- Ahorro de tiempo.
- Ahorro de dinero.
- Inmediatez de transacciones: 93 % disminuye su tiempo de transacción.
- Un banco más cercano y accesible: más del 90% evalúa bien el servicio, fácil y cercano.
- Menor preocupación por menores desplazamientos por trámites bancarios: 67,5% dejó de utilizar medios de transporte colectivos, lo que implica disminuir los gastos asociados.
- El 82% de los encuestados dice que CajaVecina es una iniciativa para beneficiar a todos los chilenos.



## Principio 1



Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos proclamados a nivel internacional

“ Para Endesa Chile el enraizamiento local constituye un desafío. Nuestro reto es ser percibidas como una empresa cercana a las preocupaciones sociales y como un socio para el desarrollo económico de las comunidades que se encuentran en el entorno a nuestras operaciones y de las cuales nos sentimos parte. Por ello, a través de la Fundación Pehuén trabajamos para mejorar la calidad de vida de las comunidades pehuenches, mediante relaciones cercanas y de confianza mutua

Joaquín Galindo Vélez  
Gerente General  
Endesa Chile

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'J Galindo'.







## Endesa Chile: compromisos y retos para la sostenibilidad

**E**ndesa Chile es la mayor empresa de generación eléctrica del país. Su principal accionista es Enersis, filial de Endesa S.A., que a su vez es controlada por el Grupo Enel.

Endesa Chile opera en cuatro países de Sudamérica: Argentina, Chile, Colombia y Perú, a través de centrales de generación térmica, hidráulica y a partir de 2007, también eólica.

En Chile posee una capacidad instalada de 5.611,17 MW de potencia al cierre de 2010, lo que representa el 34,9% del total del sistema eléctrico chileno a esa fecha - de la cual el 61,75% es hidráulica, el 36,86% térmica y el 1,39%, eólica.

Desde el año 2003, Endesa Chile cuenta con una Política de Sostenibilidad que orienta sus decisiones y acciones. Las dimensiones económica, ambiental

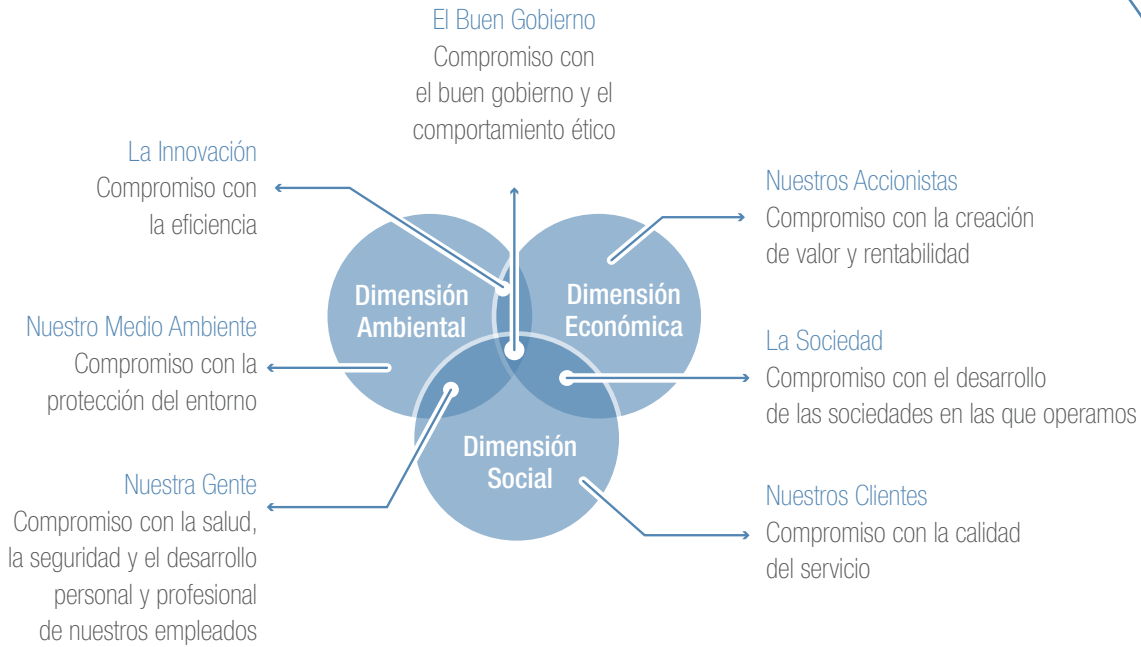
y social se abordan a través de siete compromisos que establecen las prioridades de la empresa. Además, en 2009, se incorporaron dos nuevos retos que dan respuesta a las demandas identificadas en los diferentes grupos de interés: el cambio climático y el enraizamiento y la legitimación social.

En el país, Endesa Chile es una de las empresas pioneras en la publicación de reportes de sostenibilidad. El primero lo publicó en 2002 y a partir del año 2006, ha obtenido la máxima calificación del Global Reporting Initiative (GRI) A+, además ganó el Premio al Mejor Reporte de Sustentabilidad de Acción RSE en 2007 y la Categoría Mejor Descripción de Gestión Ambiental en 2009.

La empresa adhiere al Pacto Global desde 2004, en su Comunicación de Progreso (COP) reportada en 2010, Endesa Chile obtuvo la categoría "Avanzado" por responder de manera sobresaliente con su compromiso con los 10 principios.



## SIETE COMPROMISOS POR UN DESARROLLO SOSTENIBLE



### NUEVOS RETOS 2008-2012

#### Cambio Climático

Responder a los retos y oportunidades del Cambio Climático

#### Enraizamiento local

Reforzar el enraizamiento y la legitimidad de la compañía en el territorio

Desde 2003 hasta 2009, Endesa Chile, se ha sometido voluntariamente a la evaluación que realiza Sustainable Asset Management (SAM) Research para seleccionar a las empresas que integran el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), donde ha obtenido resultados que la sitúan en el rango de los líderes a nivel mundial en sostenibilidad desde 2005, lo que la ha llevado a obtener la distinción Silver Class en Sostenibilidad en el Yearbook 2010 del SAM por segundo año consecutivo.







## Fundación Pehuén: promoción de la autosustentabilidad de las comunidades del Alto Biobío

Las líneas definidas en la Política de Sostenibilidad de Endesa Chile suponen incorporar los dos retos corporativos en cada proyecto, reconociendo las particularidades locales. Específicamente, el reto de enraizamiento local implica un compromiso con los lugares donde la empresa tiene presencia, reforzando el enraizamiento y la legitimidad de la compañía en el territorio.

### 1. Diagnóstico: comunidad pehuenche

A principio de los años 90 se construyó la central hidroeléctrica Pangué, en el Alto Biobío, insertándose en territorios habitados por comunidades pertenecientes a la etnia pehuenche.

La construcción de la central contó con el apoyo de la Corporación Financiera Internacional del Banco Mundial (IFC), que establece una serie de compromisos ambientales y sociales que debe asumir la empresa, como parte de las condiciones para el otorgamiento del crédito.

Para cumplir con esos compromisos, en 1992 se creó la Fundación Pehuén, orientada a apoyar a las comunidades pehuenches que se verían afectadas por la construcción y operación de la central. Este apoyo debía tener como foco el cuidado de la identidad y la preservación de las costumbres pehuenches en su operación, y contar con la participación activa de las comunidades en la toma de decisiones de la entidad.

## Estructura y funcionamiento

En el Directorio de la Fundación Pehuén existe participación igualitaria de representantes de las comunidades respecto a los directores designados por la empresa, los cuales tienen las mismas atribuciones que el resto de los participantes.

La Fundación cuenta con una oficina que se emplaza en territorios habitados por comunidades pehuenches en la comuna de Alto Biobío. La presencia local es fundamental para establecer una relación de confianza y cercanía.

## 2. Política: decisiones compartidas

La Fundación tiene como objetivo promover el desarrollo de las comunidades pehuenches en diversos ámbitos, sobre la base de autosustentabilidad y con respeto por su identidad y sus necesidades. Para materializar esto, el modelo de gestión participativo utilizado es el elemento fundamental (ver recuadro "Estructura y funcionamiento").

Las acciones de la Fundación Pehuén se desarrollan de acuerdo a **5 principios** fundacionales:

1. Identificación y postulación autónoma de proyectos de parte de las familias mediante reuniones de asamblea.
2. Participación de las comunidades socias en la toma de decisiones, a través de sus representantes en el Directorio que aprueba las iniciativas, con derecho a voz y voto.
3. Contraparte económica de las familias para financiar los proyectos ya sea en dinero, trabajo o materiales.
4. Acción integral a través de una múltiple diversidad de los proyectos que se realizan en todos los ámbitos del quehacer comunitario y familiar de los beneficiarios, que apuntan a cubrir un amplio espectro de necesidades de las comunidades.

5. Acción integral a través de proyectos de ámbitos diversos en los ámbitos del desarrollo productivo, asistencia social, educación, cultura y desarrollo comunitario.

Gracias al modelo de gestión participativa y a los principios de la Fundación, se ha logrado establecer una relación de confianza mutua con las comunidades pehuenches beneficiarias, la que ha permitido enfrentar de buena manera los climas de tensión que se han producido en zonas indígenas durante los últimos años.

## 3. Implementación: camino a la autosustentabilidad

La Fundación Pehuén tiene como objetivo la mejora sustancial de la calidad de vida de las comunidades pehuenches. Con esta aspiración, se pueden diferenciar dos etapas principales a lo largo de su historia.

La **primera etapa**, de 1992 al 2000, fue de ayuda asistencial para responder a las condiciones de vulnerabilidad social y material de las familias. Esto

implicó promover tres objetivos: ejecutar programas de amplia cobertura, lograr la validación de la Fundación en el territorio y satisfacer las necesidades básicas de las comunidades.

En la **segunda etapa**, a partir de 2001, este enfoque cambió debido a que las comunidades ya contaban con la base necesaria para adquirir capacidades que les permitieran un mayor grado de autosustentación. Desde ese momento, se comenzaron a ejecutar programas asociativos de largo plazo, orientados a fortalecer a los grupos más que a los individuos. En esta segunda etapa se prioriza la inversión en educación y en fomento productivo. Así, la gestión está orientada al uso sostenible de los recursos naturales y del territorio, a través del desarrollo de buenas prácticas, promoviendo y fortaleciendo las capacidades y vocación de los pehuenches. Además, otro de los objetivos claves de esta etapa es potenciar el capital cultural de las comunidades.

## Comunidades beneficiadas

La principal zona de influencia de la Fundación Pehuén está habitada por comunidades indígenas pertenecientes a la etnia pehuenche.

La Fundación se constituyó beneficiando a cuatro comunidades indígenas: Callaqui, Pitril, Quepuca-Ralco, y Ralco-Lepoy. Luego, se sumó una segunda planta en la zona, la central hidroeléctrica Ralco y la Fundación incorporó dos nuevas comunidades, El Barco y Ayín Mapu, con lo que quedan como beneficiarias de la Fundación Pehuén 6 de las 12 comunidades pehuenches que actualmente conforman la comuna del Alto Biobío.

A fines de 2009, la Fundación Pehuén contaba con 662 familias pehuenches como beneficiarias directas.





**Modelo de financiamiento compartido**

Endesa Chile, Inter-American Foundation (IAF) y las comunidades pehuenches, participan conjuntamente del presupuesto de la Fundación.

Durante el 2009 se desarrollaron 31 proyectos, con un monto total invertido de \$271.901.389. De ellos, 13 proyectos estuvieron orientados al desarrollo productivo, seis a la educación y preservación de la cultura, seis fueron programas de asistencia social a familias vulnerables y seis fueron programas de infraestructura social comunitaria.

**4. Próximos pasos**

A partir de 2011 la Fundación Pehuén contará con un nuevo Plan Estratégico de carácter trienal, elaborado en conjunto con representantes de las comunidades a través de una metodología participativa. Este plan redefinirá el enfoque de la Fundación potenciando el desarrollo económico y social de las comunidades, con un fuerte componente basado en la educación, el fomento productivo y la promoción y preservación de la cultura pehuenche.

Además, la Fundación fortalecerá el establecimiento de redes y alianzas con otras instituciones que tengan experiencia y conocimiento de la realidad indígena, lo cual es un asunto prioritario para la Fundación, ya que no sólo le permitirá posicionarse como institución sino también acceder a concursos de proyectos que aumenten los recursos disponibles para el trabajo con las comunidades.



## Principio 1



Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos proclamados a nivel internacional

“ *En Ernst & Young sabemos que los emprendedores son fundamentales para el crecimiento de Chile. Por eso, el programa Fellows EY dispone de expertos para que asesoren a empresarios emergentes.*

*Nuestra firma selló un compromiso para construir una relación con el entorno en el cual realizamos nuestro negocio. Así integramos en nuestra estrategia corporativa los diez principios en los que se basa Pacto Global*

*Cristián Lefevre  
Socio Principal  
Ernst & Young*







## El potencial del talento

**E**rnst & Young es una firma de servicios profesionales con presencia en 140 países. En Chile atiende a más de 1.500 clientes en las áreas de auditoría, servicios tributarios, asesoría en riesgos, transacciones e industria financiera. Cuenta con cerca de mil empleados de diversas disciplinas.

Ernst & Young Chile es una de las tres empresas auditoras más importantes a nivel nacional, alcanzando una participación de mercado de 25,8% según las cifras de la Superintendencia de Valores y Seguros.

La compañía atiende al 42% de las empresas que componen el Índice de Precios Selectivo de Acciones (IPSA), y audita al 38% de las sociedades nacionales que tienen ADR (American Depositary Receipt) en Wall Street.

La estrategia de responsabilidad social de la compañía, a nivel latinoamericano, cuenta con cuatro

focos: sostenibilidad del medio ambiente, educación, emprendimiento y compromiso con la comunidad.

Las diversas habilidades de los profesionales de la empresa son un insumo fundamental para la materialización de esta estrategia. Ernst & Young reconoce en este aspecto su mayor potencial de contribución a los países donde opera.

El trabajo voluntario de los empleados constituye una herramienta central de los diferentes programas, así como un importante elemento de la cultura corporativa. Los profesionales de Ernst & Young colaboran e incluso son parte de las juntas directivas de organizaciones como el Banco Mundial, el Foro Económico Mundial y Transparencia Internacional.

La compañía realiza un trabajo constante en materia de emprendimiento a través del área de Mercados de Crecimiento Estratégico y el programa "Emprendedor del año Ernst & Young", reconocimiento que ha sido otorgado en todo el mundo a empresas como Google, Circo du Soleil, IKEA y Starbucks. En esta línea de trabajo, e incentivando el voluntariado



que desarrolle y expanda las habilidades de sus profesionales, la firma ayuda a empresarios pequeños que no pueden acceder a asesores de negocio especializados pero, no obstante, tienen el potencial para contribuir a la economía tanto en pequeña como en gran escala.

### Programa EY Fellows: fuerza positiva para el desarrollo

Las actividades de responsabilidad social de Ernst & Young están orientadas a movilizar el potencial en términos de capital humano de la firma hacia la comunidad, con un marcado énfasis en el emprendimiento y la innovación.

#### 1. Oportunidades de acceso a la economía global

Ernst & Young ve a los emprendedores como una fuerza positiva para el desarrollo económico y el cambio social. Sin embargo, especialmente en los mercados emergentes, muchos pequeños empresarios no cuentan con acceso a redes o capital que posibiliten su plena inserción en la economía global.

En el año 2005, profesionales sobresalientes de Ernst & Young en Estados Unidos y Canadá viajaron a América Central para ayudar a compañías emergentes de alto impacto en la región. Esto fue el inicio del programa "Fellows".

Desde el 2007, una decena de emprendedores chilenos han sido beneficiados a través de esta iniciativa. Junto con la prestación de servicios profesionales, cada año se realizan charlas y se entrega información destinada a mejorar la integridad y efectividad de los emprendedores beneficiados en procesos clave de negocios.

## Innovación y empleo

**En los países en desarrollo, las pymes representan el 95% de las empresas, representando entre el 60% y el 70% del empleo local. En términos de innovación, los emprendedores son responsables del 15% del total de invenciones patentadas en el último tiempo.**

## 2. Experiencia para el liderazgo

El programa "Fellows" se realiza en conjunto con Endeavor, organización mundial sin fines de lucro que identifica a emprendedores que realizan actividades de alto impacto en economías emergentes.

Esta institución se ha transformado en un socio estratégico del programa porque las compañías que trabajan con ellos tienen un índice de supervivencia del 96% en los últimos 10 años.

A través de la iniciativa se brinda a los beneficiados algunas de las asesorías que ofrece la empresa a sus grandes clientes. Los servicios son de carácter gratuito y se adaptan a las necesidades de los pequeños empresarios. Cada emprendedor recibe la ayuda de un profesional en temas financieros, tributarios, de organización contable, etc.





### 3. Orientación al crecimiento

Actualmente, este programa se realiza en los tres países de la región: Chile, Argentina y Uruguay. Cada año son aproximadamente cinco empresas en cada país las que se benefician con el proyecto. En el caso de Chile han participado empresas como Chilean Gourmet, Latitud90, Scopix, Betazeta, Proactive Office, Mundo Marino y Kibernum, entre otras. Ellos recibieron a un experto de Ernst & Young por un período de entre 5 y 8 semanas.

Para ser beneficiaria de la iniciativa la empresa debe haber operado por al menos cuatro años (42 meses) y debe contar con un potencial de creación de valor tanto en términos financieros como de creación de empleo, así como un marcado acento en la innovación.

Si bien los resultados del programa difieren según las distintas empresas que acceden a él, en términos generales los emprendedores han logrado ordenar sus finanzas y en algunos casos, se han preparado para eventuales fusiones o adquisiciones. Las asesorías también preparan a las empresas para una eventual expansión, así como para continuar desarrollando su negocio y sus proyectos.

Los resultados del proyecto también se observan en los trabajadores de Ernst & Young que participan. Cada año se reciben más postulaciones de los voluntarios de la empresa, las cuales duplican los cupos disponibles para participar en "Fellows".

**Chile 2010**  
**Durante 2010, el programa "Fellows" trabajó en Chile con Buin Zoo, Bolsas Reutilizables, Colaboración Virtual y Colegium.**

La participación permite a los profesionales conocer las necesidades de los emprendedores nacionales y contribuir a la difusión y materialización de la responsabilidad social al interior de la firma.

El trabajo en terreno también les permite a los voluntarios desarrollar diversas destrezas profesionales e incorporar a sus capacidades elementos innovadores propios de la mentalidad emprendedora, como son el pensamiento en términos exponenciales y el involucramiento de diferentes personas y sus talentos con un determinado proyecto.

Para ser voluntario del programa, las personas deben haber trabajado en Ernst & Young por al menos dos años; contar con el apoyo de su equipo y sus superiores; haber demostrado un buen nivel de desempeño en sus evaluaciones, y contar con un cargo de ejecutivo: manager, asistente de dirección o senior manager, socio o director. Los interesados deben desempeñarse en ambientes donde la creatividad resulta un elemento primordial. Además, deben demostrar tanto habilidades de liderazgo como de trabajo en equipo<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Fuente: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Corporate\\_responsibility\\_-\\_Fellows\\_program/\\$FILE/CR\\_Fellows\\_program.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Corporate_responsibility_-_Fellows_program/$FILE/CR_Fellows_program.pdf)





#### 4. Próximos pasos: alianzas en el largo plazo

A nivel corporativo, el programa Fellows ha fortalecido la relación de Ernst & Young con los pequeños empresarios. Esto es muy importante para las metas y desafíos que ha asumido la empresa en el marco de esta iniciativa: involucrar más a los emprendedores con la firma a nivel local, generando una alianza en el largo plazo.

En cuanto a las empresas que han sido apoyadas por el programa Fellows en Chile, uno de los objetivos que se han fijado es que continúen creciendo y se establezcan dentro del mercado nacional e internacional.

Según las estimaciones de Ernst & Young los emprendimientos que han participado del programa generan 200 empleos cada uno, en promedio. En ese sentido, la apuesta del programa y de la alianza estratégica entre Ernst & Young y Endeavor para su implementación es que los emprendedores de hoy sean los grandes empresarios mañana.



## Principio 2



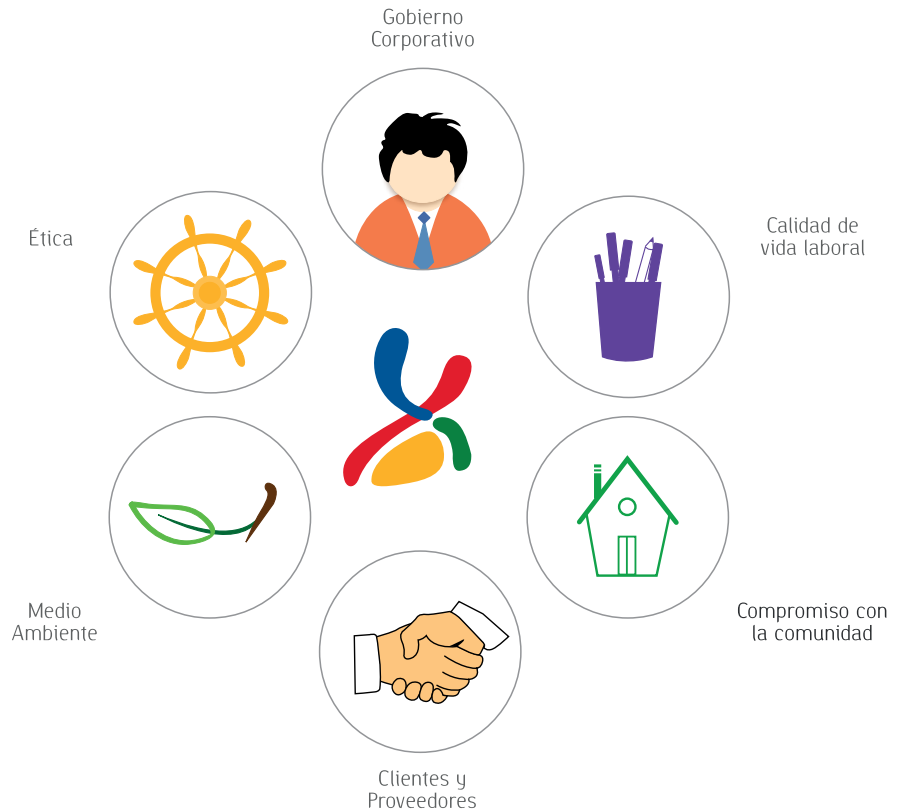
Las empresas deben evitar verse involucrados en abusos a los Derechos Humanos



*En Bci, a lo largo de los años hemos tenido importantes avances en materias de responsabilidad social empresarial, los cuales contribuyen a la sustentabilidad de nuestra empresa mediante la creación de valor económico, social y ambiental. Nuestra misión y valores orientan nuestro actuar en ámbitos fundamentales como gobierno corporativo, ética, calidad de vida laboral, clientes y proveedores, compromiso con la comunidad y el medio ambiente*



Lionel Olavarría L.  
Gerente General  
Bci



## Descripción y estrategia BCI

**B**ci es una entidad financiera con 73 años de historia. Su objetivo central es atender al sector productivo del país, principalmente a la pequeña y mediana empresa, y a las personas. En esta línea, ofrece servicios de crédito, ahorro, inversión y gestión de patrimonio.

Cuenta con 332 oficinas de servicios bancarios distribuidas entre Arica y Villa Las Estrellas, en la Antártica. En el extranjero, posee una sucursal en Miami, oficinas de representación en Ciudad de México, Lima y Sao Pablo y un agente de negocios en Madrid, en alianza estratégica con el Banco Popular Español.

La estrategia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de BCI está basada en los siguientes principios:

- La empresa debe velar para que todas sus actuaciones y los efectos de ellas se encaminen a la consecución del progreso de todos sus grupos de interés.
- La RSE debe estar integrada a la gestión de la empresa de una manera imperativa, pues el bienestar de la comunidad influye en ella de manera significativa.

El compromiso con el desarrollo sostenible está plasmado en el Balanced Scorecard (BSC), modelo de gestión utilizado desde 1992, que ayuda al Bci a traducir la estrategia en objetivos tácticos.

Se han definido seis ámbitos de acción, cada uno está vinculado con sus grupos de interés.

Durante el 2009 el Banco recibió el Premio Ricardo Claro Valdés de la Fundación Generación empresarial, por su compromiso con los valores éticos y el primer lugar en el ranking de calidad de servicio entre los bancos nacionales entregado por la Universidad Adolfo Ibáñez, Adimark, Praxis y Revista Capital.



Además, obtuvo el Premio del Consejo Nacional de Seguridad de Chile, en la categoría "Bancos" por ser la institución financiera con menores índices de accidentabilidad. También fue reconocido entre las 3 empresas socialmente más responsables de Chile, según Fundación Prohumana y Revista Qué Pasa, y obtuvo el premio "Innovación Tecnológica, Excelencia en Generación de Nuevos Canales de Atención y Protección de Datos del Negocio", por Novared Security Workshop.

## Proveedores Bci: relaciones de mutuo beneficio

### 1. Diagnóstico: hacia la óptima calidad de productos y servicios

La calidad de los productos y servicios es un tema central en Bci. Para cumplir con ella, el Banco debe trabajar con diferentes proveedores.

Actualmente, los proveedores activos registrados son 1.700, de los cuales un 99% son nacionales y un 1% internacionales (proveedores tecnológicos).

El Banco reconoce la importancia de mantener una relación con ellos y por eso ha diseñado estrategias para fortalecerla de manera transparente y beneficiosa para ambos.

### 2. Política: el equipo y la base de las buenas relaciones

Bci definió un Plan de Acción que consiste en el cumplimiento de tres etapas:

### 2.1. Creación de la Gerencia de Compras Corporativas y Proveedores

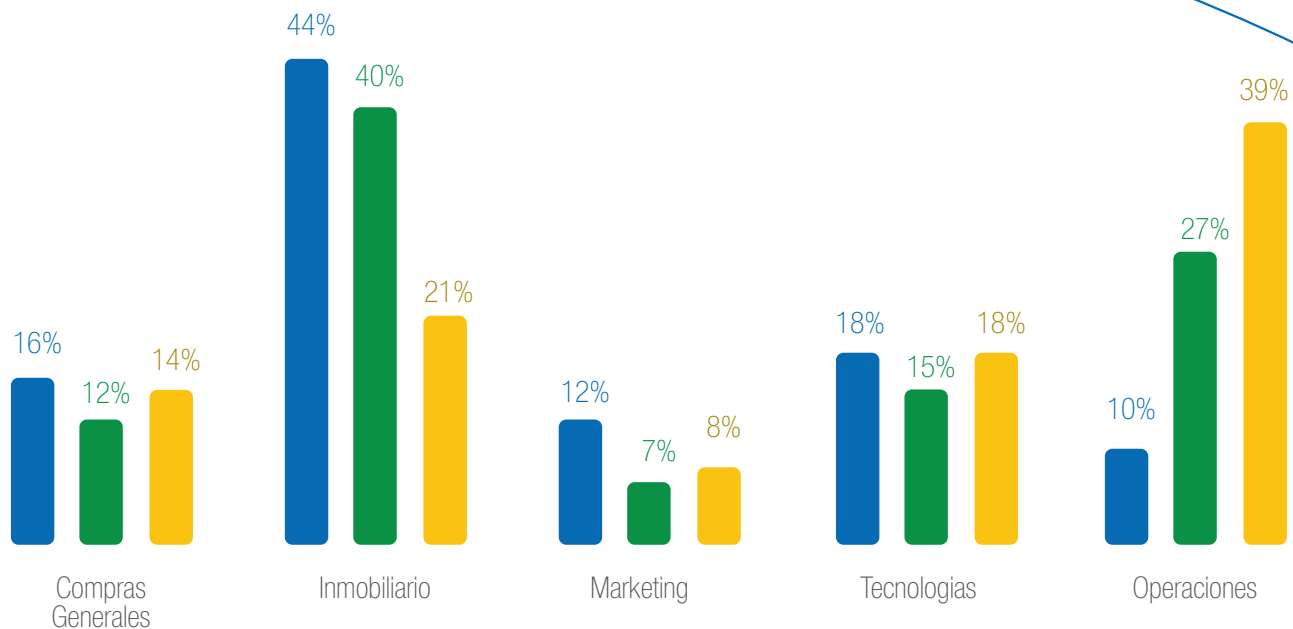
El 2007 se creó la Gerencia de Compras Corporativas y Proveedores. Su misión es fortalecer la relación con los proveedores para generar relaciones de largo plazo, que sean de beneficio mutuo, con altos estándares de calidad, cumplimiento y transparencia.

El objetivo es contar con procesos y políticas claras que permitan una gestión apropiada de las compras, desde que se genera la necesidad o solicitud hasta el pago al proveedor, y promover una gestión de proveedores alineada con la misión y valores del Bci.

### 2.2. Publicación de una Política de Proveedores

A raíz de solicitudes realizadas por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF), en junio del 2008 se actualizó la Política de Compras Corporativas y Proveedores. El objetivo de esta nueva política es precaver los riesgos que envuelve el procesamiento de actividades del Banco por proveedores externos y sus efectos sistémicos en la industria.

## Distribución de Proveedores por Rubro



De acuerdo a eso, la nueva política define claramente qué servicios son posibles de externalizar e indica expresamente que en las decisiones de contratación de un servicio se deben cuidar los aspectos de riesgo operacional inherentes al proveedor y a sus procesos, de manera de mitigar impactos, en especial, cuando se trate de servicios críticos.

Esta política busca resguardar las relaciones de largo plazo, la transparencia y objetividad en los procesos de compra, igualdad de oportunidades a los proveedores, formalidad en las relaciones y los pagos oportunos. Además, instaura un sistema de evaluación de proveedores, procesos de escucha y se acota la base de proveedores.

**2.3. Implementación: plan de Acción para fortalecer relaciones**

En el marco de la Política de proveedores se estableció un plan de acción con iniciativas para seis temas identificados como primordiales en la relación con proveedores.



**Sensibilización: herramientas RSE para proveedores**

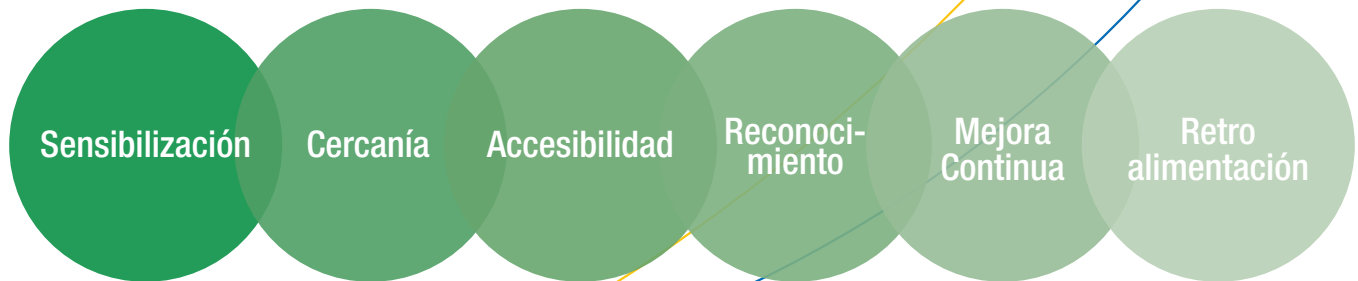
El objetivo de Bci es que sus proveedores adopten la RSE como parte de su negocio. Para esto se creó el Modelo de gestión para Pymes, que permite a estas empresas acceder a los beneficios y ventajas de las buenas prácticas empresariales.

Este modelo ya se ha dado a conocer a través de actividades de capacitación y se implementó una consultoría en RSE para Pymes. A la fecha, ya han participado 10 proveedores que tuvieron la oportunidad de conocer, aplicar e incorporar en su gestión, metodologías y herramientas de RSE creadas específicamente para ellos.

**Cercanía: feedback oportuno**

El acercamiento de Bci hacia sus proveedores permite desarrollar relaciones de confianza, que mejoren los procesos. Una de las actividades destacadas son los Desayunos de Escucha, instancias en las que se comparten y levantan experiencias relacionadas al servicio, y también sobre las gestiones realizadas por el Banco con sus proveedores, las que permiten seguir mejorando la relación.

Desde mediados del 2008, estos desayunos se realizan mensualmente con diferentes grupos de proveedores. Permiten tener un feedback oportuno para mejorar los procesos de compra.



### Accesibilidad: portal de Proveedores

Con el objetivo de mantener una comunicación constante con los proveedores, el Banco implementó el Portal de Proveedores de Bci. Este permite conocer las políticas, presentarse como proveedor y disponer de un canal de escucha activo en el cual puedan ingresar sus sugerencias y reclamos, además de conocer fechas de pago, entre otras informaciones relevantes.

Este Portal ha permitido que la satisfacción de los proveedores, respecto del proceso de compra, mejore considerablemente. Uno de los aspectos de mayor mejora es que "Bci cuenta con una política de relación y selección de proveedores clara y conocida" y "Los procedimientos de compras son claros y conocidos por los proveedores", ambos indicadores aumentaron sobre 25 puntos.

### Reconocimiento: premio al Proveedor destacado

Para mantener la motivación entre los proveedores y reconocer públicamente a quienes mantienen buenas prácticas y cumplen con los requerimientos de Bci, se entrega el Premio al Proveedor Destacado.

Este es un reconocimiento anual a aquellos que se distinguen en las siguientes seis categorías: trayectoria destacada, innovación y visión de futuro, calidad de servicio, RSE, emprendimiento y gestión empresarial.

Este premio se entregó por primera vez el 2009, participaron 94 empresas. De ellas, 22 quedaron seleccionadas como finalistas y se premió a seis proveedores, quedando desierta la categoría Gestión Empresarial. Los ganadores fueron:

- Trayectoria destacada: Entel y Comercial Liberona.
- Innovación / Visión de futuro: Belltech.
- Calidad de servicio: GTD Teleductos.
- Responsabilidad Social Empresarial: Movistar.
- Emprendimiento: CYL Express.

### Criterios de RSE en la selección de proveedores

Los Criterios de Evaluación a Proveedores en RSE tienen como finalidad contar con proveedores socialmente responsables que permita entregar un excelente servicio a los clientes y ser sustentables.

Por esto, se incorpora un nuevo aspecto en el perfil del Proveedor de Bci que tiene relación con las prácticas de RSE en las empresas y que permite la sostenibilidad económica, social y ambiental. Los aspectos integrados son:

- Evaluación/monitoreo de estados financieros de los proveedores.
- Evaluación de riesgo operacional.
- Evaluación de su nivel de desarrollo de la RSE.



### Satisfacción de los proveedores con Bci

El Banco no sólo está enfocado en tener mejores proveedores, sino que busca mejorar sus propias prácticas respecto de sus proveedores para lograr altos índices de satisfacción y poder mejorar su servicio. Por esto se aplica una Encuesta de Satisfacción de Proveedores que tiene como objetivo medir su percepción y satisfacción con respecto a la relación y servicio prestado por Bci.

El 2009 se aplicó por tercer año consecutivo la encuesta anual que permite evaluar al Banco en cuanto a la relación de negocio, los procedimientos de compra, los ejecutivos y las prácticas de RSE. En total se realizaron 63 encuestas y entre los resultados se destaca:

- La satisfacción global de los proveedores de Bci pasó de 68% en 2008, a 76% en 2009.
- En relación al Proceso de Compras en general se logró un aumento de 25 puntos. Se presentó una baja en los niveles de satisfacción de 10 puntos y un aumento en la insatisfacción de 6% a 12% para el aspecto "En el proceso de co-

tización o licitación es tratado con igualdad de oportunidades que los otros proveedores".

- En relación al Proceso de Pagos, éste mejoró su satisfacción global de 30%, en 2008, a 68% en 2009. En general, todos los aspectos mejoraron los niveles de satisfacción, destacando "Precisión del proceso de pagos (sin errores)" como la variable mejor evaluada con un 86% (en 2008 fue 51%).

### 3. Próximos pasos

El compromiso con los proveedores debe ser continuo y siempre orientado a la mejora, por eso Bci se plantea como desafío no sólo escucharlos, sino que comenzar a gestionar los resultados. El Plan de Acción en su totalidad debe tender a mejorar la satisfacción global de los proveedores, por eso Bci se ha propuesto mejorarla en un 5%.

Además, con el objetivo que el Reconocimiento de Proveedor Destacado sea un incentivo real, el Banco se propone posicionarlo comunicacionalmente.



*Ganadores Premio Proveedor Destacado junto a Luis Enrique Yarur, Presidente de BCI, y Lionel Olavarría, Gerente General de BCI.*



## Principio 2



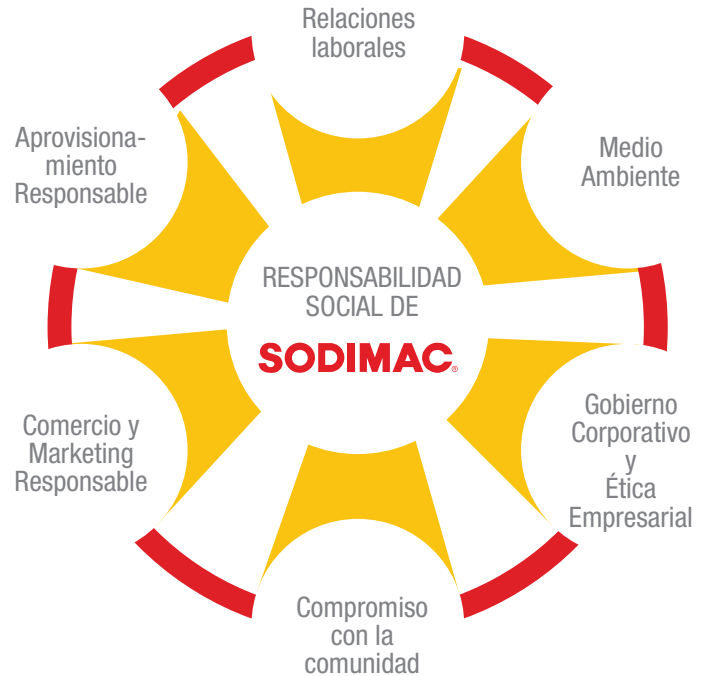
### Las empresas deben evitar verse involucrados en abusos a los Derechos Humanos

“ Alineados con los principios que voluntariamente asumimos en 2007 con el Pacto Global de las Naciones Unidas y de acuerdo a nuestra política de sostenibilidad, los proveedores son uno de nuestros focos prioritarios. Por lo mismo, en el marco de nuestra Transparencia Comercial Sodimac, desarrollamos e implementamos el traspaso de técnicas y conocimientos de responsabilidad social de acuerdo a los criterios modernos de una gran empresa de retail, favoreciendo a su vez, las relaciones de confianza y proyectándolas en el largo plazo

Eduardo Mizón Friedemann  
Gerente General  
Sodimac Chile







### Descripción y estrategia de Sodimac

**S**odimac es una empresa chilena, propiedad de SACI Falabella, dedicada a desarrollar, satisfacer y dar soluciones a los proyectos de construcción, mejoramiento y decoración de los hogares de sus clientes. Además, su oferta se basa en la excelencia en el servicio, integridad en el trabajo y un fuerte compromiso con la comunidad.

Cuenta con filiales en Colombia, Perú y Argentina, completando un total de 100 tiendas: 58 en Chile y 42 en el extranjero.

Para Sodimac la creación de valor económico está estrechamente relacionada al valor social y medioambiental.

Desde sus inicios ya desarrollaba diversas iniciativas, pero fue el año 2006 cuando el Directorio de Sodimac aprobó la estrategia, las políticas y planes de Responsabilidad Social para la compañía. Al año siguiente, adhirió al Pacto Global y desde 2007 elabora anualmente Reportes de Sostenibilidad.

Entre otras distinciones, Sodimac recibió el Premio Carlos Vial Espantoso 2008, por las relaciones transparentes con sus trabajadores y el respeto a la sindicalización. El 2009, el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Sence) la destacó por ser la empresa que más capacitó en Chile. Además, Homecenter Copiapó recibió la certificación LEED, convirtiéndose en la primera "tienda verde" del retail acreditada en Latinoamérica, la que también obtuvo el "Premio Nacional Eficiencia Energética 2009", en la categoría "Gran Empresa". En el mismo período, logró la calificación A+ GRI Checked en su Reporte de Sostenibilidad 2009 otorgada por el Global Reporting Initiative (GRI).

En 2010 la compañía fue invitada a exponer en las Conferencias BIANUALES del Global Reporting Initiative (GRI) en Holanda, con el caso Encadenamiento Responsable con sus Proveedores Pymes; y premiada en el III Encuentro Latinoamericano de Empresas Socialmente Responsables, realizado en México por CEMEFI y FORUM en marzo del 2010 como "Empresa Ejemplar por su RSE en América Latina". Además ganó el Premio al Mejor Reporte de Sostenibilidad 2010 entregado por Acción RSE.



## Aprovisionamiento Responsable: trabajo conjunto para el consumidor

### 1. Diagnóstico: cambió en el perfil de los consumidores

La prioridad máxima de Sodimac es entregar un servicio de calidad a sus clientes. Sin embargo, hoy producto de los cambios económicos, culturales y sociales, sumado al acceso a la información, los consumidores son un grupo de interés con un perfil más exigente, que además está dotado de herramientas legales que protegen sus derechos.

Para responder ante estos nuevos consumidores, Sodimac trabaja en conjunto con sus proveedores, formando relaciones de mutuo beneficio, tema particularmente difícil en la industria del retail.

No es simple, no es llegar y sumar exigencias. Es necesario acompañar a los proveedores para que puedan asumir los requerimientos de los consumidores y de la sostenibilidad.

Sodimac se ha comprometido a acompañar a los proveedores, sobre todo a las PYMES, para lograr el cumplimiento satisfactorio a estas nuevas exigencias.

En definitiva, Sodimac busca generar alianzas con sus proveedores que permitan lograr encadenamientos y confianzas efectivas, construyendo un camino en conjunto.

### 2. Política: Transparencia Comercial Sodimac

Desde el 2006, Sodimac desarrolla un proceso de diálogo con sus proveedores, con visitas especiales y programadas en las que se analizan los aspectos positivos y negativos de la relación.

Como resultado de este proceso, se realizó una gran iniciativa que engloba el enfoque de la política hacia proveedores: *Transparencia Comercial Sodimac* (TCS) que constituye un marco regulatorio, basado en principios éticos. Este procura mejorar las relaciones comerciales con los proveedores, proyectándolas en el largo plazo.

Sodimac también ha desarrollado una política integral de Responsabilidad Social que es extensiva para sus proveedores, de modo que los compromisos que asume la empresa sean compartidos por ellos.

Un proveedor de Sodimac debe cumplir con la política TCS y las sucesivas normas dictadas por la compañía, las cuales están relacionada con el respeto a los derechos humanos, las normas laborales chilenas y los acuerdos internacionales, así como con el cuidado del medio ambiente.



## El TCS contiene:

- Principios y ética comercial.
- Ámbito de aplicación.
- Aprovisionamiento de los productos y servicios.
- Cobros y descuentos a proveedores.
- Soportes para aumentar y garantizar la venta.
- Control de calidad de los Productos y servicios.
- Uso de marcas, patentes y similares.
- Conductas y normas de Responsabilidad Social.
- Contraloría TCS.

Mayor información: <http://www.sodimac.cl/NE/pdf/TCS-Sodimac.pdf>

## » TCS

### CREDIBILIDAD

- Fundada en la ética, la transparencia y la confianza.
- Busca privilegiar los compromisos en ambas partes.
- Se basa en la integridad ética.
- Impecabilidad en el cumplimiento

### RESPETO

Busca el reconocimiento de la dignidad de las personas y las empresas, tanto en el ámbito normativo y general, como en el ámbito práctico y cotidiano.

### EQUIDAD

- Que busca un trato justo para todos los involucrados, basado en:
- El mérito de las condiciones comerciales.
- La trayectoria de cumplimiento en el tiempo.



### 3. Implementación: mejora de competencias técnicas y de Responsabilidad Social

Con el objetivo de traspasar conocimientos a los proveedores, se desarrollan diferentes iniciativas, focalizadas en las PYMES y proveedores internacionales, que son las que presentan mayores brechas para alcanzar las normas del TCS.

Las iniciativas desarrolladas en 2010 fueron:

#### -Traspaso de prácticas responsables

Por tercer año consecutivo, durante el 2010 se impartió el *curso de Producción Responsable* a gerentes y ejecutivos de empresas proveedoras PYMES de Sodimac, para fomentar la incorporación de la Responsabilidad Social en la gestión de sus propios negocios. Esta iniciativa ha sido apoyada por la Cámara Nacional de Comercio, Cámara de Comercio de Santiago y el Banco Interamericano del Desarrollo (BID).

Este curso permite materializar *tres objetivos*:

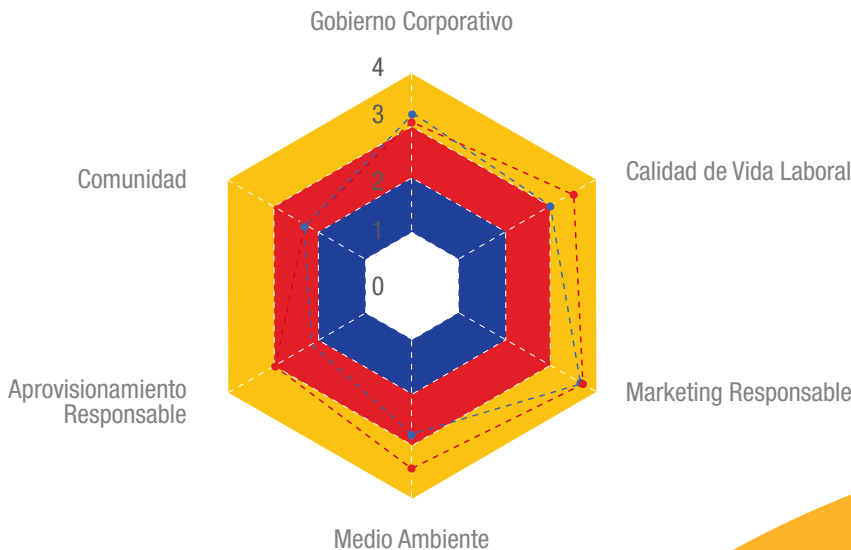
- transferir y entregar herramientas de RS para avanzar hacia una Producción cada vez más Responsable.
- escuchar, sistematizar sus opiniones y priorizar sus inquietudes, detectando los aspectos más sensibles sobre los cuales iniciamos un trabajo ordenado y planificado, para paulatinamente- ir mejorando las deficiencias detectadas.
- criterios objetivos que nos permite establecer un ranking de proveedores con criterios más claros, para destacar públicamente a nuestros mejores proveedores.

Contó con la participación de 56 alumnos provenientes de 42 empresas proveedoras. El 2011, se proyecta ampliar la iniciativa.

Los proveedores que asistieron al curso recibieron los siguientes beneficios desde Sodimac:

- Traspaso de gestión en RS.
- Condiciones de pagos preferenciales.
- Asesoría laboral gratuita y precio preferencial en estudio jurídico para marcas y patentes, entre otras.

En el Diagnóstico de RS del 2008, comparado con el 2009, se puede observar que todos los proveedores que asistieron al curso mejoraron en todos sus índices de Responsabilidad Social.



#### Diagnóstico de RS 2008 v/s 2009

Fuente: Evaluación del curso Producción Responsable, Sodimac y Vincular.

- 4: Implementando
  - 3: Parcialmente implementado
  - 2: No se ha evaluado implementar
  - 1: No implementado
  - 0: No aplica
- 2009: — (línea roja)  
2008: — (línea azul)

## Proveedores PYMES reportando

Durante el 2009, ocho proveedores PYMES desarrollaron su Reporte de Sostenibilidad siguiendo la metodología internacional Global Reporting Initiative (GRI), transformándose en un claro ejemplo de transparencia y avance en Responsabilidad Social, al mostrar su desempeño económico, social y medioambiental.



### -Cuestionario de RSE para proveedores

A comienzos del 2006, Sodimac implementó cuestionarios de Responsabilidad Social para proveedores. El objetivo es que las empresas firmaran una declaración adicional sobre su estado de responsabilidad social.

Se ha logrado que la mayoría de los proveedores se sumen a esta iniciativa, tanto nacional como internacional. Lo que se traduce en que el 62% de los proveedores asiáticos han firmado la suscripción de estos cuestionarios elaborados en inglés y chino mandarín. Además, internacionalmente se aplica la Factory Social Audit, en la cual se visitan las fábricas y se realizan evaluaciones en temas de calidad del producto y Responsabilidad Social relacionadas al formulario.

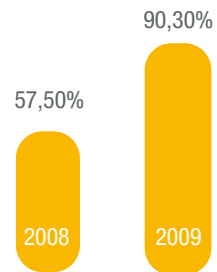
### -Programa de desarrollo de Proveedores de Leña

Generada el 2009, el Programa de Desarrollo de proveedores de Leña busca contribuir a elevar los estándares de sus proveedores de leña pequeños de manera que puedan organizar sus empresas, mejorar los conocimientos y habilidades del manejo de leña, cumplir las exigencias del retail incorporando las variables de control de calidad y sostenibilidad en sus procesos.

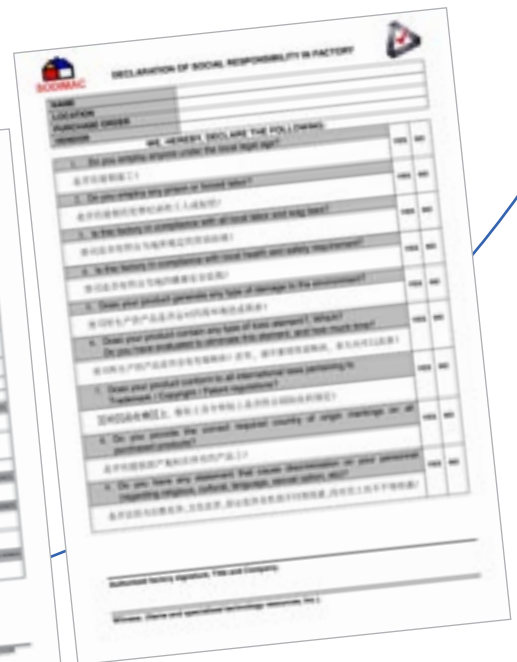
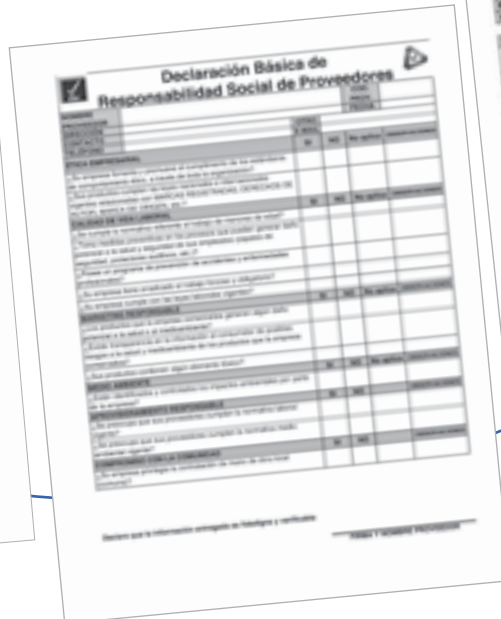
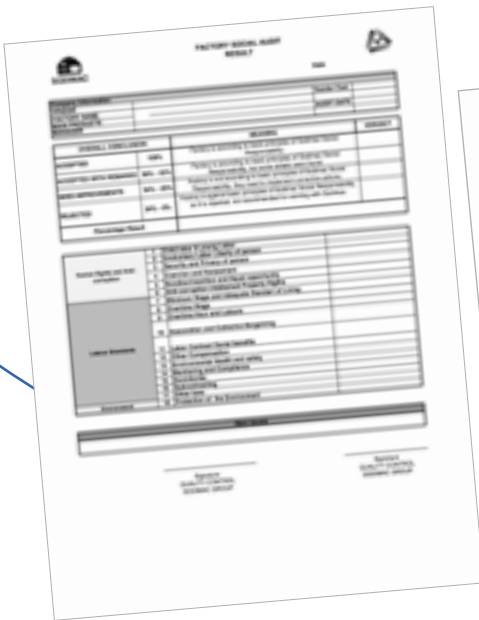
Esta iniciativa fue apoyada por CORFO y la Cámara de Comercio de Santiago, a través de Pyme 21, se capacitó durante un año a 13 pequeñas empresas, de las cuales nueve son proveedores locales de Sodimac y otras que lentamente se han transformado en proveedoras de retail.

Con este programa, se logró mejorar significativamente el promedio de aprobación de las inspecciones realizadas. Es decir, se ha mejorado en los temas técnicos que son evaluados por Control de Calidad:

### Porcentaje de aprobación de las inspecciones realizadas por año



Fuente: Evaluación del Programa de Desarrollo de Proveedores de Leña, Gerencia de Control de Calidad y Soporte Técnico.





Algunos de sus principales resultados:

- Se logró mejorar la calidad de su producto, su competitividad y la sostenibilidad de los proveedores de leña de Sodimac, según los estándares de la Norma Chilena Nch2907 y en plena coherencia con los Planes de Prevención de Descontaminación Ambiental (PPDA).
- Se pudo transferir mejoras en los procesos productivos y de gestión de la empresa en Control de Calidad, Plagas, Norma Chilena y Regulaciones de Leña, Prevención de Riesgos, Gestión Administrativa, Calidad de Vida Laboral, Marketing Responsable y Medio Ambiente. Pero además se establece una ruta de instalación para PYMES de conceptos y prácticas de RS.
- Mejoras concretas en las inspecciones de Calidad realizadas por Sodimac desde diciembre del 2009 hasta julio del 2010. Se obtuvo un 90,3% de las inspecciones Aprobadas, en cir-

cunstancias que el año 2008 sólo el 58% de las inspecciones logró el estándar requerido. Hoy tenemos sólo un 9,7% de rechazos y el año 2008 un 42% de rechazos.

- El porcentaje de cumplimientos de entrega de los proveedores llegó a un 94%, frente a un 80% de cumplimiento en entrega el año 2008.

#### 4. Próximos pasos: diagnostico y ranking de proveedores

La principal meta del programa de Aprovechamiento Responsable es avanzar hacia la masificación de la implementación de la Responsabilidad Social en las empresas proveedoras. Esto se realizará a través de una plataforma tecnológica donde se aplicará un diagnostico general que permitirá conocer el estado de la Responsabilidad Social en proveedores.







*Telefonica*

---





## Informe de Buenas Prácticas 2010

Ámbito:

**Relaciones Laborales**



## Principio 3

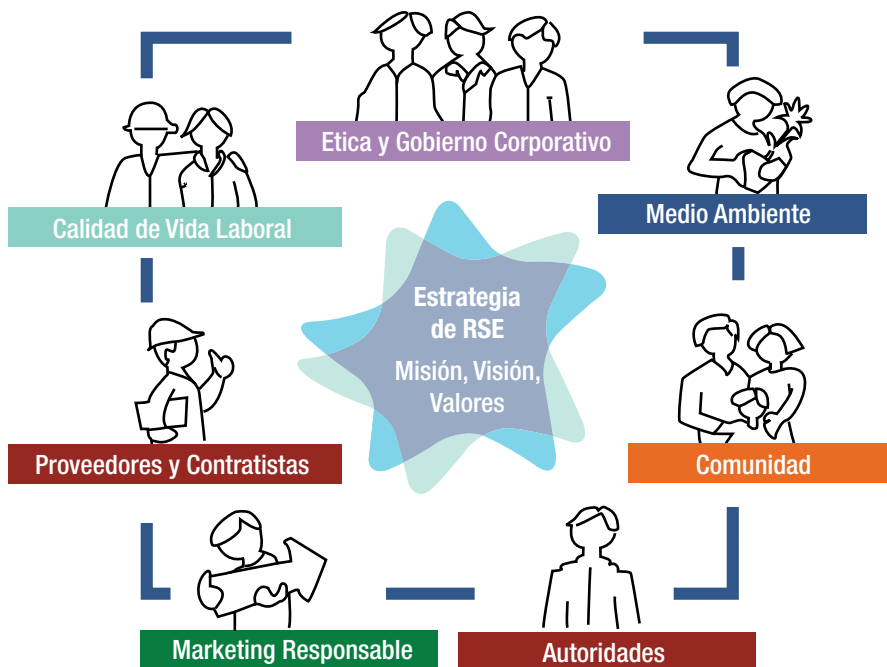


Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva

“ La participación de los sindicatos en la construcción de un sistema de gestión ética en Essbio y Nuevosur fue fundamental para el éxito de la iniciativa, que busca promover el desarrollo e implementación de políticas y procedimientos capaces de prevenir, orientar y solucionar conflictos derivados de una conducta poco ética, que afecten la sostenibilidad de la empresa y sobre todo a sus trabajadores y grupos de interés

Eduardo Abuauad  
Gerente General  
Essbio





### Descripción y estrategia de Essbio y Nuevosur

Essbio y Nuevosur forman la mayor empresa sanitaria de regiones en Chile y la segunda a nivel nacional. Con presencia en 118 localidades y atienden a casi 3 millones de personas en las regiones de O'Higgins, Maule y Biobío (representan el 20.48% del mercado), entregan servicios de producción y abastecimiento de agua potable, descontaminación de aguas servidas y tratamiento de riles.

Desde el 2007 la compañía integra la responsabilidad social en su estrategia de negocio, como parte de su visión, misión y valores corporativos, y de la política de sostenibilidad lanzada en 2010. Esto ha sido plasmado en el plan estratégico 2010-2012, orientado por tres grandes lineamientos: eficiencia, clientes y comunidad y crecimiento.

Su modelo de gestión de la RSE distingue siete dimensiones claves:

- Ética y Gobierno Corporativo.
- Calidad de vida laboral.
- Provedores y contratistas.
- Marketing Responsable,
- Autoridades.
- Comunidad
- Medio Ambiente.

Cada uno de estos aspectos son gestionados y revisados por el Comité de Gestión Transversal, constituido el año 2007, compuesto por 11 ejecutivos de primera línea de Essbio y Nuevosur.

El 2008 Essbio-Nuevosur adhirió al Pacto Global. Ese mismo año, lanzó su primer Reporte de Sostenibilidad, correspondiente al ejercicio 2007, el cual fue distinguido por su descripción ambiental en el marco del concurso del Mejor Reporte de Sustentabilidad organizado por Acción RSE.



Red Pacto Global Chile

Durante el 2009 fue reconocida como una de las 35 mejores empresas para trabajar en la clasificación que realiza Great Place To Work. En 2010, nuevamente fue distinguida y avanzó 12 puestos en el mismo ranking.

El Programa Iguala reconoció su trabajo en pro del desarrollo de prácticas y políticas que favorezcan la inserción laboral de la mujer.

Durante el 2010, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) destacó el Programa de Delegados de Relación Corporativa, que sistematiza la relación entre la compañía y sus grupos de interés. Además, la Corporación de Ayuda al Limitado Visual (Coalivi) reconoció a Essbio por su colaboración permanente con la institución.

## Clave: la participación

Lo fundamental para la construcción de un nuevo Código de Ética fue la participación de los trabajadores. Ellos están representados en 8 sindicatos, con un total de 1.050 socios, que incluyen al 82,1% del total de colaboradores de la empresa.





## Código de Ética: del conflicto a la colaboración

### 1. Diagnóstico: desmenuzar el conflicto

La experiencia de elaborar un Código de Ética no fue fácil para Essbio-Nuevosur. Durante el 2008 ya se había trabajado en una versión anterior, sin embargo no generó empatía con sus trabajadores, principalmente porque ellos no se sintieron partícipes de su construcción y el documento no los invitaba a su cumplimiento ni tampoco fue socializado en forma adecuada.

Eso llevó a que los trabajadores percibieran el código anterior como una amenaza. Incluso, lo enviaron a la Inspección del Trabajo, donde presentaron dos requerimientos pues estimaban que atentaba con los derechos de trabajadores.

Frente a este conflicto, la administración decidió revisar el proceso. Mediante un diagnóstico se evaluó el Código de Ética en cuanto a su pertinencia, adecuación a la realidad de la empresa, necesidad de actualización y otros temas.

A partir de ese diagnóstico, se concluyó que era necesario elaborar uno nuevo. El desafío era hacerlo junto con los sindicatos y los trabajadores, y que estuviera formulado por valores, principios y políticas, incorporando el compromiso de la empresa con sus colaboradores, con una fácil lectura y comprensión, especificando a quién acudir frente a dudas o dilemas y haciendo explícita la libertad de asociación sindical.

### 2. Política: el enfoque de la participación sindical

En Essbio- Nuevosur un clima de trabajo favorable y en condiciones óptimas pasa por fomentar un espacio de trabajo colaborativo. Por eso, constantemente se trabaja con los sindicatos a través de mesas de trabajo regulares y reuniones mensuales con la Gerencia de Personas. Los sindicatos son considerados interlocutores válidos y en conjunto se desarrollan proyectos de interés para ambos.

Se ha implementado una política de puertas abiertas con el objetivo de establecer relaciones cercanas y oportunas entre la administración de la empresa y sus trabajadores, que está a cargo de la Gerencia de Gestión de Personas y su Unidad de Comunicación Interna. A través de ellas se reciben ideas, preguntas, sugerencias y propuestas de todos los trabajadores.

Existen diferentes canales de comunicación con los colaboradores, entre los que destacan: la revista interna mensual "SOMOS", elaborada por una "red de corresponsales" integrada por 30 trabajadores que fueron capacitados en un taller de periodismo básico; y la Intranet, utilizada mayormente en las

oficinas corporativas. Recientemente se puso en marcha un blog interno, en el cual colaboradores y colaboradoras pueden entregar sus opiniones a través de un medio interactivo.

También son especialmente importantes los canales de comunicación presenciales, pues permiten mantener relaciones directas y cercanas. Estos son:

- Comités de novedades: cada dos meses en cada región se reúnen el Gerente General, el Presidente y los trabajadores para tratar temas contingentes, incluyendo preguntas y respuestas.
- Mesas de trabajo: reuniones trimestrales de sindicatos y trabajadores, donde se plantean y revisan diferentes temas.
- Jefes y sindicatos: los sindicatos son representantes de los trabajadores ante la jefatura superior o la Gerencia de Gestión de Personas, a través de vía directa o e-mail.
- Encuentros gerentes en terreno: una vez al mes los gerentes van a diferentes localidades a reunirse con los trabajadores para conocer sus inquietudes y sugerencias.

## Principios de Comunidad

*A través de seis reuniones, los trabajadores agregaron artículos, modificaron contenido y redacción, e incluso establecieron nombres diferentes para cada Código de Ética: el de Essbio se llama Principios de Comunidad y el de Nuevosur se llama Principios de Ética, respetando las particularidades de cada empresa.*

### 3. Implementación: exitosa construcción conjunta del Código

El 2009, en un contexto de comunicación entre los trabajadores y la administración, Essbio-Nuevosur comenzó el proceso de elaboración de un nuevo Código de Ética. Esta vez participaron todos los grupos de interés de Essbio mediante una encuesta. Además del levantamiento de riesgos éticos, se realizaron entrevistas y grupos focales donde se incluyó a todos los niveles: directivos, ejecutivos, mandos medios, operarios y todos los representantes de sindicatos.

El trabajo directo con los sindicatos se realizó en seis sesiones donde se reunieron representantes de los distintos sindicatos. La primera fue una reunión de inicio y constituyó el primer paso para entablar las relaciones de colaboración. Las siguientes fue-

ron instancias donde se revisaron los avances. Y finalmente, en el cierre se expusieron los consensos logrados con respecto al Código de Ética.

El siguiente paso fue elaborar un Sistema de Gestión Ética cuyo objetivo es promover una cultura ética y desarrollar políticas y procedimientos capaces de prevenir, orientar y solucionar eventuales casos de ética que pueden dañar la sostenibilidad de la empresa o afectar a sus trabajadores y grupos de interés. Para esto se establece una estructura de apoyo y capacitaciones para los trabajadores.

Para hacer operativos los Principios de Comunidad, se definió una estructura de apoyo que permitiera establecer canales de comunicación e información y registro claro de situaciones de duda o conflicto ético.

La estructura está conformada por recursos físicos de comunicación y consulta de conflictos éticos, y un sistema de registro de los casos y consultas desarrolladas. El equipo humano está compuesto por:

- **Comité de Ética:** órgano rector de la estructura de apoyo que vela por la aplicación correcta del sistema. Está constituido por ocho personas, seis de ellas ligadas a la Empresa y dos externas. Dentro de las personas ligadas a la empresa hay 3 trabajadores, uno por región. Los integrantes del Comité de Ética son elegidos por el Directorio de la Empresa, en base a una propuesta presentada por el Equipo de Ética, conformado por las gerencias de Auditoría, Gestión de Personas y Relación con la Comunidad y RSE.



- **Coordinador General:** es el responsable de dar forma operacional al Sistema de Gestión Ética y de asegurar su funcionamiento. En Essbio-Nuevosur el Coordinador General es el Gerente de Auditoría, esto permite tomar decisiones, generar investigaciones y relacionarse con los distintos niveles jerárquicos de la empresa.
- **Consejeros de Integridad:** son el primer contacto entre trabajadores y la Estructura de Apoyo. Son 12 trabajadores de las empresas, cuatro en cada región donde opera, cuya función es proveer asistencia frente a inquietudes de integridad. La elección de los Consejeros también fue participativa, ellos fueron propuestos por la gerencia y por los sindicatos y elegidos mediante un proceso de selección externa, de acuerdo al cumplimiento de los requerimientos necesarios para el cargo (perfil). Estos Consejeros son capacitados sobre los Principios de Comunidad y la estructura de apoyo, los canales

de comunicación y registro, diferentes casos de ética y la aplicación del Código de Ética.

También se realizan capacitaciones a todos los colaboradores y a la estructura de apoyo, en base al sistema Capacitación de capacitadores, o sea agentes externos forman a un grupo de la empresa, y luego, ellos capacitan a todos los demás trabajadores.

Gracias a este proceso, que duró un año, se avanzó desde un clima de conflicto a una relación de colaboración. Los sindicatos fueron un pilar fundamental para que el documento dejara de ser una amenaza. El Código se transformó en una herramienta para proteger los intereses de los trabajadores y de la empresa en general, entendiendo que ambos intereses son complementarios y no contrarios.



# Telefónica

---

## Principio 5



Las empresas deben comprometerse con la erradicación del trabajo infantil



*Este 2010 Proniño celebró 10 años contribuyendo a la erradicación del trabajo infantil en Chile. Es una fecha muy significativa porque también cumplimos nuestro compromiso bicentenario de aumentar la cobertura desde 755 niños en 2007 hasta 8.170 beneficiados el año pasado. El Principio 5 del Pacto Global nos inspira a seguir aportando para que más niños y niñas trabajadores se dediquen a jugar y a estudiar*

A handwritten signature in blue ink, reading "Andrés Wallis G." The signature is fluid and cursive.

*Andrés Wallis G.  
Vicepresidente  
Fundación Telefónica en Chile.*







### Telefónica: aumentando el valor a través de la gestión sostenible

**T**elefónica en Chile es parte del Grupo Telefónica, una de las mayores compañías de telecomunicaciones del mundo por capitalización bursátil. Como operador multiproducto, cuenta con más de 10,6 millones de accesos en Chile, en una amplia gama de servicios, incluyendo banda ancha, televisión de pago, telefonía móvil, telefonía local, larga distancia nacional e internacional y servicio de interconexión, entre otros.

Telefónica en Chile cubre el 68,7% de los hogares del país y posee la mayor cobertura en los sectores de menores recursos -más de 70%- y en los sectores rurales -más del 65%-.

La gestión sostenible de su negocio es una oportunidad para diferenciarse y aumentar su valor en el largo plazo. La empresa está orientada a contribuir al progreso de los países en los que está presente, aumentar la satisfacción de sus clientes y empleados, y cuidar el medio ambiente. Su Estrategia de Responsabilidad Corporativa desarrolla tres líneas:



Este Plan Estratégico de Reputación y Responsabilidad se plasma en el *Programa Bravo!*, donde se definen los objetivos comunes hasta el 2012 y se establece el compromiso de Telefónica con la sociedad.





## Programa PRONIÑO: que los niños hagan cosas de niños

El Programa *PRONIÑO* es la principal iniciativa de inversión social de Telefónica, a través del cual se busca contribuir a la erradicación del trabajo infantil y adolescente.

### 1. La constatación de una problemática

Según datos de la Primera Encuesta Nacional de Actividades de Niños y Adolescentes (2003), en las zonas urbanas de Chile existen niños que trabajan vendiendo productos en ferias libres y mercados, ayudando a sus padres en otras actividades comerciales o cuidando automóviles; y niñas que realizan trabajo doméstico, cuidado de hermanos menores y/o adultos mayores. Por su parte, en las zonas rurales existen niños que trabajan como temporeros en las épocas de siembra y cosecha, y en labores de mantenimiento de la tierra. De acuerdo a ese estudio,

en Chile trabaja un 6,6% del total de niños, niñas y adolescentes (NNA), ya sea para el mercado o en quehaceres de su propio hogar.

Ante este problema social, surgió el Programa *PRONIÑO* para promover la escolarización de niños, niñas y jóvenes trabajadores, en zonas urbanas y rurales, y actualmente está presente en siete regiones del país: Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, Maule, Bío Bío y Los Lagos. El desafío fue "Que los niños hagan cosas de niños".

Desde sus inicios, el 2001, su foco de atención fueron los jóvenes entre 15 y 18 años, pues en este grupo se presentaban los mayores casos de deserción escolar y pobreza.

Sin embargo, a partir de 2005 la atención se centra en los más pequeños, ya que es en este grupo donde se pueden alcanzar los mayores cambios en el largo plazo.

### 2. Contribuir a la erradicación del trabajo infantil

La filosofía del programa es "colaborar a erradicar el trabajo infantil a través de la escolarización de niños trabajadores". Con este horizonte, se definieron tres ejes estratégicos de intervención que apuntan al trabajo personalizado con el NNA y su familia, al trabajo de asistencia técnica al establecimiento escolar y el apoyo al entorno. Estos ejes son:

#### 2.1. Primer eje: protección integral

Con un acercamiento personalizado y continuo, *PRONIÑO* hace entrega de becas (uniforme, útiles, transporte y matrícula, cuando sea necesario), trabaja en la salud física y mental de los NNA, realiza talleres de desarrollo personal y reflexión frente al trabajo infantil, junto con otras actividades recreativas, culturales y extraprogramáticas. Además, se apoya a las familias con talleres de capacitación para adultos, habilidades parentales y ayuda psicosocial.



**2.2. Segundo eje: calidad educativa**

Se realizan cursos de perfeccionamiento y entrenamiento para profesores y directivos, y también reforzamiento escolar a NNA, actividades que son desarrolladas por especialistas, contratados por el programa. Dado que no todos los NNA se encuentran escolarizados, en los centros de atención el apoyo escolar es personalizado y se centran en el fortalecimiento de la lecto-escritura y nivelación académica.

**2.3. Tercer eje: fortalecimiento institucional**

Se trabaja con el entorno social del NNA (escuela, familia y contexto social a nivel comunal, regional y nacional) para sensibilizar a los distintos actores sobre la importancia de erradicar el trabajo infantil, mediante una coordinación en red, actividades masivas y promoción de una comunicación eficiente.

Fuente: OIT, MINTRAB, INE, 2003.

SITUACIÓN DE NNA (5 A 17 AÑOS)	Nº DE NNA TRABAJADORES
Trabajo para el mercado	196.104
Trabajo inaceptable	107.676
Trabajo aceptable (en condiciones protegidas)	88.428
Quehaceres del propio hogar	42.083
Total NNA trabajadores	238.187



### 3. Ejecución conjunta para una problemática social

En Chile, el Programa PRONIÑO cumplió diez años. Es ejecutado por el Consejo de Defensa del Niño (Codeni), la Vicaría de la Pastoral Social y de los Trabajadores, y La Protectora de la Infancia.

Participan niños y adolescentes de 4 a 18 años de edad que están en situación de exposición laboral y riesgo de deserción escolar.

En cada comuna se selecciona a las escuelas con alto porcentaje de NNA. El período mínimo de traba-

jo con los establecimientos es de cinco años y luego se evalúa la continuidad del apoyo. Este tiempo permite realizar un diagnóstico de las necesidades y desafíos del establecimiento, y un seguimiento de la intervención.

.Finalmente, también se colabora en la continuación de estudios superiores de adolescentes egresados del Programa, a través de becas de arancel y acompañamiento profesional para su inserción en la educación superior.

En cada uno de los ejes estratégicos del programa se desarrollan las siguientes actividades:

## EJES

DE INTERVENCIÓN	BENEFICIARIOS	ACTIVIDADES
<b>Protección integral</b>  -Retiro  Corto plazo	NNA	Becas.
		Apoyo en salud física y mental.
		Talleres de desarrollo personal y reflexión sobre la problemática de TI.
	FAMILIA	Actividades recreativas, culturales y extraprogramáticas.
		Talleres de capacitación laboral para adultos.
		Talleres de habilidades parentales. Apoyo psicosocial.
<b>Calidad Educativa</b>  -Oportunidad, Prevención  Mediano y Largo plazo	CUERPO DOCENTE	Capacitación en temáticas pedagógico - administrativas y relacionales
		Jornadas de reflexión y discusión sobre TI con cuerpo docente y directivo de cada escuela.
		Capacitación y apoyo en implementación de nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) en el aula.
	NNA	Apoyo pedagógico de beneficiarios del primer y segundo ciclo.
		Apoyo académico a través de la implementación de nuevas TIC en el aula.
		Apoyo centro de alumnos.
<b>Fortalecimiento Socio institucional</b>  -Sostenibilidad y empoderamiento social.  Mediano Plazo	COMUNIDAD LOCAL	Asistencia del técnico social a las reuniones de redes sociales locales.
		Actividades masivas de sensibilización de TI destinadas a la comunidad escolar y la comunidad que circunda la escuela.
		Reuniones de difusión y sensibilización con instituciones y/u organizaciones comunales.
	COMUNIDAD GLOBAL	Convenios de colaboración.
		Alianzas institucionales.
		Conformación de redes.

4. Resultados a 2009

Progresivamente el Programa PRONIÑO ha aumentado su cobertura, incorporando cada año más beneficiarios, regiones y comunas. El año 2005 se beneficiaron 405 NNA (Niños y Niñas Trabajadores) cifra que aumentó a 8.189 en 2010.

Pese a los avances obtenidos en cada año escolar, se advierte que durante las vacaciones aumentan las horas del trabajo infantil, en forma de actividades domésticas y agrícolas.

Otros resultados muestran un aumento significativo (de aproximadamente 20 puntos promedio) del puntaje SIMCE en las escuelas en las que se prestó apoyo, y la implementación con éxito del uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, TIC, en ocho Aulas Fundación Telefónica de los establecimientos, lo que demuestra mejoras en la calidad de la educación.

DISTRIBUCIÓN DE CENTROS DE ATENCIÓN Y ESTABLECIMIENTOS EDUCACIONALES POR REGIONES DE CHILE (2010)

Atacama	5%
Coquimbo	10%
Valparaíso	8%
Metropolitana	40%
Maule	13%
Biobío	14%
Los Lagos	11%

Reconocimientos a Proniño

El programa ha sido reconocido a nivel nacional e internacional. En 2007 recibió el Sello Bicentenario y el galardón al Mejor Proyecto Social y Educativo en TIC, otorgado por la Asociación Chilena de Empresas de Tecnologías de Información (ACTI). El mismo año, la Fundación de las Américas le concedió a Telefónica la Primera Mención de Honor en el marco de Responsabilidad Ciudadana 2007 por el programa.



## Principio 5



Las empresas deben comprometerse con la erradicación del trabajo infantil



*En ACHS el foco de servicio hacia nuestros clientes es la prevención de riesgos, es por esta razón que creamos "Crecer protegido: Manual para la Protección del adolescente trabajador", publicación dirigida especialmente a las PYMES y que busca convertirse en una herramienta útil para los interesados en el tema. Este manual fue realizado en conjunto con la OIT y está dentro de un convenio que suscribimos ambas instituciones*



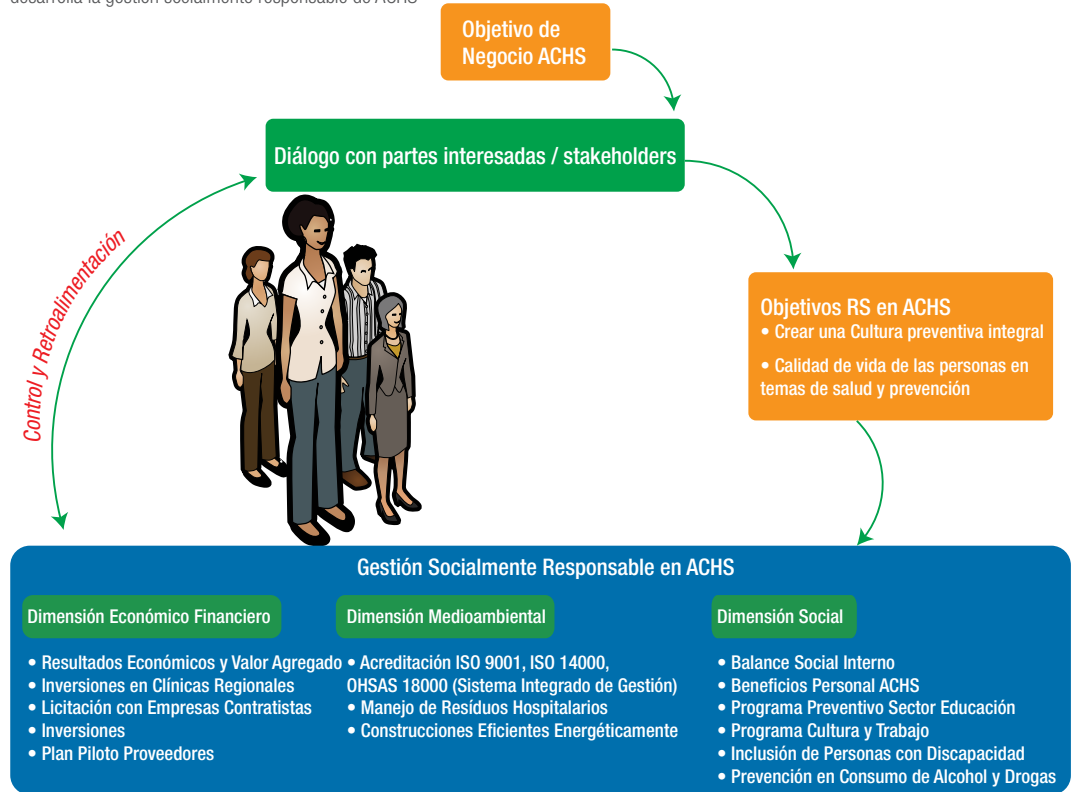
Alfredo Grasset  
Gerente General (i)  
ACHS





### Gestión Socialmente Responsable

En este gráfico queremos ilustrar como se desarrolla la gestión socialmente responsable de ACHS



### ACHS: promoviendo trabajos seguros

La Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) es una corporación de derecho privado sin fines de lucro, que se crea el año 1947. El 23 de enero de 1968 el Gobierno promulga la Ley 16.744 de Seguro Social Obligatorio contra Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales. Para entonces, ACHS ya tenía más de diez años trabajando en la prevención de los riesgos laborales. Este seguro que es universal y obligatorio por ley para las empresas, resguarda los accidentes de trayecto, los accidentes a causa o con ocasión del trabajo y las enfermedades profesionales, que se generan a raíz del desempeño laboral.

Según datos del 2009, entregados en su reporte de sostenibilidad, ACHS cuenta con 37.447 empresas afiliadas y cubre a un total de 1.978.936 trabajadores.

Es responsable de promover trabajos seguros y saludables en sus empresas, entregando servicios en prevención de riesgos, medicina curativa y rehabilitadora, además de prestaciones económicas a través de una red de centros preventivos y de salud.

Toda iniciativa en Responsabilidad Social desarrollada por la ACHS está enmarcada con su operación cotidiana y los lineamientos estratégicos de la organización, los cuales están ligados con su sistema de gestión, asegurando la eficiencia y efectividad de los procesos.

El respeto, seguridad, honradez, tesón, eficiencia, creatividad, colaboración y diligencia son los valores que rigen sus actividades, los cuales están enmarcados en su modelo de Gestión Socialmente Responsable.

Durante el año 2010 la organización recibió diferentes distinciones. Entre ellas estuvo el premio "Mejores empresas para padres y madres que trabajan", reconocimiento otorgado por la Fundación Chile Unido y Revista Ya de El Mercurio. Además



ACHS tuvo un lugar en el ranking de empresas más respetadas, medición realizada por Adimark y publicada en Diario La Segunda, en la cual se obtuvo menciones en compañías que sobresalen por sus aportes en educación, capacitación y/o asistencia social y compañías que se destacan por su probidad y transparencia. Durante el 2010 además se obtuvo el reconocimiento entregado por el Great Place to Work Institute y que reconoce los mejores lugares para trabajar, según los propios trabajadores de las empresas.

## La Ley y los acuerdos vigentes en Chile dicen que...

1. La edad mínima legal para trabajar es 15 años.
2. El máximo de horas semanales de trabajo para adolescentes es 30 horas.
3. Para contratar a un menor de edad se requiere:
  - Certificado que acredite que está cursando educación media o básica.
  - Autorización de adulto responsable.
  - Registrar el contrato en la Inspección del Trabajo.

### Crecer Protegido: Manual para la protección del adolescente trabajador

#### 1. Diagnóstico: radiografía del trabajo infantil

Según los últimos datos entregados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en el mundo hoy existen 215 millones de niños y adolescente de 5 a 17 años que trabajan.

De ellos, 115 millones están sometidos a sus peores formas. Es decir, trabajan en la calle, por más de media jornada, lo que impide la asistencia a la escuela y/o supera lo establecido legalmente para todos los trabajadores.

En Chile, según los datos entregados por la Encuesta Nacional de Actividades de niños y adolescentes de la OIT, el Instituto Nacional de Estadísticas y el Ministerio del Trabajo el año 2003, existen 3,6 millones de niños y adolescentes de 5 a 17 años,

De estos adolescentes, 63.000 trabajan en condiciones aceptables, mientras que 39.000 trabajan en las denominadas peores formas.

Por ley, los adolescentes tienen permitido trabajar un máximo de 30 horas semanales. Sin embargo, aquellos con trabajos inaceptables, lo hacen por 39,3 horas a la semana. Además, sólo el 9% cuenta con un contrato y el resto queda fuera de la protección social. Sólo un 52% asiste a clases, de los cuales un 40,2% presenta deficiencias en el aprendizaje de contenidos esenciales correspondientes a su edad.

Estos trabajadores adolescentes están concentrados principalmente en el comercio por mayor y menor, y en la agricultura, caza y pesca. Un 78,4% trabajan en zonas urbanas y un 21,6% en zonas rurales, los cuales tienen condiciones más precarias que los que trabajan en las ciudades.

Del total de eventos de salud en los adolescentes trabajadores, un 93,2% está relacionado con el trabajo, un 5,9% es un accidente de trayecto y un 0,9% es una enfermedad profesional.

### Distribución de Adolescentes Trabajadores en Condiciones Inaceptables



Fuente: Encuesta Nacional de Actividades de Niños y Adolescentes, OIT-INE-MINTRAB, 2003.

“ A la fecha se han distribuido 800 copias a autoridades de gobierno, empresas afiliadas a la ACHS, principalmente las que tuvieron adolescentes accidentados durante 2009, expertos en Responsabilidad Social Empresarial, ONGs, gremios empresariales, etc.

## 2. Implementación: promover la cultura preventiva integral

La Responsabilidad Social de la ACHS tiene dos objetivos definidos: promover la calidad de vida de las personas en temas de salud y prevención y crear una cultura preventiva integral. De acuerdo a ellos y tomando en cuenta la realidad chilena de los trabajadores adolescentes, ACHS, junto a la Organización Internacional del Trabajo (OIT) desarrolló “Crecer Protegido: Manual para la Protección del Adolescente Trabajador”.

El Manual se enmarca en el convenio de colaboración mutua que la OIT firmó con la ACHS el 15 de enero del año 2010. **El objetivo es promover el cumplimiento de las condiciones legales de trabajo de adolescentes entre 15 y 17 años, y prevenir los accidentes del trabajo y enfermedades profesionales a las cuales se ven expuestos.**

Está dirigido especialmente a las minipymes y pymes, porque no cuentan con departamentos específicos que se preocupen de temas de calidad de vida laboral como las grandes organizaciones.





## 10 acciones para proteger a los adolescentes trabajadores

Luego de ocho meses de trabajo entre la ACHS y la OIT, donde cada una aportó sus conocimientos y experiencia, el 31 de agosto del 2010 se lanzó "Crece Protegido: Manual para la Protección del Adolescente Trabajador". El documento propone 10 acciones que pueden desarrollar las empresas para proteger a los adolescentes trabajadores.

### 2.1. Conozca la Ley nº 20.189

Cumplir con la Ley es el mínimo exigible a las organizaciones que emplean a menores de edad. La Ley nº 20.189, promulgada el año 2007, modifica el Código del Trabajo, en lo relativo a la admisión al empleo de los menores de edad y al cumplimiento de la obligación escolar. Es de suma importancia que el empleador se comprometa con la calidad de vida laboral de aquellos trabajadores que tienen entre 15 y 17 años, pues la Ley estipula obligaciones con respecto al contrato de trabajo y la extensión de la jornada laboral.

### 2.2. Evalúe la realidad de su empresa

Toda empresa debe tener clara su situación con respecto al trabajo de adolescentes. Es importante que chequee si tiene a adolescentes trabajando en la organización, qué trabajos están realizando, de qué manera y bajo qué circunstancias.

### 2.3. Promueva la asistencia a la escuela

La legislación exige que todo adolescente trabajador debe estar matriculado en un establecimiento educacional. Sin embargo, como organización, se pueden establecer incentivos para la incorporación y retención de menores de edad en la escuela. Estos pueden ser: apoyar económicamente, ser flexible con el horario laboral y proporcionar un mejor empleo cuando el adolescente termine su enseñanza media.

### 2.4. Incentive un contexto de desarrollo

Una organización que emplea a adolescentes debe tener especial cuidado con los ambientes que lo rodean en su actividad. Por esto, se pueden poner en práctica diferentes iniciativas que permitan tener contextos de crecimiento, aprendizaje y desarrollo,

tales como: entregar condiciones adecuadas para trabajar, en un lugar limpio y grato; establecer sistemas de comunicación entre la gerencia y los trabajadores; impulsar la capacitación que favorezca su desarrollo profesional futuro; y promocionar la continuidad de estudios, sobre todo superiores.

### 2.5. Acompañamiento

Acompañar a los adolescentes requiere un gran compromiso de parte de los empleadores, donde es necesario dejar de lado las relaciones de autoridad y subordinación y comenzar a practicar acuerdos basados en el respeto y la dignidad de las personas. Esto se puede lograr con una política de puertas abiertas o con el apoyo en el proceso formativo del adolescente.

### 2.6. Apoyos especiales

La organización puede apoyar al adolescente en temas ajenos al trabajo, como familiares y sociales, con diferentes iniciativas como: incentivar el desarrollo de la familia de los trabajadores, entregar una alimentación balanceada y otorgar bonos especiales, como ropa de trabajo o libros que apoyen sus estudios.

*Con estas 10 acciones, ACHS y OIT esperan que las empresas cumplan con las condiciones legales de trabajo de los adolescentes y se prevengan los accidentes del trabajo y enfermedades profesionales a las que se ven expuestos, reconociendo que son los más vulnerables, pues están en plena etapa de desarrollo físico, cognitivo y emocional.*

### 2.7. Integre a la familia

La familia es primordial para el desarrollo del adolescente, pues es uno de los ejes principales de influencia y formación. Sería útil entregar una carta para la familia informando de la contratación del adolescente u organizar una visita de la familia a la empresa.

### 2.8. Seguridad y salud ocupacional

Entregar todo lo necesario para que el adolescente pueda desempeñarse seguro en su lugar de trabajo es vital para toda organización que los emplee. Por eso es primordial otorgar un contrato de trabajo, proveer de elementos de protección personal y establecer regulaciones claras al respecto.

### 2.9. Compromiso de conducta ética

Todas las empresas deberían elaborar un Código de Ética, pero es fundamental en el caso de aquellas que emplean a adolescentes, pues describe sus derechos básicos y estándares mínimos que se compromete a respetar en la relación con estos trabajadores.

### 2.10. Comparta el Manual para la protección del adolescente trabajador

Es importante que el Manual para la Protección del Adolescente Trabajador sea difundido en toda la organización, pues el compromiso con el bienestar del adolescente trabajador debe ser de todas las personas, lo que incluye el equipo directivo, la cadena de proveedores y el personal interno. Además se contribuye a mejorar las prácticas con respecto al adolescente trabajador si se comparte con amigos o colegas que formen parte de otras organizaciones.





## Principio 6



Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación



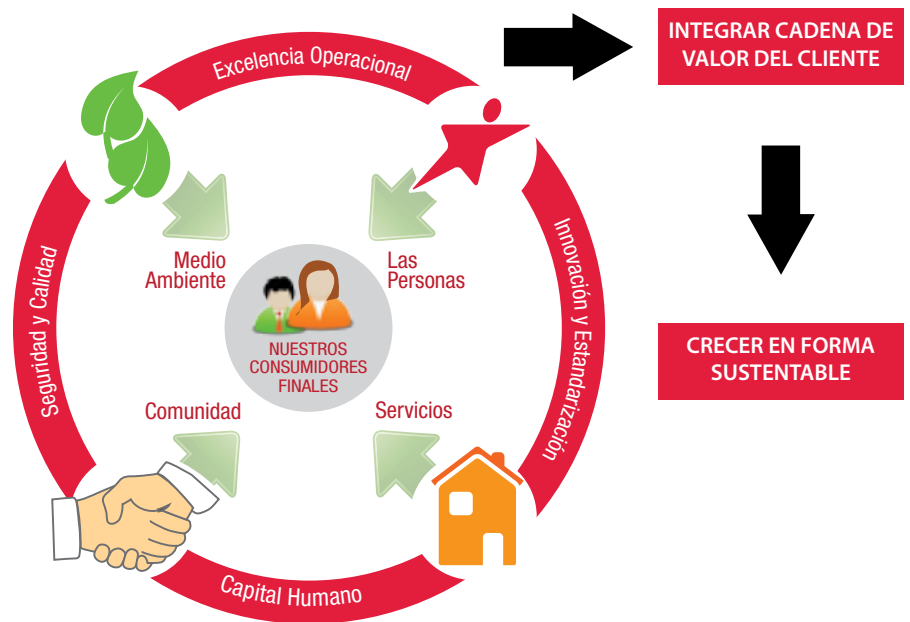
*Una empresa como la nuestra, que debe atender necesidades de consumidores tan diversos en la minería, la salud, la educación, empresas e industrias, requiere que cada miembro de la compañía promueva y entienda la diversidad del ser humano como un motor importante de la misión del negocio. En este sentido nuestro programa de inclusión laboral de personas con capacidades diferentes juega un rol fundamental*

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Pablo Achurra". The signature is fluid and cursive.

*Pablo Achurra  
Gerente General  
Aramark*



## Modelo de Negocio



### Descripción y estrategia de Aramark Central Restaurantes

**A**ramark es una de las compañías privadas más grande de Estados Unidos- Su casa matriz está en Filadelfia y ocupa el N° 23 en el Ranking Forbes. Con más de 70 años de experiencia, posee operaciones en 22 países con servicios de alimentación, gestión de instalaciones y *retail* en el mercado de la salud, educación e industrias.

En Chile, Aramark da trabajo a más de 23 mil personas, entregando servicios de alimentación a instituciones educativas, de salud, empresas e industrias, mineras y cafeterías. Cuenta con certificación en ISO 9001-2000, APL, OHSAS 18001.

En el año 2004 se creó el área de Responsabilidad Social Sustentable (RSS) con el objetivo de integrar armónicamente el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medioambiente. En este marco, Aramark desarrolla diferentes iniciativas,

apostando por las relaciones a largo plazo basadas en el diálogo franco y el respeto a sus clientes y socios comunitarios.

Dentro del modelo de negocio, el foco principal es impactar positivamente la calidad de vida laboral de los trabajadores, asegurando una experiencia de servicio altamente satisfactoria. Cada uno de los pilares de la oferta de valor está fundado por procesos en los que se busca la excelencia.

El área de RSS está orientada a generar vínculos transversales con los stakeholders de la compañía, a través de la implementación de cinco programas de sostenibilidad en sus distintas líneas de negocio y en sinergia con el cliente.



## Apuesta por la inclusión laboral de personas con discapacidad

### 1. Diagnóstico: creer en las diferentes capacidades

Aramark es una empresa de personas al servicio de las personas. Integrada por profesionales comprometidos con la excelencia, que desarrollan y mantienen una posición de liderazgo, congregando y apoyando el activo más valioso y destacado: el compromiso, la creatividad y la competencia de su gente.

De ahí que la inclusión laboral de Personas con Discapacidad (PcD) sea una prioridad. Según estudios realizados, Aramark destaca que tienen una mayor

índice de permanencia en el puesto de trabajo y un menor ausentismo, con lo que su rendimiento es igual o mejor que el de la población general.

Esto es especialmente relevante para empresas de este rubro, por la alta tasa de rotación laboral de cargos como Auxiliares de Casino y Servicios que se había observado en la compañía. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la rotación en Chile en el sector servicios es de un 21,1%, particularmente alta si se considera que no se trabaja por proyectos y, por lo tanto, los puestos de trabajo son estables.

La rotación del personal es un problema para toda empresa, dado los altos costos que tiene la búsqueda y selección de recursos humanos, a lo que se suma la capacitación que requieren los nuevos empleados.

Por eso se considera que los beneficios de la inclusión son mutuos, ya que la integración de nueva mano de obra conlleva implícitamente ganancias para cada una de las partes involucradas. Por el lado de la compañía, ésta apuesta a las capacidades del nuevo trabajador y el desempeño que pueda lograr, mejorando sus niveles de permanencia en el trabajo y disminuyendo el ausentismo. Por otro, el empleado adquiere competencias en el ámbito profesional, personal y económico, además de estar insertos en un mercado laboral, del que muchas veces las personas con capacidades diferentes se ven marginadas.

### Modelo de Intervención Comunitaria

### 2. Políticas: modelo de intervención comunitaria

En sus operaciones y su RSS la empresa aplica el Modelo de Intervención Comunitaria, basado en la importancia de generar un proceso participativo con las distintas comunidades del área de influencia de la compañía.

En la primera etapa se realiza un diagnóstico, catastro y conocimiento de los diferentes actores del territorio, a través del diálogo permanente y estudios de percepción. Con esto se logra conocer y priorizar las necesidades para trabajar en conjunto, y se evalúan programas de acción.

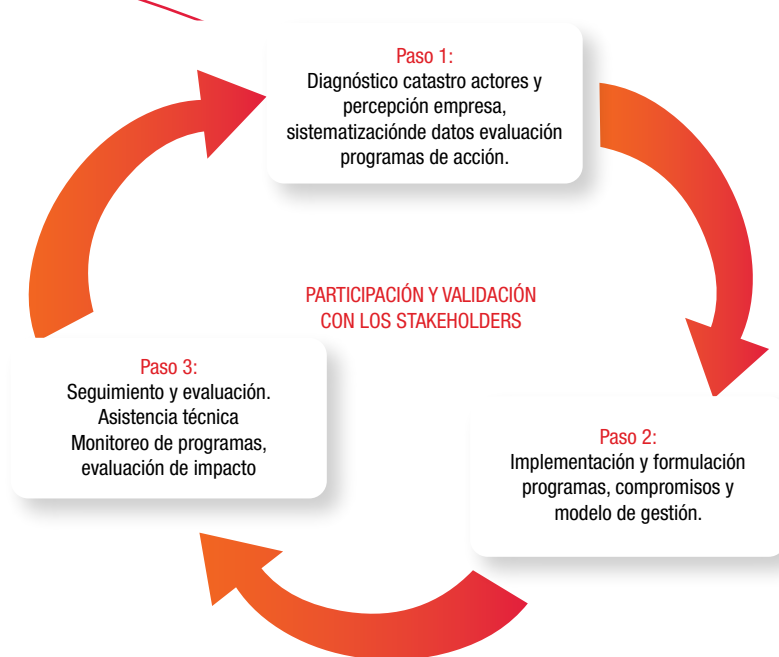
La segunda etapa es de implementación y formulación de los programas comprometidos. Finalmente, en la tercera etapa fase se evalúa, se realiza un seguimiento y se entrega la asistencia técnica necesaria para la mejora permanente del programa.

De acuerdo a este proceso, para la Inclusión Laboral de PcD, Aramark se desarrolló un Modelo de Funcionamiento que viene de la Rehabilitación Profesional, basado en el proceso bilateral entre

las organizaciones que desarrollan iniciativas de intermediación laboral para este tipo de personas y la empresa.

Según este modelo, se seleccionan a quienes cuentan con habilidades para el trabajo. Luego el equipo de Aramark realiza la capacitación y el seguimiento permanente del alumno incorporado.

Los jóvenes con discapacidad se incorporan a un período de práctica de tres meses. Una vez finalizada esta etapa, se realiza una evaluación y se decide la contratación del trabajador. Los tipos de discapacidad de las personas consideradas en el programa son principalmente intelectuales, sensorial, física y psíquica.



### 3. Implementación

A la fecha, más de 40 clientes de Aramark le han abierto las puertas a este programa, enfocado a realizar una intervención de trascendencia individual para a este grupo, que debe ser uno de los más frágiles de la población activa.

Se ha trabajado con diversas fundaciones como son Coanil, Tacal y Rostros Nuevos, la Escuela Juan Sandoval Carrasco, Instituto de Rehabilitación Pedro Aguirre Cerda, Universidad Central, Municipalidad de Las Condes y Municipalidad de Huechuraba y el Centro de Capacitación Santiago D-84, que dan el soporte para la selección y capacitación de los miembros del programa.

### Evolución del Programa 2000 - 2010



## Acciones complementarias: capacitación escolar

Durante 2008 se creó el Programa de Capacitación Escolar, orientado a entregar conocimientos en gastronomía básica a jóvenes con discapacidad integrados en el sistema de educación regular.

El programa piloto se desarrolló en el colegio Francisco de Miranda en noviembre de ese año. En total se capacitó a cuatro jóvenes entre 15 y 21 años con síndrome de Down en temas relacionados con repostería básica, manipulación higiénica de alimentos y cocina general. De esta forma, el programa contribuye a su autonomía, desarrollo laboral y futura incorporación al mundo del trabajo.



#### 4. Evaluación: los beneficios de la inclusión laboral

Para la empresa el éxito del programa radica en que, además de mejorar la calidad de vida de los contratados, ellos tienen una alta permanencia en la empresa, lo que se traduce en ganancias a nivel económico y laboral. Es decir, todos se benefician.

En las encuestas realizadas a las jefaturas que adhieren al programa, ellas dan cuenta de una mejora en el clima laboral de los equipos de trabajo. En una entrevista un administrador de casino afirma: *"No me hace toda la pega...pero no importa, tengo la seguridad que va a venir contento a trabajar todos los días, es más comprometido con su trabajo que el resto de sus compañeros"*.

En el programa se ha priorizado la calidad versus cantidad, aplicando en forma rigurosa el modelo y se trabaja con una preocupación especial por cada alumno en práctica incorporado.

Las cifras describen el éxito del programa. Lo que se inició con cinco contratados iniciales, hoy alcanza 60 personas con contrato, más 98 alumnos en práctica. Ellos entregan servicios a 42 clientes y participan en 55 operaciones de Aramark.





## Indicadores y resultados 2010

INDICADOR	RESULTADO
Alumnos en Práctica	96
Contratados	60
Clientes Aramark	42
Operaciones Aramark	55

## Reconocimientos

El viernes 5 de noviembre de 2010 se entregó la 8ª versión del Premio AmCham al Buen Ciudadano Empresarial, que promueve la realización de programas de RSE en beneficio de la comunidad. Este año, el Gran Premio recayó sobre esta iniciativa de Aramark, destacada por su labor en la inclusión de discapacitados.

Además, este programa recibió el reconocimiento de International Innovation in Diversity Awards en agosto de 2010, por la innovación en el enfoque de las iniciativas orientadas a promover la diversidad.



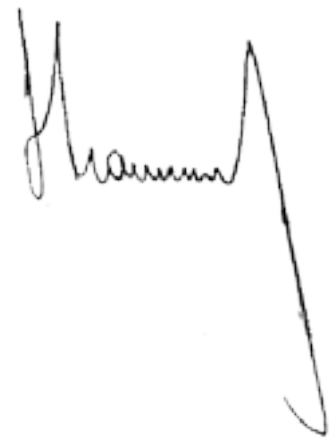
## Principio 6



Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación



*Independientemente del género, Bagó reconoce el aporte de su personal para cumplir con la misión y lograr sus resultados. La implementación de la estrategia de negocios requiere de la gestión de personas, lo cual se refleja en las políticas de Buenas Prácticas Laborales con Equidad de Género que son una dimensión fundamental de la equidad social y la no discriminación laboral*



Juan Araneda Angulo  
Gerente General  
Laboratorio Bagó



## Bagó integra el enfoque de género en su gestión

Laboratorio Bagó Chile forma parte de la Corporación Bagó, uno de los grupos empresariales más grandes de América Latina, que además tiene actividad en el sector de distribución de fármacos, seguros de vida e investigación biológica.

Fundada en 1934 en Buenos Aires, al poco tiempo la empresa comenzó a exportar sus productos a países de América y Europa. A partir de la década de 1960, Laboratorios Bagó asentó su expansión en Latinoamérica, llegando hoy a tener 18 filiales en la región.

En Chile está presente desde hace 60 años como Laboratorio Bagó Chile. En este tiempo se ha convertido en uno de los cinco líderes del mercado farmacéutico chileno. Su planta farmacéutica está certificada con las normas *Good Manufacturing*

*Practice* recomendadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS).

La compañía se identifica con la frase "Ética al servicio de la salud", que refleja un compromiso con todos aquellos con quienes se vincula: médicos y pacientes, empleados, proveedores, comunidades y la sociedad en general.

En el área de la RSE, Laboratorio Bagó ha desarrollado un "Plan de acción" al interior de la empresa dirigido a sus trabajadores y trabajadoras, que integra diversas iniciativas en las áreas de capacitación, selección de personal e inducción laboral, motivación y respeto a la dignidad humana. Todas ellas comparten el enfoque de equidad de género, con el fin de favorecer la inserción laboral de la mujer.

Laboratorio Bagó se ha involucrado con importantes instancias en el ámbito de la equidad de género:

- La gerencia de RR.HH participó en el comité Asesor de empresas de Buenas Prácticas Laborales con Equidad de Género del Servicio



Nacional de la Mujer (SERNAM).

- Obtuvo el reconocimiento de la ex Presidenta de la República y de la ex ministra del SERNAM, por ser una empresa donde se ha aplicado con éxito el modelo de Equidad de Género IGUALA.
- Llevó a cabo la escrituración e implementación de la "Política de Equidad de Género y Buenas Prácticas Laborales" (BPL).

## Propuesta de inserción laboral de la mujer

La elaboración de un "Plan de acción" para contribuir al desarrollo social, profesional y económico de los trabajadores y trabajadoras, está directamente relacionado con la estrategia de negocios de Bagó Chile.

Las "Buenas Prácticas Laborales" (BPL) son utilizadas como una herramienta de gestión, a partir de la cual la empresa no sólo se preocupa por su producción, sino también por el impacto que produce en las personas.

Esta preocupación pasa a ser parte habitual e integral de su gestión como empresa, lo que la hace un efectivo impulsor económico.

## 1. Estrategia desde dentro de la empresa

El "Plan de acción" está orientado al fortalecer un clima de entendimiento y cooperación entre la empresa y los trabajadores (as). Ha sido planteado desde el foco de la equidad de género, lo que significa que incentiva acciones orientadas a igualar las oportunidades de trabajo en la empresa y facilitar a los trabajadores y trabajadoras la posibilidad de compatibilizar su desempeño laboral, con el personal y familiar.

A través de su implementación Bagó se propone generar un sistema productivo de alta competitividad. Esto significa: aumentar la productividad, disminuir la tasa de accidentes, fidelizar a sus clientes internos, fomentar la eficiencia en la gestión y contar con trabajadores y trabajadoras más informados, con mayor preparación, con más incentivo en su desempeño y en su relación y grado de compromiso con la compañía.

## 2. Igualamiento de oportunidades

El plan está integrado por una serie de iniciativas en distintas áreas de relaciones con los trabajadores y trabajadoras. Pone especial énfasis en el igualamiento de oportunidades laborales de hombres y mujeres. Aunque no todas las acciones exigen una inversión económica, sí requieren de un cambio de actitud.





## Selección de personal e inducción laboral

- Redacción y difusión de la "Política de Equidad de Género y Buenas Prácticas Laborales" a toda la empresa a través de intranet y reuniones con colaboradores internos y externos.
- Introducción de modificaciones al Instructivo RH-INS-03 con técnicas de análisis de contenido con perspectiva de género, evitando un lenguaje sexista en los llamados a concurso.
- Aplicación de pautas de entrevista estructurada durante el proceso de selección a cada postulante conforme a la descripción del cargo para evitar posibles sesgos de género.
- Formalización con Liceo Industrial y universidades para realización de prácticas profesionales en Bagó. Durante 2009 y a la fecha, se han recibido a 10 practicantes mujeres en carreras masculinizadas.
- Descripción de cargo se realiza conforme a perfil de competencia usando enfoque de género.

## Capacitación

- Taller de Selección por Competencias con enfoque de género, el que se está usando actualmente en la selección de personal.
- Inclusión de mujeres en instancias de capacitación tradicionalmente realizadas por hombres, llegando a igualar la proporción de participación. Como por ejemplo: Máster en gestión de negocio, 5° Congreso Científico Profesional, Curso de Técnica de Ingeniería Farmacéutica Avanzada, Técnicas básicas para la mantención industrial.

## Respeto a la dignidad humana

- Realización de charla de prevención del acoso laboral y sexual.
- Charla de violencia intrafamiliar (VIF) y su relación con los espacios laborales.
- Formación de Monitoras en primera acogida para personas víctimas de VIF.
- Análisis de casos víctimas de VIF.
- Escrituración y difusión de medidas para prevenir la VIF.
- Charla Importancia de conciliación vida laboral, familiar y personal

## Motivación

- Utilización de perspectiva de género en la descripción y promoción de los integrantes de la empresa. Esta práctica puede verse en el pie de página del correo electrónico, en publicaciones Bagovito e Intranet.
- La promoción de cargos considera como eje constitutivo la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, esto se ha difundido al interior de la empresa.
- Realización de paseo familiar y celebraciones del día del padre, la madre y el niño. Estas iniciativas dan cuenta del esfuerzo por favorecer la compatibilización entre la vida familiar y el desarrollo laboral.
- Apoyo en el pago de la mensualidad a los trabajadores y trabajadoras que practican algún deporte.
- Difusión permanente de beneficios recreacionales y vacacionales de la Caja de Compensación, convenio Recrear.





### 3. Un recuento de lo implementado

En su primera etapa el autodiagnóstico de Buenas Prácticas Laborales con Equidad de Género alcanzó un 52%, el que se incrementó a un 61% con la implementación consideradas en el "Plan de acción".

A continuación un detalle de los talleres internos realizados conforme al Plan:

- Taller de selección de personal por competencia con enfoque de género (4).
- Programación Neurolingüística (4).
- Charla de enfermedades propias del género (2).
- Taller de acoso laboral y sexual (3).
- Taller de manualidades (viernes), por un periodo de cuatro meses
- Taller de Baile terapia (de junio a noviembre 2010, por un período de seis meses)
- Taller de Integración y trabajo en equipo en el área de finanzas (1),
- Actividad *out doors* (1).
- Taller Gestión de sí mismo (3)

### 4. Próximos pasos: metas inmediatas

El desafío de Laboratorio Bagó Chile es implementar una Política de conciliación laboral, familiar y personal, desde una perspectiva de promoción de igualdad de oportunidades de desarrollo y de responsabilidad para trabajadoras y trabajadores de la empresa.

Existen otras acciones agendadas para el 2010, que componen las metas más inmediatas con respecto al cumplimiento del Plan de Acción. Ellas son:

- Encuentro matrimonial (Diciembre, 2010)
- Navidad Bagó (Diciembre, 2010 )
- Escuela de verano para hijos (Enero, 2011)
- Paseo familiar (Enero, 2011)





## **IGUALA y Laboratorio Bagó Chile**

*El “Plan de acción” se nutre y complementa con los aportes estratégicos del Sello IGUALA, avalado por el Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM) en Chile, para privilegiar que el trabajo se realice en condiciones de igualdad de género entre sus trabajadores y trabajadoras.*

*Este compromiso se traduce en: integrar a las mujeres a los cargos directivos en paridad y equilibrio, superar la discriminación salarial y mejorar las condiciones de trabajo y vida laboral.*



**MASISA**  
más confianza



Universidad Austral de Chile  
*Conocimiento y Naturaleza*



  
**MUTUAL**  
de seguridad **CCHC**



Grupo  
**Polpaico**  
Construyendo Confianza



Ámbito:

**Medio Ambiente**

## Principio 7



Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente



*El enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente es uno de los ejes estratégicos de la política de desarrollo sostenible de Masisa, a través de la cual reafirmamos nuestra preocupación por el uso sustentable de los recursos, la incorporación de la ecoeficiencia y la administración del riesgo ambiental en la toma de decisiones, en línea con nuestro enfoque empresarial de Triple Resultado*

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Gastón Urmeneta'.

*Gastón Urmeneta  
Gerente General  
Masisa Chile*







## Descripción y estrategia de Masisa

**D**edicada a la producción de tableros de madera para muebles y arquitectura de interiores, Masisa cuenta con un patrimonio de 225 mil hectáreas de plantaciones de pino y eucaliptus, distribuidas en cuatro países: Chile, Argentina, Brasil y Venezuela. Además de más 65 mil hectáreas de reservas y protección de bosques. Para la producción industrial, posee 12 complejos industriales en la región.

La empresa tomó el compromiso de administrar su negocio de manera sostenible, conjugando variables sociales y ambientales con las económicas. Las certificaciones externas y el uso del Sustainability Scorecard (SSC) son las bases de su gestión, gracias a los que han integrado los temas sociales y ambientales en la estrategia, en la evaluación de desempeño y en los nuevos proyectos de inversión.

Este trabajo comenzó tempranamente. En 2002 la empresa publicó su primer Reporte de Sostenibilidad y adhirieron al Pacto Global. Luego, en 2003

certificó su patrimonio forestal FSC y comenzó a medir su huella ambiental. Desde entonces desarrolla iniciativas que destacan por su innovación, y que se realizan de acuerdo a los más altos estándares de sostenibilidad en el mundo, asumiendo un desafío constante de mejora. Actualmente, la empresa cuenta con las certificaciones ISO 14.001, OHSAS 18.001 e ISO 9.001, SCS sobre material reciclado y E1 de baja emisión de formaldehído, entre otras.

Durante el año 2010 recibió el reconocimiento de "Empresa ejemplar en materia de Responsabilidad Social de Latinoamérica", por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y Forum Empresas. Asimismo ese año, Masisa ocupó el primer lugar en Transparencia Corporativa en Chile, en la primera medición del Índice de Transparencia Corporativa (ITC) 2010, realizado por la Universidad del Desarrollo (UDD) y la consultora Inteligencia de Negocios (IdN). También Masisa fue reconocida por su Responsabilidad Social Corporativa, reconocimiento que entrega anualmente CIDERE Bío Bío a la empresa que destaque por su compromiso con el desarrollo sustentable, y su política y gestión de Responsabilidad Social integral y permanente dirigida a todos sus públicos de interés.



## Comprometidos con la reducción de la Huella Ambiental

Masisa se preocupa de la huella que deja en el medio ambiente, incluso desde antes que estas prácticas se institucionalizaran bajo políticas.

Además de la temprana medición de indicadores de salud y seguridad ocupacional en todas las instalaciones, el 2003 Masisa inició la medición de la Huella Ambiental, con el objetivo de lograr la reducción en la utilización de recursos naturales generando iniciativas concretas de eco eficiencia.

## Cambio Climático: líder en medición de emisiones CO2

Masisa posee un balance positivo de CO2. No obstante, el 2006 la compañía ingresó al mercado voluntario de carbono, Chicago Climate Exchange (CCX), comprometiéndose a reducir sus emisiones directas de CO2 en un 6% al 2010, respecto de su línea de base. Compromiso que se cumplió según lo establecido.

Adicionalmente, a fines del 2009 se inició un proceso de consolidación y el cálculo de la huella de carbono de Masisa. Esto incluyó todas las emisiones, directas e indirectas presentes en el Ciclo de Vida de los productos.

En septiembre de 2009, Masisa se integró al Carbon Disclosure Project, la iniciativa global en la cual las empresas entregan información sobre sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), sus estrategias para reducirlas y su visión sobre la capitalización de las oportunidades para sus negocios. Masisa fue pionera en Latinoamérica en participar voluntariamente en esta iniciativa.

RESUMEN DE EMISIONES 2010 POR TIPO	TON. CO2 EQ/AÑO
Emisiones directas	102.955
Emisiones indirectas	108.015
Otras emisiones indirectas	103.933
Emisiones totales	314.963

**Masisa ha reducido 636.000 ton. CO2 eq. en el período 2003 - 2010, cifra verificada y oficial ante el CCX**

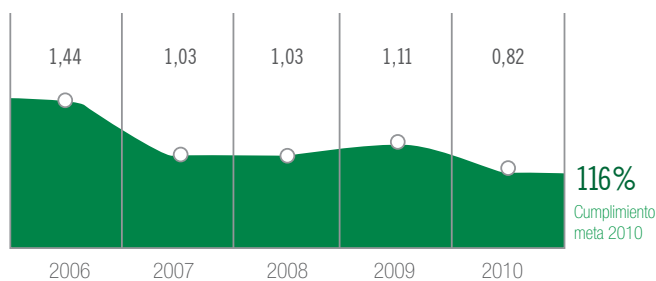


## La industria forestal y la prevención del cambio climático

La industria forestal realiza una enorme contribución a la prevención del cambio climático por la captura de CO<sub>2</sub> de sus bosques.

Masisa ha reducido 636.000 ton. CO<sub>2</sub> eq. en el período 2003 - 2010, cifra verificada y oficial ante el CCX.

Evaluación de la eficiencia del consumo de agua (m<sup>3</sup>/m<sup>3</sup> de producción)



### Gestión de la Huella del Agua: eficiencia y responsabilidad

Uno de los grandes compromisos de Masisa con el medio ambiente es el cuidado del agua, que se expresa en dos principios: procurar un uso eficiente del agua y cuidar su calidad mediante la responsabilidad en las descargas de efluentes industriales y sanitarios

Las fuentes de abastecimiento de agua de las plantas de Masisa provienen principalmente de punteras en Chile.

Mediante la optimización de procesos de producción se ha logrado disminuir la razón entre el con-

sumo total de agua y la producción de tableros y maderas cerrando circuitos de efluentes.

Respecto de los efluentes industriales y sanitarios, las plantas de Masisa continúan operando sin descargar efluentes industriales con excepción de Cabrero Tableros, que cuenta con una planta de tratamiento que permite que las descargas cumplan con la legislación.

Durante el 2010, Masisa desarrolló la primera aproximación a la medición de la huella del agua. En este estudio se identificó que el mayor impacto en el agua se produce en el área forestal. Además sirvió para plantearse los siguientes desafíos:

- Perfeccionar los modelos y ajustarlo a realidades locales.

- Desarrollar estudios que permitan recabar datos más precisos.
- Influir significativamente a la cadena de abastecimiento.



## Concurso de Diseño para Estudiantes 2010

Instaurado en 1992, Masisa desarrolló un concurso orientado a estudiantes de las carreras de diseño, arquitectura y afines.

El 2010, la invitación a los jóvenes fue incentivar la creatividad, la sustentabilidad y la innovación tecnológica por medio del diseño, con un objeto que sea capaz de responder a las exigencias de la industria del mueble actual.

En su versión 2010, el ganador internacional fue el proyecto “EME” de jóvenes de Chile, una estantería modular de tableros Masisa MDF, unidos con velcros ajustables y reutilizables que permite conectar las piezas en distintas direcciones y modificar el diseño mediante la inclusión o exclusión de módulos.

### Innovación: creación de ambientes sostenibles

Según cifras de Chile Green Building Council (organización que promueve la construcción sustentable en Chile), los edificios representan 17% del uso de agua, 25% del uso de madera, 33% de las emisiones de CO<sub>2</sub> y 40% del uso de energía y materiales. Ante estos niveles de consumo, Masisa se ha comprometido con la generación de productos para la construcción sustentable.

En esta línea, durante el 2009, la empresa ingresó a Chile Green Building Council. En 2010, Masisa trabajó en liderar esta materia, impulsando productos y servicios que promuevan ambientes sostenibles:

- Las líneas de melaminas nativas, inspiradas en los árboles autóctonos que replican las vetas de las maderas, están pensadas en satisfacer las necesidades de los clientes y contribuir a la disminución de la explotación indiscriminada de los bosques.

- Masisa fabrica productos de baja emisión de formaldehído, según la norma europea E1, asegurando el bienestar y la salud de las personas.
- Los bosques de Masisa son manejados bajo altos estándares medio ambientales, como la certificación internacional FSC (Forest Stewardship Council).
- En la producción de tableros MDF, se utiliza un porcentaje de madera recuperada de otros procesos productivos. Esto cuenta con la certificación SCS de contenido reciclado.
- Los tableros de Masisa Melanina cuentan con una protección antimicrobiana exclusiva y natural, que disminuye en un 99,9% la presencia de bacterias y moho en la superficie de los muebles, haciéndolos más seguros e higiénicos.

Recientemente, MASISA culminó la realización de un estudio técnico de todos los productos de MASISA y su aporte a la certificación internacional LEED de construcción sustentable.

De esta manera, tras algunos ajustes en el proceso productivo, MASISA ofrece un mix de productos que contribuyen a la construcción sustentable en las categorías nuevas construcciones (NC), interiores comerciales (CI) establecimientos educativos (SCH) y núcleos y envolventes (CS), donde los productos Masisa aportan a los créditos contenido de material reciclado, materiales regionales y maderas certificadas.

Cabe destacar, que las investigaciones demuestran que el uso de la madera como material de construcción contribuye al medio ambiente y al uso eficiente de la energía, ya que genera menos emisiones de CO<sub>2</sub>, en comparación con otros materiales.





Cada m<sup>3</sup> de madera que reemplaza a otro material de construcción evita una emisión de 2 toneladas de CO<sup>2</sup> en promedio (Tackle Climate Change: Use Wood, 2006. European Parliament)







Unilever

## Principio 7



Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente



*La preocupación permanente de Unilever en materia de sustentabilidad se ha traducido en la utilización constante de la innovación como herramienta de desarrollo. Es por ello, que a través de la mejora continua de todas nuestras operaciones, vamos a estar aportando a que las pequeñas acciones generen grandes cambios en todo el ciclo de vida de nuestros productos*

Ignacio Hojas  
Gerente General  
Unilever Chile





### Descripción y estrategia RSE

**U**nilever es una empresa líder del mundo en productos de consumo. Se creó en 1930 y actualmente, opera en más de 150 países y está presente en la mayoría de los mercados, en los cuales se adapta a la realidad local buscando agregar vitalidad a la vida de millones de personas de acuerdo a las necesidades de las diferentes naciones.

Cuenta con más de 400 marcas en los rubros de alimentación, cuidado del hogar y cuidado personal.

En Chile, Unilever participa en el rubro de alimentos, cuidado del hogar y cuidado personal, con marcas tales como:

### Marcas de Unilever comercializadas en Chile.

Alimentos	Cuidado del Hogar	Cuidado Personal
Ades	Cif	Axe
Bonella	OMO	LeSancy
Bresler	Drive	Pepsodent
Dorina	Quix	Dove
Hellman's	Vim	Rexona
JB	Soft	Sedal
Knorr	Rinso	Clear
Lipton		
Maizena		
Malloa		
Té Club		



La visión que inspira el desarrollo de la compañía es crear un futuro mejor, en el que miles de millones de personas mejoren su calidad de vida a través de marcas y servicios que son buenos para ellos y para otros, inspirándolos a tomar pequeñas acciones para lograr una gran diferencia, sin aumentar su impacto en el medio ambiente.

La sustentabilidad es parte central de la estrategia del negocio, y en este sentido la compañía busca desarrollar nuevas formas de hacer negocio, que le permita doblar su tamaño, reduciendo sus impactos ambientales.

Es por esta razón que recientemente Unilever ha lanzado el Sustainable Living Plan (USLP) que propone tres objetivos al 2020 los cuales serán llevados a la realidad de los diferentes países en donde la compañía está inserta:

- Ayudar a más de mil millones de personas a tomar medidas que permitan mejorar su salud y bienestar.
- Desacoplar el crecimiento de la empresa del impacto ambiental, generando reducciones en todo el ciclo de vida de los productos. La meta es reducir en un 50% el impacto ambiental en la producción y uso de sus productos.
- Mejorar la calidad de vida de cientos de miles de personas que participan a lo largo de su cadena de suministro.

En los últimos tres años la compañía ha recibido distinciones importantes por su desempeño en Chile. Entre ellas:

- La Cámara Nacional de Comercio (CNC) le entregó el 2008 el "Premio Nacional de Eficiencia Energética".
- En los años 2009 y 2010 Unilever fue reconocida con el cuarto lugar entre las "Mejores empresas para padres y madres que trabajan", premio entregado por El Mercurio y Fundación Chile Unido.
- También el 2010, recibió el primer lugar entre las "Empresas mejor preparadas para el cambio climático", otorgado por Fundación Chile y Revista Capital. Un gran reconocimiento al compromiso que ha demostrado con la sostenibilidad.

“ *Crecer a cualquier costo no es viable (...). Queremos ser un negocio sustentable en todos los sentidos* ”

**Paul Polman,**  
CEO Unilever



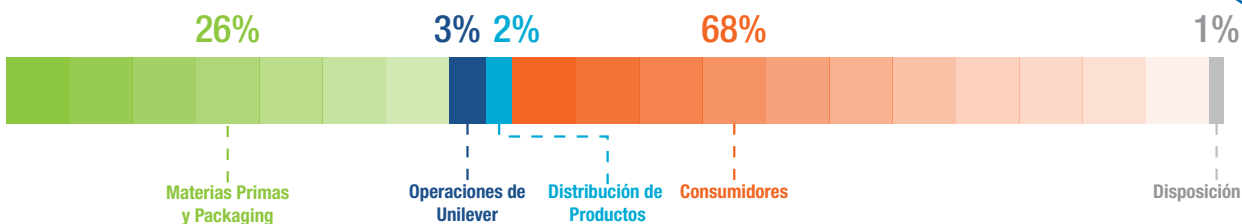
## Disminuir el impacto del ciclo de vida de los productos

Unilever ha desarrollado un trabajo profundo en la disminución de los impactos ambientales en todo el ciclo de vida de sus productos. La premisa es que esta disminución se mantenga a pesar del crecimiento del negocio; es decir, producir el doble no puede significar contaminar el doble.

### 1. Medición de impactos de producción y consumo

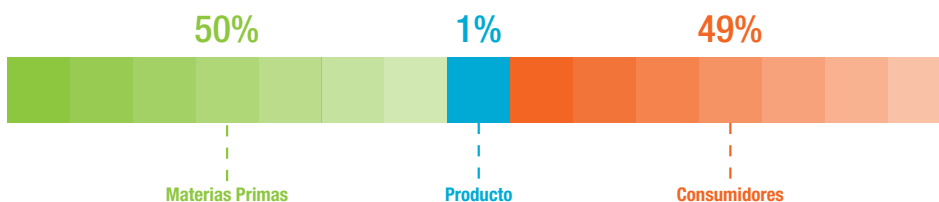
La compañía se ha esforzado por medir cada uno de sus impactos. Esta medición incluye la huella de carbono, el consumo de agua y la generación de residuos a lo largo del ciclo de vida de sus productos. Este estudio se realiza en los países y también a nivel global anualmente.

Huella de Carbono del ciclo de vida de los productos de Unilever, 2009



Fuente: Unilever Sustainability Report 2009

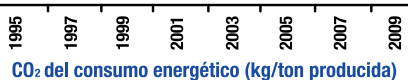
Consumo de agua a lo largo del ciclo de vida de los productos de Unilever, 2009



Fuente: Unilever Sustainability Report 2009

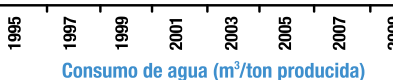
### Gases Efecto Invernadero

- 61%



### Agua

- 82%



### Residuos

- 69%



Fuente: Unilever Chile Factories 2009



Estos resultados muestran un compromiso y avance de Unilever en la reducción de los impactos, sobre todo en los relacionados con el uso de materias primas y la elaboración de productos.

Los impactos que produce el consumo aún son altos, y por ello Unilever ve en dicha etapa del ciclo de vida de sus productos un desafío importante en el cual se están enfocando los esfuerzos.

### 2. Hacia la reducción de sus impactos

El trabajo en la reducción de impactos medioambientales de los productos es un desafío continuo para Unilever. Por esto, buscará incorporar prácticas en su desempeño que permitan el desarrollo de innovaciones que tengan consideradas las variables ambientales.

Unilever tiene el foco en los siguientes temas medioambientales:

**Environmental Impact**  
Sustancia on Environmental Metrics

New Product: [New Concentrated Tea]  
Comparison Product: [Front Loading Dish Detergent NEW LEAF24\_23]

Category Priority	Environmental Metric (per consumer use)	Metric Measurement		Expected to Change vs Comparison	Directional View: New Product Impact on Category Average
		Comparison	New Product		
High	Sustainable Sourcing			Less sustainably sourced materials	Worse
High	Waste	0.49	2	124 %	Worse
Low	Greenhouse Gases	6.15	2.2	-11 %	Better
Low	Water	0	0	0 %	Same

### 3. INOPLAN: introducción de criterios medioambientales

Unilever a nivel global cuenta con una herramienta de innovación llamada INOPLAN, plataforma interactiva en la cual se evalúan y aprueban todas las nuevas iniciativas de las diferentes áreas de la empresa según criterios de producción, marketing y otros. Dicha herramienta siempre ha considerado los criterios medioambientales para la evaluación y

desarrollo de los proyectos, sin embargo, el 2009 dichos criterios pasaron a ser mandatorios para el avance de los proyectos.

Los criterios medioambientales están incluidos en INOPLAN través de cuatro dimensiones: recursos sostenibles, residuos, huella de carbono y consumo de agua. Cada iniciativa introducida a INOPLAN debe mostrar su desempeño en estos criterios, siendo evaluada respecto del producto actual con un

## Reducción de empaque de los productos

El empaque de los productos de Unilever es uno de los puntos considerados en la sustentabilidad ambiental de la compañía.

Por eso, hoy cuenta con estudios de reducción de empaque en productos de diversas categorías, entre los que destacan té y margarinas; y otros ya implementados tales como:

- Puré de papas Knorr: reducción de un 13% del laminado utilizado en su empaque.
- Desodorantes: cambio de diseño del formato de roll – on utilizando un 18% menos de plástico en su empaque.

## Productos amigables

Unilever innovó en la producción de **Drive Líquido y Quix** utilizando tecnología que los hiciera más eficientes.

Esta medida permitió:

- Ahorrar hasta el 70% de agua a lo largo de todo el ciclo de vida.
- Ahorrar hasta el 40% de combustibles utilizados en su transporte por la reducción de la magnitud del producto.
- Ahorrar hasta un 30% de plástico de envasado por la reducción del tamaño del producto.
- Ahorrar hasta un 20% de cartón de las cajas en las que los productos son trasladados.



sistema cromático gradual similar al de un semáforo, como se ve en la siguiente imagen:

Si bien el buen desempeño respecto de estos criterios aún no es condición obligatoria para la aprobación de nuevos productos, el "sistema de semáforo" permite tomar en cuenta estas variables, si es que

los resultados son visiblemente negativos (con la presencia de muchos resultados en rojo).

Las últimas innovaciones logradas en Unilever con respecto a productos nuevos más sostenibles han ido en dos líneas: la reducción de materiales de empaque y la creación de productos amigables con el medio ambiente, como se muestra a continuación:

Temas	Metas Ambientales Unilever del 2010
<p><b>Recursos sustentables</b></p> <p>Más de dos tercios de las materias primas que utiliza Unilever provienen de la agricultura. A la compañía le interesa la forma en que se obtienen los cultivos y busca asegurar provisiones futuras sustentables</p>	<p>Lograr que el 100% de las materias primas agrícolas que utiliza Unilever sean sustentables.</p>
<p><b>Residuos</b></p> <p>Los residuos generados por las industrias afectan los paisajes, ríos, océanos y calles. Desde la fabricación hasta la compra de los productos de Unilever, la compañía se preocupa por reducir, reutilizar, reciclar y eliminar los materiales del envasado.</p>	<p>Reducir a la mitad los residuos asociados a la disposición final de los productos.</p>
<p><b>Reducción de la Huella de Carbono</b></p> <p>Unilever maneja un conjunto de metas exigentes en cuanto a la reducción de las emisiones de gas efecto invernadero y se compromete con el trabajo conjunto con gobiernos y socios para alcanzar el creciente desafío en relación al cambio climático.</p>	<p>Reducir a la mitad la emisión de gases de efecto invernadero a lo largo del ciclo de vida de los productos, desde la obtención de materias primas hasta el uso de los consumidores y su posterior disposición.</p>
<p><b>Agua</b></p> <p>Los productos de Unilever necesitan agua en cada etapa de su ciclo de vida, desde la producción y procesamiento de materias primas, hasta el uso por parte de sus consumidores.</p>	<p>Reducir a la mitad el agua asociada con el uso de los productos por parte de los consumidores.</p>



**PRODUCTOS AMIGABLES**



## Principio 7



Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente

“ La Universidad Austral de Chile está comprometida con disminuir los impactos ambientales derivados de las actividades que se realizan en sus campus, y también a enseñar a sus miembros que la responsabilidad ambiental no es una conducta que se aplique en el futuro, sino hoy, para ponerla en práctica en la búsqueda permanente de nuevos conocimientos

Victor Cubillos G.  
Rector  
Universidad Austral de Chile





## La Universidad y su Responsabilidad Social

La Universidad Austral de Chile (UACH) fue fundada en 1954 y pertenece al Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas y a la Red Universitaria Cruz del Sur. Se encuentra re-acreditada por la Comisión Nacional de Acreditación hasta el año 2015 en todas sus áreas donde trabaja actualmente. Su sede central se ubica en la ciudad de Valdivia donde posee dos Campus (Isla Teja y Miraflores), tiene una Sede en Puerto Montt, presencia en Osorno y Coyhaique, además de una Oficina de Representación en Santiago.

Imparte un total de 50 carreras, 38 en Valdivia, 10 en Puerto Montt y dos programas de Bachillerato en Coyhaique.

Es una comunidad académica dedicada a la enseñanza superior, al cultivo de la ciencia y a la difusión de la cultura en el ámbito nacional e internacional.

Mediante sus acciones se ha propuesto contribuir con eficiencia y calidad al desarrollo y bienestar del país, especialmente de la zona sur y austral de Chile, formando profesionales y graduados ética y socialmente comprometidos, e investigando en las diversas áreas del conocimiento científico, tecnológico, humanístico y social.

Durante los 10 últimos años, en respuesta a los crecientes problemas ambientales que enfrenta la sociedad, la Universidad ha incorporado competencias en sus estudiantes, entre las cuales es explícito el "Compromiso con el conocimiento, la naturaleza, el desarrollo sostenible y la Responsabilidad Social".

La Universidad Austral de Chile también ha implementado distintos programas de uso responsable de energías; ha incorporado asignaturas relacionadas con medio ambiente y responsabilidad social en sus programas de pre y postgrado; colabora en la resolución de conflictos ambientales de la comunidad local; apoya la investigación asociada a evaluación de impactos ambientales. De igual modo, para resolver sus propias externalidades ambientales, creó una Unidad de Gestión Ambiental, que es la responsable del Sistema de Manejo Integral de Residuos.



## Sistema de Gestión Ambiental: minimizar impactos y optimizar recursos

A fines de la década de 1990, la UACH, al igual que la mayoría de las instituciones y empresas en Chile, eliminaba sus residuos tanto sólidos como líquidos en condiciones ambientalmente inadecuadas. No tenía incorporado dentro de su quehacer, sistemas de gestión ambiental que disminuyeran el uso indiscriminado de recursos, pues sólo se trabajaba en forma reactiva desde el punto de vista de las externalidades ambientales, sin aplicar medidas de prevención.

En aquel tiempo, el país comenzaba a aplicar una incipiente legislación ambiental y las instituciones debieron ir paulatinamente acomodando sus procesos a este nuevo escenario.



### 1. Enfrentar el desafío

Más allá de sólo dar cumplimiento a la legislación vigente en manejo de residuos, la Universidad decidió enfrentar la creciente problemática ambiental mediante el desarrollo de nuevas estrategias de trabajo, aplicando conceptos de sostenibilidad y producción limpia, implementando un Sistema de Gestión Ambiental. A ello se sumó el compromiso educativo de preparar profesionales capaces de dar respuestas a las actuales necesidades de la sociedad en materia de cuidado del medio ambiente, reafirmando lo que señala su slogan: "Conocimiento y Naturaleza".

El objetivo del Sistema de Gestión Ambiental es minimizar los diferentes riesgos e impactos ambientales y optimizar el uso de los recursos. En el año 2001, la implementación y operación del Sistema quedó bajo la responsabilidad del "Proyecto de Administración Ambiental Corporativo", que posteriormente

se transformó en la Unidad de Gestión Ambiental, la cual cuenta con profesionales y personal calificado.

En este contexto, el Sistema de Gestión incorporó como pilares de su actividad la educación de la comunidad universitaria, un adecuado soporte físico para la gestión de los residuos y el concepto de "mejora continua" como estrategia para adecuarse a las nuevas exigencias ambientales y normativas.

También se consideró como parte del Sistema a toda la comunidad universitaria, por lo que se invitó expresamente a académicos, funcionarios y estudiantes, a asumir una participación responsable y comprometida para el éxito de la iniciativa.



## 2. En la práctica: sistema de manejo integral de residuos

La educación de la comunidad universitaria en los diversos ámbitos del Sistema de Gestión Ambiental se realiza mediante la difusión de procedimientos, buenas prácticas ambientales y medidas de minimización de residuos a través de talleres, clases y otros medios de difusión.

Para dar soporte a esta operación, se construyó la Unidad de Manejo Integral de Residuos, se instaló una Red de Puntos de Reciclaje dentro de los campus y se implementaron procedimientos de segregación, acumulación en origen, recolección, transporte y disposición final de residuos peligrosos, radiactivos, biológicos y generales. El programa de reciclaje actualmente incluye papel y cartón, vidrios, plásticos, aluminios, metales, chatarra electrónica, *cartridges* y *tonners*.

El Manejo Integral de Residuos constituye una práctica permanente y obligatoria en los campus Miraflores e Isla Teja en Valdivia. La Sede Puerto Montt y aquellas unidades que geográficamente están alejadas de la Casa Central, deben registrarse de acuerdo a los principios establecidos, utilizando los procedimientos internos como orientación para gestionar sus residuos, de acuerdo a los medios de que disponen.







### 3. Evaluación de los impactos generados

Mediante la incorporación del concepto de "reducción en origen" se ha disminuido en un 12% la cantidad de residuos generados entre el período 2008-2010.

Durante el 2010 se ha logrado reciclar un 15% del total de residuos generados (papel, aluminio, plástico y otros destinados a reciclaje por empresas externas). Durante los últimos cinco años, el reciclaje no superaba el 5% del total de residuos.

Se ha mejorado la internalización de los procedimientos internos de manejo de residuos. En el 2010 el número de requerimientos para gestionar de acuerdo a procedimientos internos la chatarra electrónica, que antes se eliminaba como residuo asimilable a domiciliario, se aumentó en un 150% respecto del 2009.

Otro ejemplo del buen manejo de residuos es el 100% de cumplimiento del Programa de Monitoreo Mensual de RILES, exigido y fiscalizado por la Superintendencia de Servicios Sanitarios (DS 90/2001, MINSEGPRES) a partir del 2006.

A esto se suman el aumento de iniciativas estudiantiles voluntarias asociadas al cuidado del medio ambiente -trabajos, prácticas, tesis, proyectos concursables y otros-. También se ha consolidado una red de colaboración con instituciones públicas y privadas en manejo de residuos y temáticas afines, lo que ha permitido trabajar en conjunto para la resolución de problemas ambientales, actividades de educación y capacitación técnica, así como participación en ferias ambientales.



Entre los problemas que se afrontaron en el desarrollo de este Sistema de Gestión, destacan:

## Problemas y soluciones

Dificultades	Soluciones
Dificultad para adoptar en forma permanente nuevas conductas asociadas al consumo responsable y a la adecuada acumulación de residuos.	Se desarrolló un programa de monitoreo y reforzamiento permanente de conductas esperadas.
Dificultad para internalizar en las distintas actividades de la universidad, los principios de sostenibilidad y producción limpia, que deben ser enfrentadas como responsabilidades individuales y colectivas.	Se realiza un trabajo de sensibilización a la comunidad mediante exposiciones y talleres.  Además se incorporó conceptos de educación ambiental, producción limpia y sostenibilidad en ramos de formación general en las carreras de la UACH, durante todo el proceso de formación.





## Principio 8



Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental

“ El Cambio Climático es uno de los grandes desafíos de la humanidad que hoy las empresas estamos tomando muy en serio. En el caso de VTR, hemos decidido enfrentar este tema tanto en nuestras operaciones, como con nuestros proveedores, colaboradores y sus familias. Nos hemos comprometido con medir nuestra huella de carbono e implementar planes de mitigación que contribuirán de manera sustancial a reducir nuestro impacto en el medio ambiente

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Ramos'.

Mauricio Ramos  
Presidente Ejecutivo  
VTR





### Descripción y estrategia: VTR

**V**TR es una de las compañías más importantes en telecomunicaciones de Chile. Controla la mayoría del mercado de TV Cable e Internet, con un 49% y un 38% respectivamente, y un 18% de la telefonía fija.

Con más de 3500 trabajadores, cubre la demanda y las necesidades de más de 1 millón de clientes en 49 ciudades del país, entre Arica y Coyhaique.

La Estrategia de Sostenibilidad de VTR comenzó a delinearse el año 2008, cuando la compañía tomó la decisión de desarrollar un plan de gestión que considerara las expectativas de sus grupos de interés. Tras dos consultas, VTR identificó y priorizó estas expectativas y elaboró el mapa de temas relevantes, con orientaciones, metas y objetivos específicos para cada uno de ellos.

Estos temas se trabajan a través de un Comité de Sostenibilidad, compuesto por altos ejecutivos de VTR.

El 2010 fue exitoso para la empresa, obtuvo el 6º lugar en el ranking Great Place to Work; y estuvo entre las 18 empresas más responsable de Chile, de acuerdo al Ranking Nacional de Responsabilidad Empresarial realizado por ProHumana. Estos premios se suman a los reconocimientos recibidos durante 2009 por mejor descripción de la relación con grupos de interés en el Premio al Mejor Reporte de Sustentabilidad realizado por Acción RSE, el Premio E-Waste de Recycla; y segundo lugar del Premio a la Innovación en Recursos Humanos al Programa Somos Familia de Meta 4.



**Foco de los esfuerzos de VTR**



**El cuidado medioambiental en el corazón del negocio**

**1. Responder a las expectativas con un foco claro en los temas relevantes**

La labor realizada por VTR en materia ambiental no solo está íntimamente ligado con su negocio, sino que además le ha permitido avanzar hacia una identificación de los ejes estratégicos en este ámbito, que responden -a su vez- a las expectativas expresadas por sus grupos de interés en los diálogos realizados.

Hoy, los esfuerzos que despliega la empresa en materia de protección del medio ambiente se organizan en tres grandes áreas de trabajo:

**2. Política: el primer paso hacia el cuidado del medio ambiente**

El 2008 VTR formalizó una Política de Compromiso Ambiental y Procedimientos de Reciclaje de Residuos.

Con esta política se dio inicio a la incorporación de este tema como eje estratégico, con el objetivo de reducir el impacto de la operación en el entorno y generar conciencia sobre la importancia del cuidado del medio ambiente entre los trabajadores de la compañía.



**Gestión de residuos y reciclaje**

Este foco de acción considera todos aquellos proyectos tendientes a garantizar la destrucción, disposición o reutilización de los desechos generados por VTR según la normativa vigente.



**Ecoeficiencia**

Incluye el diseño y la incorporación de nuevos sistemas o tecnologías que permitan la reducción del consumo energético de las redes de la empresa, así como la optimización de sus recursos.

**Cambio Climático**

Contempla todas las acciones que tienen por fin reducir las emisiones de CO<sup>2</sup>, sensibilizar a los colaboradores de la compañía sobre los riesgos del calentamiento global e impulsar conductas pro ambientales.





## Fiber Deep

Actualmente, la empresa cuenta con tecnología HFC en todo Chile. Esta es una red híbrida que utiliza fibra óptica y cable coaxial.

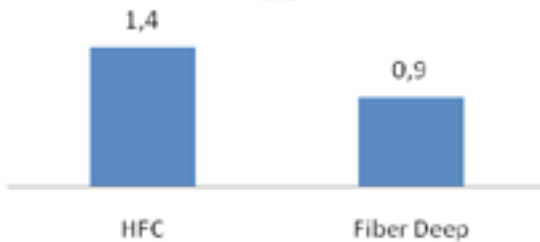
La nueva tecnología Fiber Deep permite incrementar los tramos de fibra óptica, acercándolos cada vez más a los hogares, y reducir en consecuencia los de cable coaxial, así como los amplificadores y sistemas electrónicos que éstos requieren.

Este modelo, pionero en el país, tiene beneficios directos en términos de servicio al cliente y eficiencia del negocio.

La primera experiencia a gran escala con Fiber Deep fue realizada en 8.700 hogares de Calama, en la Región de Antofagasta. A partir de este proceso, el sistema se adoptó como estándar nacional y a fines del 2008, todos los proyectos de expansión de la red VTR estaban siendo construidos con este estándar, con un total de 70.000 hogares cubiertos.

En el 2009, la cobertura de esta tecnología rondaba en el 20% del total de la red; el 2010 alcanzó 25%.

Consumo de energía cada 500 hogares en KW



### 3. Implementación: mitigar impactos

En concreto la empresa se comprometió a respetar la normativa ambiental, promover la ecoeficiencia en la operación y fomentar la co-creación de valor con la comunidad, a través del programa de reciclaje y gestión de residuos.

#### 3.1 Ecoeficiencia energética

VTR busca la reducción significativa de su gasto en energía eléctrica, a través de la incorporación de diferentes tecnologías eficientes.

Durante el 2009 se desarrollaron diferentes proyectos, como el estudio para evaluar la conveniencia de cambiar el actual sistema de iluminación por otro

con tecnología LEED. Como resultado, el 2010 se consideró un nuevo sistema de refrigeración y se planteó el desafío de renovar la iluminaria.

En la Región Metropolitana se reemplazó el sistema *Cornerstone* por la tecnología de telefonía IP, que cuenta con mejores atributos para los clientes y reduce el gasto energético.

El proyecto emblemático es el uso de la tecnología *Fiber Deep* en la red de la señal de VTR que permite un uso más intensivo de fibra óptica, mejorando la calidad de servicio con más ancho de banda. Además, esta tecnología reduce considerablemente el consumo de electricidad de las redes VTR en un 30%.



### 3.2 Gestión de residuos y reciclaje

VTR genera residuos principalmente electrónicos, como cables coaxiales, piezas de computadores, baterías de nodos de red, etc. Estos se dividen en residuos electrónicos peligrosos y no peligrosos, según su impacto en el medio ambiente y los riesgos para las personas.

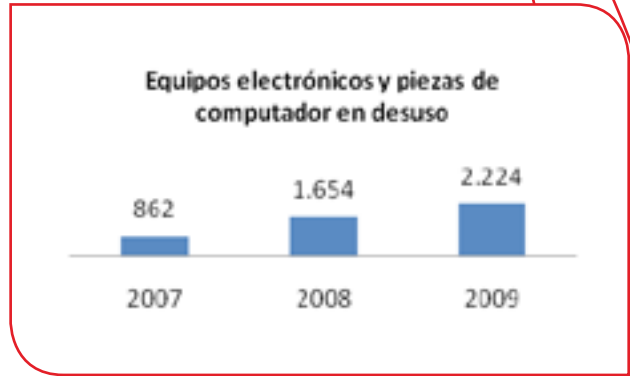
#### Gestión de Residuos Peligrosos

Esta categoría incluye equipos electrónicos, componentes de computadores y fuentes de poder. Las dos primeras son consideradas riesgosas por haber sido fabricados con sustancias nocivas para el ecosistema y las personas.

Para su retiro, la compañía cuenta con los servicios de Recycla. Durante el 2009 aumentó en un 34,5% las unidades recibidas en calidad de residuos respecto del 2008.

Respecto de las fuentes de poder, VTR las trata como peligrosas pese a que la tecnología que utilizan garantiza que su impacto sobre el medio ambiente y las personas es cada vez menor. Estos elementos son gestionados por Socmetal, quien recibió el año 2009 un 12,5% más de residuos en comparación a 2008.

Con el fin de facilitar la captación de residuos peligrosos, durante el 2009 VTR instaló un contenedor especialmente diseñado para estos efectos en sus oficinas operacionales. Además, capacitó a 90 técnicos en el manejo de residuos electrónicos.



### Gestión de residuos no peligrosos

La mayoría de los residuos no peligrosos de VTR corresponden a cable coaxial de distintos tipos. El resto corresponden a conectores, filtros y maderas.

En 2009 se generó 525 toneladas de este tipo de residuos, un 63,7% menos que el año anterior.

Uno de los principales hitos en esta materia fue la extensión del uso de contenedores hacia Viña del Mar. La firma MIDAS es quien contribuye con el reciclaje y disposición de este material.



## Boleta electrónica

VTR logró que un 20% de sus clientes (alrededor de 200.000 hogares) se suscribieran automáticamente a la boleta electrónica.

En términos de impacto ambiental, dejar de imprimir esta cantidad de boletas equivale al año a:

- 296 árboles sin talar.
- 7920 lt de agua.
- 136.800 KW.
- 756 kg de contaminantes atmosféricos.
- 324 kg de contaminantes de agua.
- 1.584 kg de desechos sólidos.

### 4. Próximos pasos: más y mejores cuidados al medio ambiente

El desafío de VTR es mantener su compromiso con el cuidado del medio ambiente, abarcando cada vez más las operaciones a nivel nacional y dando continuidad al desarrollo de iniciativas en las tres líneas ya definidas: Ecoeficiencia, Gestión de Residuos y Desafío Climático.

Específicamente, los compromisos que tiene asumido VTR actualmente son:

Ecoeficiencia: avanzar en la incorporación de un nuevo y más eficiente sistema de climatización e iluminación, y lograr la disminución del 30% del consumo de energía producto de la utilización de Fiber Deep.

Gestión de residuos: instalar jaulas de captación de residuos peligrosos en todas las zonas operacionales de VTR y contenedores de captación de residuos no peligrosos en Copiapó y Talcahuano. Además, se tiene planificado capacitar a los proveedores en el manejo de residuos electrónicos e instalar en las oficinas operacionales de Santiago, zonas de reciclaje y dar a conocer el nuevo cuerpo de normas y procedimientos para el tratamiento de residuos electrónicos.

Desafío climático: Durante el 2010, VTR midió por primera vez sus emisiones de CO2 en conformidad al protocolo internacional Greenhouse Gas Protocol, que bajo un año base, analiza las emisiones generadas a nivel corporativo y las clasifica entre directas e indirectas. El próximo desafío para la compañía es desarrollar una estrategia de reducción y mitigación que permita reducir sus emisiones de gases efecto invernadero.

### 3.3. VTR Desafío Climático

Todas las acciones de VTR orientadas a incorporar mejoras ambientales y reducir la huella de carbono se integran en el programa VTR Desafío Climático que fue lanzado el 2009.

Esta iniciativa incluye una serie de fases y actividades como la medición de la huella de carbono, la ejecución de programas para mejorar la eficiencia energética de redes e instalaciones, la identificación de formas alternativas de energía para redes, paneles solares y la compra de energía renovable.

VTR Desafío Climático también se orienta a sensibilizar a los colaboradores en conductas ambientales que pueden incorporar en el lugar de trabajo y en su casa.

En la celebración del Día de la Tierra 2010, VTR lanzó una campaña pública para potenciar la boleta electrónica, una medida que busca reducir el impacto de la facturación tradicional en el medioambiente.



## Principio 8



Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental

“

*El medio ambiente es una de las áreas en las que hemos concentrado nuestros esfuerzos. Sabemos que la sostenibilidad es un trabajo de largo plazo, por eso nos hemos focalizado en la educación ambiental, desarrollando un programa especial para nuestro stakeholder del futuro: los niños. Otro de nuestros programas, **Ecochilectra**, nos permite entrar a los hogares y cambiar los hábitos de las familias. Se trata de dos iniciativas innovadoras, cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida de las personas*

*Cristián Fierro Montes  
Gerente General  
Chilectra*





## Chilectra: cumpliendo sus compromisos

**C**hilectra es la empresa de distribución de energía eléctrica más grande del país en términos de venta física de energía, con un total de 13.098 GWh distribuidos entre industrias, grandes empresas, comercio, entidades fiscales y domicilios particulares.

Cuenta con 719 trabajadores y atiende a 1.609.848 clientes que pertenecen a 33 comunas de Santiago, entre residenciales, comerciales, industriales y otros.

Su modelo de negocio, así como su misión, visión y valores, se encuentran alineados con el compromiso de impulsar al desarrollo de los entornos sociales en los que opera.

En 2009 Chilectra adoptó el "Plan de Endesa de Sostenibilidad (PES) 2008-2012". Este plan determina las prioridades estratégicas y las líneas de acción de las empresas de Endesa en Latinoamérica,

con el fin de generar valor a través de la construcción de confianza social y crear condiciones favorables para el logro de sus objetivos estratégicos, para cumplir con el papel que se propone desempeñar en la sociedad.

El "PES Chile" se estructura sobre el cumplimiento de compromisos de sostenibilidad, donde el medio ambiente es uno de los pilares fundamentales.

En 2004 Chilectra adhirió a los 10 principios del Pacto Global de las Naciones Unidas y ese mismo año, elaboró su primer Informe de Sostenibilidad, que ha venido desarrollando ininterrumpidamente hasta hoy.

Durante 2010 la empresa obtuvo reconocimientos importantes, entre ellos:

- Segundo lugar del VI ranking RSE 2010 que organiza la Fundación PROhumana y la revista Qué Pasa, distinción que destaca a las mejores empresas en materia de Responsabilidad Social Empresarial.





### COMPROMISOS DE CHILECTRA

Nuestra Conducta	Medio Ambiente	Innovación y eficiencia energética	Nuestros Accionistas	Nuestra Gente	Nuestros Clientes	La Sociedad
Compromiso con el Buen Gobierno y el Comportamiento ético.	Compromiso con la protección del entorno.	Compromiso de llevar a cabo las mejores ideas para el crecimiento.	Compromiso con la creación de valor y rentabilidad.	Compromiso con la salud, la seguridad y el desarrollo personal y profesional de nuestros empleados y colaboradores.	Compromiso con la modernidad, cercanía y calidad de vida.	Compromiso con el desarrollo de las sociedades en que operamos.

- Segundo lugar Premio a la Innovación Operativa, al proyecto "Cuadrilla Aérea Radiocontrolada", helicóptero radio controlado que permite mejorar condiciones de seguridad, al eliminar la intervención directa de personas en líneas energizadas de difícil acceso.
- Premio "Superventas" del Diario Financiero y la Universidad Autónoma de Chile, distinguen a las empresas con mayor compromiso con la excelencia operacional.
- Premio Ciudad 2010, entregado por la Fundación Futuro a la revista "Foco, ideas de Ciudad" de Chilectra, que invita a debatir y reflexionar sobre el desarrollo urbano de Santiago y sus habitantes
- Reconocimiento del Servicio Nacional de la Mujer por fomentar buenas prácticas laborales con equidad de género al interior de la compañía
- Premio a la Innovación 2010, "Categoría Innovación e Ideas de Negocios" entregado por los lectores del Diario Financiero al proyecto "Electrolinera", el primer punto de recarga para autos eléctricos que se instalará en América Latina
- Reconocimiento del Gobierno por contribuir y apoyar a la Policía de Investigaciones de Chile a la búsqueda de personas perdidas
- Primer lugar Ranking de Calidad de Servicio entre empresas de distribución de más de 200.000 clientes a nivel nacional, elaborado por la Superintendencia de Electricidad y Combustibles.
- Entre las 10 mejores empresas para madres y padres que trabajan, otorgado por la Fundación Chile Unido y Revista Ya al Grupo Enersis: Enersis, Endesa Chile y Chilectra, por la implementación de políticas en el área de la conciliación laboral y familiar

## Chilectra en la protección del medio ambiente

Como parte de su compromiso permanente con la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente, Chilectra desarrolla diferentes proyectos de educación ambiental y mantiene un vínculo cercano con las comunidades en las que está presente. Entre estas iniciativas, se destacan dos programas por su contribución a la educación ambiental de la sociedad.

### 1. Diagnóstico: el desafío de la educación ambiental en casa

Según el Seremi de Salud Metropolitano del Ambiente (SESMA), en su documento de Información General sobre Residuos Sólidos Domiciliarios de 2009, el 70% de los residuos sólidos producidos en Chile corresponden a basura doméstica.

De esa basura, el 40% está compuesto por envases de diversos productos. Si estos envases se reciclaran, se podría reducir hasta en un 80% el espacio que ocupan los desperdicios, además de los beneficios que esto traería para el medio ambiente. Sin embargo, el manejo de los residuos domiciliarios reciclables es un tema pendiente en Chile.

### 2. Implementación: reciclaje y educación

Durante 2009 la empresa trabajó en dos programas. El primero, llamado **Ecochilectra**, tiene como objetivo sensibilizar y educar a la población respecto de los beneficios económicos, sociales y ambientales de la separación de sus residuos reciclables domiciliarios.

También se continuó con el programa Agente Ambiente, el que está dedicado exclusivamente a la educación ambiental de niños. Su objetivo es fomentar en ellos la cultura orientada a la eficiencia energética y el cuidado del medio ambiente.

## 2.1. Ecochilectra: reciclemos hoy para tener un mejor mañana

El objetivo del Programa **Ecochilectra**, es integrar y articular eficientemente a todos los actuales actores del reciclaje: recicladores, ONGs, empresas de reciclaje, municipios y clientes, a través de procesos eficientes y tecnología de punta, además de crear conciencia para la protección ambiental.

### 2.1.1. Programa piloto

La empresa implementó un programa piloto en la Comuna de Peñalolén que, en su primera fase, beneficia a 2.500 familias que participen del programa y que separen sus residuos reciclables domiciliarios - botellas de plástico PET, cartón, papel, vidrio y latas de aluminio-, y los entreguen en el Centro **Ecochilectra** o a los recicladores inscritos en el Programa. A cambio, los clientes obtendrán un descuento en su cuenta de energía eléctrica, proporcional a la cantidad de residuos reciclables que logren reunir.

Otra alternativa, es realizar la donación de ese descuento a la cuenta de energía eléctrica de una de las Fundaciones que participan del Programa: Centro de la Familia (Cenfa), Corporación de ayuda al niño quemado (Coaniquem) y Fundación San José para la adopción.

En el Centro **Ecochilectra**, se desarrollan charlas sobre la gestión de los residuos reciclables domiciliarios que se recepcionan en el Centro y se realizan recorridos educativos a las empresas encargadas de su reciclaje. De esta forma, las niñas y niños conocen los procesos para reutilizar estos materiales.

### 2.1.2. Próximos pasos en Ecochilectra

Una vez finalizado el piloto se implementará el Programa en otras comunas, aumentando el número de familias e integrando a los colegios de esas comunas, a través de iniciativas relacionadas con la educación ambiental.

## PRIMEROS RESULTADOS DEL PROGRAMA **Ecochilectra**

- En su primer mes de operación, ya contaba con la participación de **150** vecinos inscritos y dos colegios de la comuna, a diciembre de 2010 los clientes inscritos son 400.
- El cliente que más descuentos ha obtenido en su boleta mensual, supera los **\$4.000**, equivalente a más de un 10% menos en el consumo de energía eléctrica.
- El promedio de descuentos alcanza los **\$700** por boleta.
- A diciembre de 2010 se recolectaron más de **16** toneladas de material reciclable, equivalente a más de **\$280.000** en descuentos en las cuentas de energía eléctrica, lo que también ha representado mayores ingresos para los recicladores.



## Resultados del Programa Agente Ambiente a Diciembre 2010

Niños y niñas registrados en Chispita.cl	31.185
Niños y niñas Agentes Ambiente	8.885

### 2.2 Agente Ambiente

El programa "Agente Ambiente" involucra a los niños y niñas como actores en una misión que desarrollan en sus casas. Los pequeños, al igual que Chispita, pueden transformarse en un agente, descubrir las misiones a través de mensajes secretos vía [www.chispita.cl](http://www.chispita.cl), y cumplirlas.

Este programa utiliza a Chispita para motivar a los niños y niñas a desarrollar prácticas de cuidado del medio ambiente.

Por medio de Internet y las prácticas de web 2.0, los niños participan directamente como motores de los mensajes del cuidado del medio ambiente al interior de las familias.



### 2.2.1. Misiones para la educación ambiental

A través de “misiones ambientales” los niños se convierten en actores a favor de su cuidado.

- 1º Misión: La primera misión que Chispita comunicó por la web, en noviembre de 2008, abordó la recolección de pilas. Los Agente Ambiente debieron elaborar una “Kaja Pilas” para reunir las que estuvieran en desuso y luego llevarlas a las oficinas comerciales de Chilectra. Esta misión se apoya en la campaña que se desarrolla en las oficinas comerciales de Chilectra “Ponte las Pilas, trae tus Pilas”<sup>1</sup>.
- 2º Misión: en agosto de 2009 la segunda misión fue “Reciclaje en tu casa”. Después de

<sup>1</sup> La recolección de Pilas es otra iniciativa consolidada que la compañía dirige hacia la comunidad. Desde sus inicios, el año 2006, la cantidad de pilas recolectadas es del orden de 16 ton.

aprender acerca del reciclaje y cómo se puede practicar en el hogar, los niños debían armar un objeto útil a partir de elementos reciclables y subir una fotografía a la galería de [www.chispita.cl](http://www.chispita.cl). Además, para esta campaña se creó un juego llamado “Fábrica de Reciclaje”, que entrega información sobre los grupos de elementos comunes que se pueden reaprovechar: los Agente Ambiente armaron 756 figuras.

- 3º Misión: En octubre de 2010 se dio a conocer la tercera misión: “Crea un mini invernadero”. El objetivo es educar sobre las características del efecto invernadero y las consecuencias negativas de las actividades humanas en este proceso natural. Para ello, se invita a los niños y niñas a crear un invernadero a través del cual conozcan las diferencias entre el efecto invernadero y el cambio climático.

### 2.2.2. Nuevas misiones para Agente Ambiente

Tras la instalación del programa y la alta participación lograda, el paso siguiente es lanzar nuevas misiones ambientales para los niños inscritos en el programa.



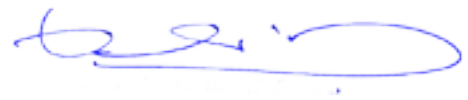
## Principio 8



Las empresas deberán adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental

“ El Programa Empresa Acción Verde de la Mutua de Seguridad CChC apoya a las empresas en la incorporación de la variable ambiental y en sus procesos y operaciones productivas, insertándose en la tendencia mundial de promover la gestión integrada: calidad, seguridad y salud ocupacional, y medio ambiente.

*Ponemos este programa a disposición de las empresas y a través de ellas- al servicio del país, como un componente más de nuestro dividendo social*



Gustavo Vicuña Molina  
Presidente  
Mutua de Seguridad CChC





### Descripción y estrategia de la Mutual de Seguridad

**M**utual de Seguridad CChC es una empresa privada, sin fines de lucro, fundada en 1966 por la Cámara Chilena de la Construcción (CChC). Su objetivo principal es la administración del Seguro de Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales. Cubre a empresas, instituciones públicas y organizaciones de la sociedad civil, fomentando la prevención y entregando protección a los trabajadores frente a los accidentes laborales y enfermedades profesionales. Con presencia en todo Chile, a través de sus 67 Centros de Atención, la Mutual de Seguridad CChC tiene una participación de mercado de un 25,28% considerando las 3 mutualidades privadas y el ISL. Entregando 3 tipos de prestaciones: prevención de riesgos, prestaciones de salud y prestaciones económicas.

La responsabilidad social empresarial de la organización se basa en su propio quehacer: la protección frente a riesgos laborales. El objetivo de largo plazo en este ámbito es maximizar el Dividendo Social, que se define como las acciones orientadas a mejorar la calidad de vida de los colaboradores y afiliados, que se deben desarrollar en forma equilibrada con respecto a los temas económicos, sociales y ambientales, y están orientadas a cumplir el compromiso que asume la Mutual de Seguridad.



## COMPROMISO DE MUTUAL DE SEGURIDAD

Fomentar la prevención de las lesiones y enfermedades del trabajo y cuidado del medio ambiente en el que se desempeñan afiliados y colaboradores.

Mejorar continuamente la calidad de nuestros servicios con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes.

Proporcionar prestaciones de salud eficaces en forma cálida, oportuna y segura, que mejoren la calidad de vida de los pacientes.

Perfeccionar su desempeño en seguridad, salud ocupacional y medio ambiente, de modo de crear una cultura ciudadana de seguridad.

Asegurar el cumplimiento de la legislación de seguridad y salud ocupacional y ambiental.

### Programa Empresa Acción Verde (PEAV): asesoría Medioambiental

#### 1. Diagnóstico: apoyo frente a nuevos desafíos

La realidad indica que si las empresas desean permanecer en un marco de sostenibilidad en los mercados globalizados, deben mostrar su respeto por el medio ambiente. Así lo cree la Mutual.

El ingreso de Chile a la *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)*, y la consecuente implementación de una nueva institucionalidad ambiental similar a países desarrollados, impone nuevos desafíos a las empresas con la creación del Ministerio del Medio Ambiente, el Servicio de Evaluación Ambiental y los Tribunales Ambientales.

Uno de esos desafíos para las empresas es integrar la gestión ambiental y la de negocios, para cumplir así con la legislación y los nuevos estándares. Esto puede representar un verdadero reto para las empresas que no estén familiarizadas con los temas medioambientales y de responsabilidad social. Es justamente a ellas, que son principalmente Pymes, a las que se ha propuesto asesorar la Mutual.

#### 2. Implementación: integrar el cuidado medioambiental

El Programa Empresa Acción Verde (PEAV) se enmarca en el cumplimiento de la Ley 16.744 de 1968, que tiene en su ámbito de acción apoyar a las empresas adherentes en la identificación, evaluación y mitigación de los impactos que sus procesos y operaciones puedan ocasionar a los trabajadores y la comunidad.

Inserto en los compromisos de la Mutual de Seguridad, el objetivo del PEAV es integrar el componente ambiental en las prestaciones preventivas que entrega.

Este Programa provee de asesoría ambiental permanente a sus empresas adherentes, para que éstas hagan esfuerzos en prevención de riesgos, incorporando la variable ambiental.

#### Implementación

El PEAV contempla diferentes iniciativas que están orientadas a sus empresas afiliadas, las cuales van desde Pymes hasta divisiones de empresas corporativas.

Las Pymes se acercan a estas asesorías ante exigencias efectuadas por las autoridades fiscalizadoras o por el interés creado a partir de la solicitud de alguno de sus clientes. En el caso de las grandes empresas, la solicitud de asesoría implica, por ejemplo, apoyo en el levantamiento de incumplimiento en auditorías de certificación ISO 14.000, implementación de sistemas de gestión o realización de diagnósticos.

Existen dos tipos de servicios entregados por la Mutual de Seguridad CChC en materia de Asesoría Medioambiental.

#### 2.1. Servicios gratuitos

Los servicios gratuitos son herramientas básicas que permiten apoyar a la empresa en la identificación de aspectos ambientales en proyectos. Estos servicios son:

#### 2.1.1. Diagnóstico técnicoambiental

Este servicio consiste en la identificación de aspectos ambientales y su grado de cumplimiento respecto de la normativa vigente en las empresas. Contempla temas como riles, rises, ripes, emisiones atmosféricas, emisiones de ruidos, emisiones de olores, etc. A su vez, permite la evaluación de su desempeño ambiental.

#### 2.1.2. Conformidad ambiental y sanitaria

Este servicio evalúa el estado de la empresa frente a permisos y autorizaciones sanitarias y ambientales que la instalación necesita para funcionar.

#### 2.1.3. Regularización ambiental

En conformidad con el servicio anterior, la regularización ambiental indica las gestiones a seguir para lograr los permisos y autorizaciones sanitarias y ambientales que la empresa requiere para funcionar.

#### 2.1.4. Curso de inducción al medio ambiente

Este curso está dirigido a trabajadores de las empresas sin formación ambiental previa. Su objetivo es informar acerca de la legislación ambiental que debe cumplir la empresa para los distintos aspectos ambientales, comprendidos en el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA), otros permisos y autorizaciones necesarias, asuntos relativos a riles, rises, ripes, emisiones atmosféricas, emisiones de ruidos, emisiones de olores, etc.

### 2.1.5. Curso de gestión ambiental

Este servicio está dirigido a ejecutivos y supervisores de las empresas afiliadas y entrega los lineamientos y componentes básicos de un Sistema de Gestión Ambiental (SGA), basado en la ISO 14.001 del año 2004.

### 2.1.6. Orientación ambiental

Este servicio corresponde a asesoría vía correo electrónico u otro medio remoto. Asesoría relacionada con:

- Principales aspectos de la Ley 19.300.
- Principales aspectos del Reglamento del SEIA.
- Competencias ambientales nacionales y regionales.
- Autorizaciones y permisos ambientales.
- Procedimientos y acciones administrativas.
- Procedimientos y acciones judiciales.

### 2.1.7. Guía para la evaluación de impacto ambiental

Este servicio ayuda a definir si un nuevo proyecto o ampliación de la empresa debe o no ingresar al SEIA. En el caso de ser necesario, Mutua de Seguridad CChC apoya el proceso de evaluación, con las siguientes herramientas:

- Identificación preliminar de impactos en el anteproyecto.
- Detección de la necesidad de entrar al SEIA
- Determinación de la vía de entrada al SEIA.
- Declaración de Impacto Ambiental (DIA) o Evaluación de Impacto Ambiental (EIA).
- Ruta para la obtención de permisos sectoriales asociados al SEIA.

### 2.1.8. Catálogo ambiental

La empresa adherente tiene a su disposición un catálogo legal ambiental para solicitar vía remota una copia del cuerpo legal de interés, e incluye:

- Modificaciones a la legislación ambiental.
- Circulares, instructivos o informativos del Ministerio de Medio Ambiente u otra repartición pública con competencia ambiental.
- Síntesis de noticias ambientales relevantes.





## 2.2. Servicios especializados

Además de los servicios gratuitos, la empresa podrá contratar servicios pagados a Mutual de Seguridad para disminuir sus riesgos ambientales, cumplir con la legislación vigente, y potenciar su participación en los mercados internacionales.

### 2.2.1. Consultorías ambientales

Este servicio cuenta con:

- Evaluaciones y diseño de sistemas de control de emisiones.
- Diseño de sistemas de tratamiento y saneamiento ambiental.
- Sistemas de abatimiento de contaminantes en el origen.
- Quimioremediación ambiental.
- Bioremediación ambiental.
- Representación en procesos administrativos.
- Calificación Industrial.
- Informe Sanitario.
- Tramitación y presentación de permisos ambientales sectoriales.
- Implementación de sistema de gestión de eficiencia energética.
- Determinación de Huella de Carbono.
- Determinación de Huella de Agua.
- Determinación de Huella Ecológica.
- Otros.

### 2.2.2. Estudios y evaluaciones

Los estudios y evaluaciones que Mutual de Seguridad CChC entrega a sus empresas afiliadas son:

- Implementación de Sistemas de Gestión Ambiental ISO 14.001-2004.
- Evaluaciones e interpretación de políticas y normas ambientales.
- Evaluación ambiental de proyectos.
- Estrategias comunicacionales.
- Campañas de comunicación .
- Participación ciudadana.
- Otros.

### 2.2.3. Cursos y seminarios especializados

Mutual de Seguridad CChC dicta cursos y seminarios relativos al cuidado medioambiental y manejo de impactos. Las empresas filiales recibirán regularmente, el calendario de cursos especializados para capacitar a sus encargados ambientales y ejecutivos. Los temas tratados en los cursos especializados son los siguientes:

- Manejo de riles.
- Control de emisiones atmosféricas.
- Manejo de rises.
- Manejo de materiales peligrosos.
- Control de riesgos ambientales.
- Temas emergentes (nueva reglamentación y normas).
- Otros.





### 3. Resultados: recepción positiva

La Mutual de Seguridad CChC evalúa positivamente la recepción de las empresas adherentes. Esto es respaldado por los niveles de participación en los servicios gratuitos y los especializados.

En total ya se ha atendido a 107 empresas, 87 fueron diagnosticadas en materias técnicas y legales, 83 recibieron el curso de inducción ambiental, 13 recibieron el curso de gestión ambiental y a más de 20 se les han realizado mediciones de ruidos molestos. Además a cuatro de ellas se les realizó gestión ambiental, a raíz de una prohibición de funcionamiento, y otras tres están en proceso de asesoramiento por problemas de residuos peligrosos. Dos más están en proceso de levantamiento de matrices legales ambientales y sanitarias.

También se evalúa positivamente el trabajo interno en Mutual de Seguridad CChC para dar respuesta a estos requerimientos, que se refleja en la cantidad de personas capacitadas para asesorar a las empresas. Los resultados son:

- 61 expertos en prevención de riesgos de Mutual de Seguridad CChC capacitados en Producción Limpia en todo Chile.
- 135 profesionales de salud y seguridad ocupacional (SSO) se capacitaron para asesorar a empresas de baja complejidad ambiental.
- 47 Gerentes y ejecutivos de Mutual de Seguridad CChC fueron inducidos en temas medioambientales.
- 37 jefes de departamentos de prevención de riesgos (PRP) y profesionales SSO capacitados en materias ambientales.
- 76 profesionales SSO capacitados en herramientas del PEAV.
- 25 seminarios ambientales a lo largo de país.







**Grupo  
Polpaico**  
Construyendo Confianza

## Principio 9



Las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente



*A través de Coactiva, Polpaico responde al desafío autoimpuesto por Holcim, nuestra matriz, de lograr el consumo sostenible de combustibles alternativos en los hornos de cemento sin aumentar las emisiones atmosféricas. Hoy podemos decir que lo hemos cumplido. Hemos cumplido con la sociedad, ofreciendo una alternativa ambientalmente adecuada y económicamente viable de disposición de residuos industriales, muchos de ellos peligrosos. Hemos cumplido con el medio ambiente, ya que esta utilización de residuos como combustibles y materias primas alternativas se realiza sin aumentar nuestras emisiones respecto de la producción de cemento sin estos residuos. Hemos cumplido con nuestros accionistas porque hemos logrado que su inversión para esta nueva línea de negocio sea rentable en el tiempo*

Louis Beauchemin  
Gerente General  
Grupo Polpaico





## Grupo Polpaico: bases sólidas para el futuro de la sociedad

**E**l Grupo Polpaico existe hace 65 años. Sus principales operaciones están relacionadas con la producción de cemento y hormigón premezclado.

La empresa tiene una capacidad de producción total del orden de 1 millón de toneladas anuales de cemento distribuidas en una planta cementera y dos molindas, ubicadas estratégicamente en el norte, centro y sur de Chile.

Cuenta con 8 minas de caliza, yeso, puzolana y otros, que abastecen sus operaciones. También posee 26 plantas de hormigón premezclado distribuidas en los diversos centros de consumo.

Complementariamente desarrolla el negocio del co-procesamiento, que consiste en dar los servicios de eliminación de residuos industriales mediante su

condicionamiento para emplearlos como combustibles alternativos en los hornos cementeros.

El grupo suizo Holcim es el accionista mayoritario del Grupo Polpaico. Cuenta con un 54% de su propiedad y se encuentra presente en más de 70 países, generando más de 90.000 puestos de trabajo, con una capacidad de producción de 194,4 millones de toneladas anuales de cemento.

La visión de la compañía es establecer bases sólidas para el futuro de la sociedad, a través de una estrategia de negocios que considera el desarrollo sostenible como piedra angular para la creación de valor de todos los grupos de interés de la organización. En esta estrategia se consideran variables sociales, ambientales y económicas para la toma de decisiones.

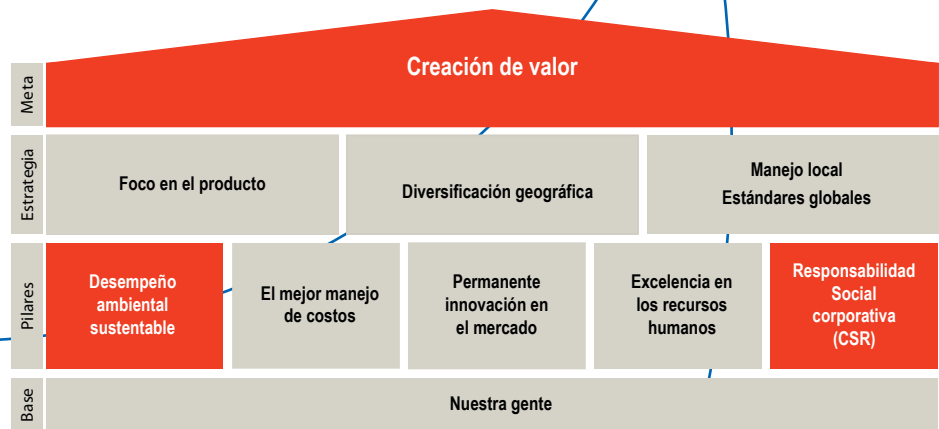
Su estrategia corporativa está centrada en la Creación de Valor para Polpaico y sus grupos de interés y se enfoca en el producto y la diversificación geográfica con gerenciamiento local, bajo estándares globales de operación y gestión. Esto se sustenta en 5 pilares cuya base son los trabajadores de Polpaico.



En materia de RSE, el Grupo Polpaico ha recibido diversas distinciones, entre ellas:

- El Premio a la Mejor Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional 2008, de la Cámara Chilena de la Construcción, por tener los menores indicadores de accidentalidad y siniestralidad en el rubro de la construcción.
- El Premio a la Gestión en Minería 2008, por el menor índice de frecuencia de accidentes en dicha actividad, entregado por Sernageomin.
- El año 2006 la planta Viña del Mar recibió el Premio en Responsabilidad Social Corporativa de la Asociación de Industriales de Valparaíso y Aconcagua (ASIVA), por su destacada labor y constante apoyo a la comunidad.

- El 2007 el Grupo Polpaico recibió Premio CONACE por el interés que demuestra el Grupo Polpaico en materia de prevención de drogas a través de los talleres que realizó a sus trabajadores en este tema.
- El 2006 La Confederación de la Producción y el Comercio (CPC) y el Ministerio de Economía otorgaron a Polpaico el Premio de Eficiencia Energética por el desarrollo de Coactiva.



## Coactiva: un negocio de éxito y sostenibilidad

Dado que la fabricación de cemento es altamente demandante de energía y de recursos naturales, la incorporación de combustibles y materias primas alternativas es una forma de asegurar la sostenibilidad del negocio en el largo plazo. Así fue definido por el Cement Sustainability Initiative (CSI), parte del Consejo Empresarial Mundial por el Desarrollo Sustentable (WBCSD, por sus siglas en inglés) del cual Holcim es uno de los fundadores.

### 1. Manejo de residuos para asegurar la sostenibilidad del negocio

El CSI identificó 6 áreas donde las empresas cementeras pueden hacer una contribución significativa para alcanzar una sociedad más sostenible: protección del clima, uso de combustibles y materias alternativas, seguridad y salud ocupacional, reducción de emisiones, impactos locales y sistema de gestión de procesos.

### 2. Pilares y principios a favor del medio ambiente

En Chile, el Grupo Polpaico está comprometido con el Desarrollo Sustentable a través de un modelo de trabajo que permite satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de las futuras generaciones de satisfacer las suyas. Dicho modelo de trabajo considera mejorar continuamente el desempeño ambiental, y está sustentado en cuatro pilares orientadores, cada uno de los cuales se asocia a diferentes principios, los que se presentan en la siguiente tabla:

Pilares	Principios
Gestión Ambiental	<b>Cumplimos con la legislación ambiental aplicable a nuestro negocio. Utilizamos directivas y estándares de nivel mundial y monitoreamos nuestro desempeño.</b>
	<b>Fomentamos nuestro compromiso mediante la capacitación y la integración de las variables ambientales en nuestros procesos.</b>
	<b>Medimos nuestro desempeño ambiental y buscamos la mejora continua</b>
Utilización de los Recursos	<b>Promovemos la ecoeficiencia, la optimización del uso de los recursos naturales no renovables y el reciclaje.</b>
	<b>Buscamos el desarrollo de procesos y productos innovadores y sostenibles.</b>
Impactos ambientales	<b>Medimos nuestro desempeño, controlando nuestros aspectos e impactos ambientales de forma planificada y preventiva.</b>
	<b>Contribuimos con la reducción de gases de efecto invernadero, aplicando tecnologías apropiadas y económicamente viables.</b>
	<b>Promovemos las mejores prácticas en nuestra industria.</b>
Relación con las partes interesadas	<b>Mantenemos un permanente diálogo con todas nuestras partes interesadas, y reportamos públicamente nuestro cumplimiento, desempeño y progreso en materia ambiental.</b>
	<b>Fomentamos el compromiso ambiental en la gestión diaria de nuestros colaboradores.</b>





### 3. Implementación: innovación en el manejo de residuos.

El año 2000 el Grupo Polpaico inició el camino del coprocesamiento, mediante el cual reemplaza parte de las materias primas y combustibles tradicionales por residuos de otras industrias, realizando así un uso racional de los recursos naturales no renovables.

En noviembre del 2000 fue aprobado el Estudio de Impacto Ambiental que permitió sustituir el aporte térmico de los hornos hasta con 35% de residuos líquidos y 10% de residuos sólidos como combustibles alternativos.

Para ello, se construyeron estanques de almacenamiento para aceites y lubricantes usados con una capacidad total de 560 m<sup>3</sup> y se instalaron mecanismos de inyección en los hornos, especiales para estos residuos.

En el año 2003, mediante un nuevo Estudio de Impacto Ambiental, se obtuvieron las autorizaciones para diversificar los tipos de residuos a coprocesar, para lo que se requiere contar con instalaciones que permitan el acondicionamiento previo de los residuos.

## Coprocesamiento de residuos

El coprocesamiento es la integración ambientalmente segura de residuos u otros materiales, a otro proceso productivo.

Por una parte se eliminan totalmente los residuos y por otra, se aprovechan las características térmicas y/o químicas que esos materiales puedan aportar en beneficio del proceso productivo al cual son incorporados.

Este proceso se realiza dentro de los hornos cementeros aprovechando sus características técnicas –altas temperaturas de operación y prolongados tiempos de residencia de los gases– que, entre otras condiciones, garantizan una completa destrucción de los residuos o materiales a coprocesar.





Posteriormente, Polpaico decidió contruir la plataforma de Coactiva, que significó una inversión de más de USD 10 millones. Desde el 2005, ella permite dar servicios de manejo y eliminación de residuos industriales peligrosos y no peligrosos.

Desde el inicio de su operación en el año 2005, Coactiva ha ido incrementando los volúmenes de residuos tratados desde 25.000 ton/año hasta llegar a casi 35.500 toneladas en el año 2009. Este volumen de residuos ha recibido un tratamiento adecuado y eficiente, sin poner en riesgo la calidad ambiental del entorno ni la salud de las personas, lo que además ha permitido poner a disposición de la comunidad industrial nacional una tecnología de punta para la gestión de residuos, que responde a los más exigentes estándares internacionales.

En los hornos de Cemento Polpaico se ha alcanzado una tasa de sustitución térmica del orden de 17% el año 2009. Además, la sustitución del uso de materias primas supera las 9.000 ton/año, disminuyendo la demanda sobre recursos naturales no renovables, tales como el carbón y el hierro.

Con esta plataforma de coprocesamiento de residuos industriales, Cemento Polpaico se consolida en el uso de combustibles alternativos en los hornos cementeros. Desde entonces se encuentra disponible como una solución ambientalmente adecuada para gran parte de los residuos propios y de terceros.

Esto ha significado una reducción neta de más de 100 kg de CO2 por tonelada de cemento producida en el año 2009 respecto de 1990, contribuyendo así a frenar el calentamiento global.

Desde el 2009, Coactiva se ha consolidado como la única plataforma de acondicionamiento de residuos industriales en Chile y aporta combustibles alternativos para coprocesamiento a hornos de otras cementeras en el país.

#### RESIDUOS INDUSTRIALES TRATADOS EN COACTIVA

	2005	2006	2007	2008	2009
RESIDUOS CO-PROCESADOS (EN MILES DE TONELADAS)	25	32	38	29	36
TASA DE SUSTITUCIÓN TÉRMICA	15	18	20	14	17

### El desafío de Coactiva

A futuro Coactiva pretende consolidarse como la principal plataforma de acondicionamiento de residuos en el país, ofreciendo una solución segura, eficaz, real y ambientalmente adecuada para la gestión de residuos de sus clientes.







Ámbito:

**Anticorrupción**

## Principio 10



Las empresas deben actuar contra de todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno



*Las empresas deben actuar contra todas las formas de corrupción, actuando de una manera ética y responsable.*

*Para Entel la suscripción del Pacto Global es uno de los ejes de su desempeño socialmente responsable, y refleja nuestro compromiso por construir un liderazgo de categoría mundial.*

*Por ello, nos enorgullece presentar el desafío cumplido con nuestro Código de Ética, fruto de un esfuerzo participativo, multidisciplinario y riguroso que permite a nuestros colaboradores contar con una herramienta vanguardista que oriente sus decisiones*



*Richard Büchi Buc  
Gerente General Corporativo  
Entel*





### Escuchar, entender y satisfacer a los grupos de interés

**E**ntel es una empresa chilena de telecomunicaciones que entrega servicios en todas las regiones del país. Además tiene dos filiales en Perú en el rubro de la telefonía fija y call center.

Entre sus servicios se destacan la telefonía móvil -segmento en el que tiene una participación de mercado del 39%, con una base de clientes de 6,5 millones de abonados-, servicios de red fija, con un foco en el desarrollo de soluciones integradas de voz, dato e Internet con fuerte orientación hacia los segmentos empresariales; y también se orienta a las soluciones de Tecnologías de la Información. Actualmente, la compañía cuenta a octubre de 2010 con una planta de 6.607 trabajadores.

La misión de Entel es crear valor a través de la provisión de servicios de telecomunicaciones para facilitar el bienestar de la comunidad, acrecentando

la productividad y calidad de vida de las personas. Esto, a través de la promoción de tres valores y compromisos corporativos: ser mejores; responsabilidad y sensibilidad; integridad y cumplimiento.

Para Entel, la Responsabilidad Social está incorporada en la gestión de todas sus operaciones, mediante la permanente disposición a escuchar, comprender y satisfacer las expectativas e intereses legítimos de sus grupos de interés.

En abril del 2007 Entel publicó su Reporte de Sostenibilidad Bianaual 2005-2006, el primero de la industria en Chile.

La política de RSE de Entel se ha caracterizado por un fuerte compromiso con la satisfacción de sus clientes, que le ha significado ganar ocho veces consecutivas el "Premio Nacional de Satisfacción de Consumidores", otorgado por Revista Capital y Pro-Calidad, en alianza con la Universidad Adolfo Ibáñez, Adimark y Praxis.





Ser mejores

Responsabilidad y sensibilidad

Integridad y cumplimiento

## Código de Ética: compromisos en un lenguaje común

Tradicionalmente los valores corporativos de Entel han estado arraigados en la cultura de los trabajadores y han sido parte de todas sus operaciones. Sin embargo, hasta el año 2008 estos valores tenían carácter implícito, pues no estaban sistematizados en ningún instrumento.

Por iniciativa del Gerente General Corporativo ese año se decidió expresar estos valores en un Código de Ética que comprometiera a la organización y en un lenguaje común, con todos sus grupos de interés: empleados, accionistas, proveedores, competencia, clientes, medio ambiente y autoridades.

Para cada uno de ellos se estipulan directrices y políticas aplicables a comportamientos potencialmente relacionados con ellos.

## 1. Proceso de sistematización

El primer paso para desarrollar el Código de Ética fue un estudio de experiencias internacionales, se visitaron empresas en Italia y Estados Unidos, recogiendo las mejores prácticas.

Luego se trabajó con una asesoría externa que, durante un año, apoyó todas las actividades de redacción, aportando con experiencias de otras empresas y entregando una guía para la elaboración del Código. El texto final es consecuencia del trabajo de un Comité de Ética.

Una vez terminado el Código de Ética comenzó la etapa de su difusión. En abril del 2009 se capacitó a todos los trabajadores de Entel en el Código. La campaña de endomarketing consistió en una presentación virtual del Gerente General Corporativo, iniciativa vinculada a concursos y talleres. Al finalizar,

los empleados firmaron un documento en el cual declaran conocer y adherir al Código.

A los otros grupos de interés se les informó mediante publicación del Código en el sitio web de Entel. Particularmente, los proveedores firman también un documento donde declaran conocer y adherir a sus principios.

Tras la difusión se puso en práctica un sistema en la Intranet para recibir dudas y denuncias de actitudes que no correspondan con lo estipulado en el documento. Esta herramienta, llamada "Portal de Ética", fue implementada a fines del 2009. Las denuncias son revisadas por la Gerencia de Recursos Humanos de cada una de las empresas que pertenecen al Grupo Entel, y son presentadas mensualmente al Comité de Ética, donde se discuten y sancionan si es necesario. Si una denuncia es de mayor gravedad, se cita al Comité a una reunión extraordinaria.

## Comité de Ética

*El Comité de Ética está integrado por 10 ejecutivos de la compañía, nominados por el Gerente General Corporativo. El presidente de este comité es el Gerente de Recursos Humanos Corporativo de Entel.*





## 2. El Código de Ética y los valores

### 2.1. Políticas en relación a los Clientes y Usuarios

El Código de Ética promueve que los clientes sean exitosos con el uso de los productos y servicios que ofrece Entel. Para lograrlo, la empresa se compromete a escuchar y cumplir las expectativas de los clientes y usuarios, focalizándose en su satisfacción y manteniéndose atenta a los cambios en el mercado.

Para esto se establecen tres políticas en relación a:

- Prestación de los productos y servicios.
- Marketing responsable y regalos.
- Atenciones.

### 2.2. Políticas en relación a los Proveedores, Contratistas y Distribuidores

El Código favorece conductas honestas y justas en las relaciones de intercambio con los diferentes grupos de interés, relaciones basadas en el respeto por la justicia y equidad con los proveedores, contratistas y distribuidores, y por la legislación vigente. Para lograr esto se establecen principios generales en la relación con estos stakeholders, además de dos políticas en relación a:

- Conflictos de interés.
- Regalos e invitaciones.

### 2.3. Políticas en relación a los Trabajadores

Entel espera que todos sus trabajadores realicen sus actividades con honradez, integridad y ética intachable. Frente a este compromiso, el Código de Ética establece principios generales y políticas en relación a:

- Información confidencial.
- Conflictos de interés.
- Conductas indebidas en el trabajo.

### 2.4. Política para el área Financiero-Contable

Se establece que los colaboradores de la Compañía que se desempeñan en esta área, procedan de una manera rigurosa y diligente, para asegurar un uso correcto de la información en especial de aquella que se presente a los accionistas y a los mercados. Así también generar un ambiente de confidencialidad en la información; velar por la independencia de los auditores externos.

### 2.5. Políticas en relación a los Accionistas

En relación a sus accionistas, los compromisos de Entel velan por la lealtad a su misión y valores; además de producir beneficios lícitos que justifiquen su inversión; gestionar adecuadamente los activos financieros; proveerles información permanente y oportuna a través de los canales establecidos; abstenerse de acciones u omisiones discriminatorias en relación con los accionistas minoritarios; mantener la confidencialidad de información reservada; no utilizar información privilegiada; y trabajar con profesionalismo.

### 2.6. Políticas en relación a negocios con Socios Comerciales

El Código promueve el establecimiento y la mantención de relaciones mutuamente beneficiosas. El objetivo de Entel es realizar negocios con socios comerciales que demuestren valores y compromisos congruentes con los declarados en el Código de Ética, para lo cual se establece una política específica para este grupo.

### 2.7. Políticas en relación a los Competidores

El Código de Ética establece que Entel actuará respetando la libre competencia, promoviendo una competencia leal en el mercado, cumpliendo con la legislación vigente y utilizando información fidedigna.

### 2.8. Políticas en relación a la Comunidad

Para Entel es vital ser un buen vecino con las comunidades con las que se relaciona, aportando a una mejor calidad de vida de la sociedad mediante el uso de tecnologías de la información y una conectividad global. Por eso, en el Código de Ética se considera el apoyo, respeto y protección de los derechos fundamentales de las personas; se favorece la utilización de tecnologías que respeten el medio ambiente; y se promueve la participación en iniciativas que favorezcan el desarrollo sustentable a nivel nacional, regional y local.

### 2.9. Políticas en relación al Gobierno

Entel promueven una relación abierta, transparente y participativa con la autoridad, fundada en el respeto por la legislación. Esto incluye las conductas en la participación en reuniones, promoción de actividades, entrega de obsequios e invitaciones a eventos.

### 2.10. Políticas en relación al Medio Ambiente

El Código promueve el respeto del equilibrio ecológico del entorno donde opera Entel, velando por la salubridad, la seguridad y la higiene de las propias instalaciones y sus alrededores; fomentando la formación de los trabajadores en el respeto por el entorno y la protección medioambiental; y demostrando una actitud de colaboración y compromiso con el cuidado del medio ambiente a través de acciones concretas, de acuerdo con la legislación vigente.



# SN Power

## Principio 10



Las empresas deben actuar contra de todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno



*Para SN Power el formar parte de Pacto Global y adherir a sus diez principios es una satisfacción y desafío permanente. En esta ocasión, hemos elegido el décimo, que busca combatir cualquier forma de corrupción, extorsión y soborno. Para nosotros, este concepto es intransable, por lo que procuramos siempre el correcto manejo y la honestidad en todos nuestros negocios*

Laine Powell  
Gerente General  
SN Power Chile







## Sostenibilidad en los principios de negocios

**S**N Power es una empresa noruega formada en 2002 por las compañías estatales: Statkraft, la mayor generadora de hidroelectricidad en dicho país y principal generadora de energía renovable de Europa; y por Norfund, fondo de inversiones para mercados emergentes.

Como resultado de esa alianza, SN Power tiene como objetivo el desarrollo de proyectos renovables en países emergentes.

Con presencia en tres continentes, la empresa busca invertir en proyectos hidroeléctricos sostenibles, ocupando tecnología de punta y poniendo especial énfasis en el cuidado del entorno ambiental y social.

En Chile, SN Power ha construido las centrales hidroeléctricas Confluencia y La Higuera, en la comuna de San Fernando (VI Región de O'Higgins), y el parque eólico Totoral, en la comuna de Canela (IV Región de Coquimbo), el primer proyecto de este tipo de la compañía en el mundo.

SN Power es una compañía en la que la gestión socialmente responsable es uno de sus principios básicos de negocio en todos sus proyectos alrededor del mundo. Como empresa de generación de energía, contribuye al crecimiento económico y al desarrollo; sin embargo, entiende que los proyectos de generación se basan en recursos naturales y que producen impactos en el medio ambiente y en las comunidades donde se desarrollan. SN Power tiene la convicción de que este impacto puede ser positivo, y con este propósito desarrolla su actuar.



Red Pacto Global Chile

El problema del Cambio Climático representa un gran desafío a nivel mundial, que requerirá de inversiones masivas en energía renovable y eficiencia energética para mitigar el calentamiento global. SN Power cuenta con un equipo global de profesionales trabajando en materia de cambio climático y en Chile, el Parque Eólico Totoral es un aporte en esta línea. El proyecto reducirá emisiones equivalentes a retirar de circulación más de 21.000 automóviles por año.



*El mantenimiento de altos estándares y el cumplimiento de prácticas de Gobierno Corporativo internacionalmente aceptadas, son aspectos críticos para el desarrollo de SN Power como actor internacional.*

Para SN Power, Responsabilidad Social significa que, junto al esfuerzo por desarrollar centrales económicamente viables, se garantiza el cumplimiento de los más altos estándares ambientales, se establecen diálogos francos y respetuosos con las comunidades para contribuir a su desarrollo y, se vigila permanentemente el respeto de los derechos humanos y las prácticas anti-corrupción.

SN Power es miembro activo del Pacto Mundial de Naciones Unidas y de Transparencia Internacional. Además trabaja en estrecha colaboración con las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Está afiliada al Centro Internacional de Hidroelectricidad (IHC) y a la Asociación Internacional de Hidroelectricidad (IHA), adhiriendo a su Protocolo de Sustentabilidad. Sus proyectos deben ajustarse a las Normas de Desempeño de Sostenibilidad Social y

Ambiental de la Corporación Financiera Internacional (IFC) y aplica los estándares del Convenio N°169 de la Organización Internacional del Trabajo, sobre Pueblos Indígenas.

La política de Responsabilidad Social Corporativa de SN Power está sustentada en la plena conciencia de que las acciones que desarrolle hoy afectarán e influenciarán a las generaciones de mañana. Es por eso que para garantizar que las actividades de la compañía tengan un impacto positivo, SN Power ha desarrollado un conjunto de valores y principios básicos de negocios que orientan sus actividades en todo el mundo. Todos los empleados de SN Power deben guiarse por estos valores fundamentales y están obligados a respetar los principios de negocio.





## Sistema anticorrupción: responsabilidad y transparencia

En el ámbito de la corrupción, SN Power considera necesario el uso de principios extensibles a todos los países en los que está presente, para potenciar las relaciones con los distintos actores.

Los valores centrales que promueve la empresa son la proactividad, la excelencia, la orientación a los resultados y la integridad.

La compañía desarrolló sus "Principios de negocios" para expresar de manera concreta cómo estos valores se llevan a la práctica y además son parte del Gobierno Corporativo.

### 1. Principios de negocios

Los principios indican cuál es el comportamiento esperado de cada uno de sus empleados. Son una guía que se aplica a todas las transacciones en las que participa la empresa. Se materializan en políticas y procedimientos internos claves que se utilizan para asegurar que la puesta en práctica de los principios sea consistente.

Como imperativo básico, SN Power no participa en ninguna alianza o asociación que no esté alineada con sus "Principios de negocios". Siempre se aplican los Principios cuando se requiere tomar decisiones, y su cumplimiento es revisado periódicamente mediante diversas rutinas de control. Se entregan copias de los Principios a todos los socios, contratistas y consultores, a quienes se les exige adhesión a los mismos.

El principio de actuar responsablemente y ser transparentes, establece que los empleados de la compañía se comprometen a no ofrecer, pagar, prometer ni aceptar sobornos ni otro tipo de pago a cambio de algo. Tampoco aceptan ni entregan regalos, entretenimiento o favores, a menos que tengan un valor nominal y sean considerados como normales y de uso corriente en circunstancias de negocios.

Con respecto a las transacciones comerciales, existe el compromiso por parte de los empleados de reflejarlas en las cuentas de la compañía en forma precisa y razonable, en conformidad con los procedimientos establecidos, sometiendo dichos registros a auditoría y escrutinio público permanente.

En lo que respecta a las relaciones con los actores de los países que acogen las operaciones, SN Power no busca influir en procesos políticos de una manera injusta o poco transparente ni se realizan contribuciones a partidos políticos o a sus representantes. Se insta a los empleados a evitar en toda ocasión conflictos de intereses entre sus actividades privadas y su rol en las actividades de la compañía.

- Entregamos crecimiento sustentable
- Cuidamos el medioambiente
- Desarrollamos a nuestra gente
- Apoyamos los Derechos Humanos
- Actuamos responsablemente y somos transparentes
- Creamos valor para las comunidades donde operamos
- Apoyamos los Derechos Humanos
- Promovemos la Salud y Seguridad

## 2. Sistema de gestión de los valores y principios

Para llevar a cabo esta política, la Casa Matriz de SN Power ubicada en Oslo, solicitó a cada una de sus oficinas regionales implementar su propio programa de integridad corporativa, usando como elemento guía el Código de Conducta de SN Power.

El Código de Conducta consiste en una declaración sobre el comportamiento y las acciones que se esperan de aquellos que trabajan para o en representación de SN Power.

El criterio para solucionar todo tipo de situaciones difíciles a las que sus empleados se pudieran verse enfrentados, es el siguiente:

- Uso del sentido común.
- Ser abierto respecto de discutir los problemas.
- Tomarse el tiempo necesario antes de tomar decisiones difíciles.
- Asegurarse de que las acciones tomadas se enmarquen holgadamente dentro de la ley y de los parámetros reseñados en el Código de Conducta.

El Programa de Integridad Corporativa se desarrolló conforme al Código de Conducta e incluye entrenamiento e inducción para todos los empleados de la compañía y sus filiales, los que se retoman periódicamente.

También se desarrolló el Manual del Empleado, que establece y explica todas las políticas, procedimientos, beneficios y condiciones de trabajo que son aplicables a los empleados.

Como parte del programa de integridad, se realizan talleres de difusión y discusión del Código de Conducta y también del Manual del Empleado. Actualmente, se está implementando la práctica de coffee-break una vez a la semana, se trata de una reunión informal entre los empleados, de media hora, para conversar y discutir temas relacionados con los valores y principios, y de seguridad.

Como medida de autofiscalización y seguimiento, se realizan auditorías anuales de los Estados Financieros y Cumplimiento Tributario, y cada dos años auditoría interna. Estas instancias verifican el cumplimiento de las prácticas anticorrupción que SN Power promueve.







# Terremoto 27-F



**ARAUCO®**

## Vínculos con la sociedad tras el terremoto 27-F



*Tras el terremoto y maremoto, en el caso de Constitución, nuestra única preocupación fue lo realmente urgente, las personas. PRES Constitución responde a esta convicción y corresponde a uno de los mayores desafíos que nos haya tocado enfrentar en materia de sustentabilidad. Nuestro compromiso es seguir siendo parte de esta iniciativa y junto a todos los actores involucrados, hacer del PRES no sólo un ejemplo de participación ciudadana sino una realidad*

*Matias Domeyko  
Gerente General  
ARAUCO*





## Producción forestal con visión de sostenibilidad

**A**rauco es una de las principales empresas forestales de Chile, y sus plantaciones se encuentran entre las de mayor crecimiento en el mundo. Su principal accionista es Empresas Copec, con un 99% de la propiedad.

Las líneas de negocio de Arauco incluyen diversos productos derivados de la madera, entre los cuales se encuentran la celulosa, la madera aserrada y los tableros, e incluso la generación de energía por biomasa a partir de los desechos forestales. Estos productos se comercializan en más 75 países, incluyendo Chile.

Los bosques son la base de todas las unidades de negocio de la empresa. Arauco cuenta con 1,6 millones de hectáreas de patrimonio forestal ubicadas en Chile, Uruguay, Argentina y Brasil que constituyen un elemento central de su política de sostenibilidad.

Todos sus bosques son manejados bajo estándares reconocidos internacionalmente. El año 2010 la empresa recibió el reconocimiento *Pulp and Paper International Awards*, galardón a través del cual se reconoce a la empresa de la industria del papel y la celulosa que demuestre mayor liderazgo, visión, innovación y logros estratégicos.

La política de sostenibilidad, enraizada en la visión de la compañía, busca hacer de Arauco un referente mundial en el desarrollo sustentable de productos forestales. Esta visión y los compromisos asociados a esta, son la base de toda la vinculación económica, social y ambiental de la empresa con sus diversos grupos de interés: accionistas, clientes, trabajadores y colaboradores, comunidades locales, agencias gubernamentales, organizaciones no gubernamentales e instituciones científicas y educativas, entre otros.

Junto con las iniciativas medioambientales, como el manejo sustentable del bosque y la medición de la Huella de Carbono de la empresa, la política de sustentabilidad de Arauco cuenta también con una fuerte línea de trabajo en la sociedad.



Durante el 2009 la empresa destinó más de 10 millones de dólares a programas de responsabilidad social, entendiendo que el desarrollo se ve reforzado cuando las empresas, junto con la sociedad civil, se involucran y adoptan el compromiso de mejorar la calidad de vida en las comunidades donde mantienen operaciones.

Desde el año 2004, la empresa publica anualmente su Reporte Corporativo de Sustentabilidad, siguiendo el estándar Global Reporting Initiative (GRI).

## PRES, plan de reconstrucción sustentable en la región del Maule

En Constitución se encuentra una de las plantas de celulosa más importantes de Arauco, la que cumple un rol clave en la economía local. El 27 de febrero de 2010 esta ciudad se vio seriamente afectada por el terremoto y posterior maremoto, lo que comprometió también las instalaciones y el trabajo de la compañía.

Ante esto, la reconstrucción de la ciudad y la inclusión de parámetros de sostenibilidad en los planes y proyectos se erigieron como un elemento fundamental de la estrategia de RSE de la empresa, pero sobre todo hacia el futuro.





### 1. La oportunidad de reconstruir una ciudad mejor

Apenas 19 días después del terremoto, la Ilustre Municipalidad de Constitución, el Ministerio de Vivienda y Urbanismo y la empresa Arauco firmaron una alianza público-privada para desarrollar el Plan Maestro de Reconstrucción Sustentable (PRES) para la ciudad de Constitución.

El proyecto convocó también a otras organizaciones: la oficina chilena de arquitectura Elemental, la firma inglesa de ingeniería y desarrollo urbano ARUP, la Universidad de Talca, Fundación Chile y la consultora en desarrollo turístico Marketek.

En 90 días el equipo debía elaborar el diseño del Plan, atendiendo que el 70% del casco urbano de la ciudad se había destruido y sus habitantes aún no superaban los efectos de la catástrofe.

La situación inicial fue vista como una posibilidad para plantearse un desafío inédito: pensar Constitución de nuevo. En este sentido, a partir de la destrucción inicial podía capitalizarse la oportunidad de reconstruir una ciudad mejor que la que había.

Uno de los principales desafíos fue coordinar el trabajo de los expertos —que combinaba arquitectura, paisajismo, ingeniería y eficiencia energética, entre otros— y las condiciones de viabilidad o "sentido

de realidad" definidas por las autoridades con la participación ciudadana, es decir, con las opiniones y aportes de los propios habitantes de Constitución.

El proceso de participación ciudadana, a través de una instancia de Casa Abierta, incluyó 45 foros sectoriales, 50 reuniones solicitadas por los propios vecinos, decenas de reuniones en domicilios, nueve foros abiertos, dos consultas ciudadanas vinculantes y reuniones semanales con el Comité Consultivo.

Éste último fue integrado por representantes de las asociaciones vecinales, las organizaciones sindicales y las agrupaciones gremiales. Más de 1.200 ideas fueron depositadas en el buzón habilitado y se contabilizaron 4.230 votos en las consultas ciudadanas vinculantes.





## Participación ciudadana

De los 4.230 votos recibidos en las consultas ciudadanas, un 94% se mostró a favor del proyecto "Parque fluvial Maule". Los habitantes de Constitución priorizaron los siguientes proyectos para el diseño esquemático del Plan:

1. Cuartel de Bomberos
2. Terminal de Buses
3. Teatro Municipal
4. Zócalo Turístico

### 2. Orientación sustentable

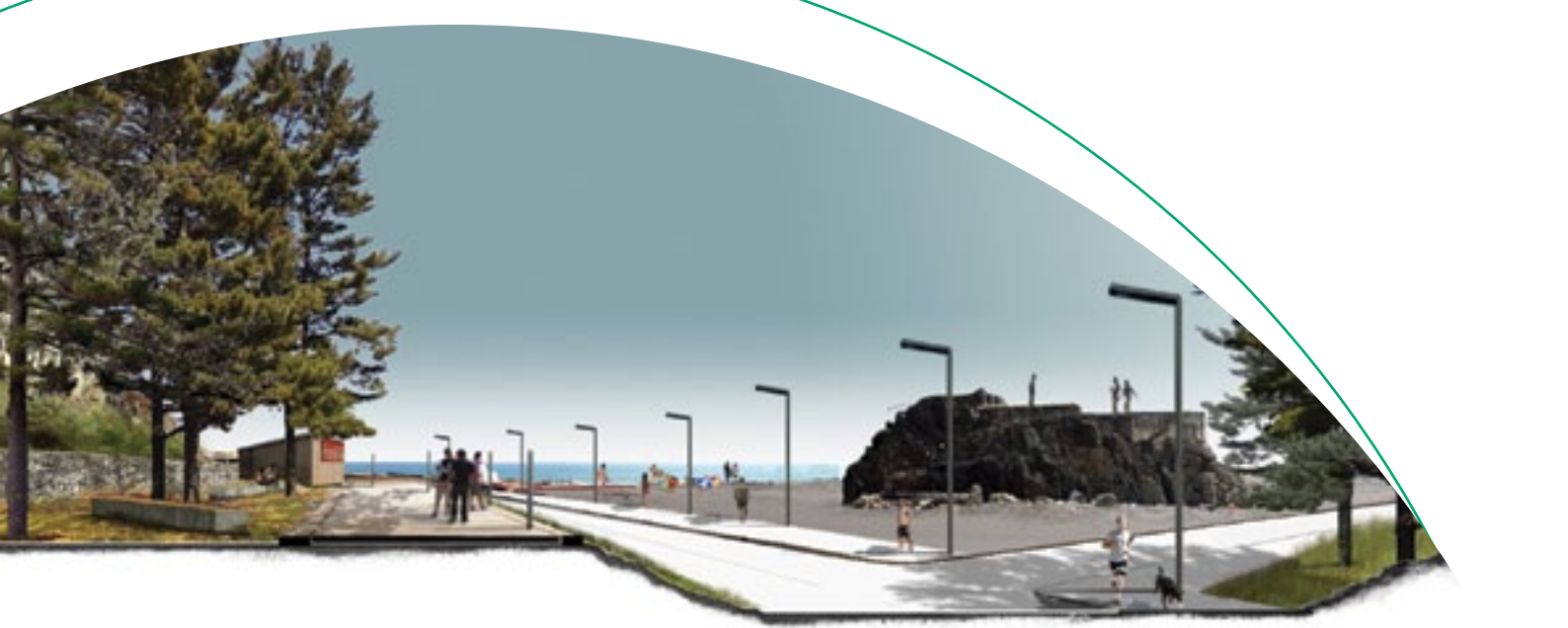
El PRES consideró entonces trabajos en infraestructura, equipamiento y espacios públicos, vivienda, diversificación económica y energía. El objetivo era recuperar la relación de la ciudad y sus habitantes con el río y el mar, a partir del "Parque fluvial Maule".

Los trabajos de Infraestructura consideraron un plan de mitigación de las inundaciones, tanto para aquellas causadas por lluvia como por eventuales maremotos. También se desarrolló un plan de movilidad con un nuevo acceso a la ciudad que permite segregar el tráfico de los camiones de carga de los vehículos interurbanos y los buses.

Antes del PRES, Constitución tenía un promedio de 2,2 m<sup>2</sup> de espacio público por habitante. Con el PRES se busca elevar ese rango a 6,6 m<sup>2</sup> por habitante. En la línea de "Espacio público y equipamiento", el plan contempla el mejoramiento del

borde del río, con un parque abierto; y también del borde marítimo, con un paseo de mar y equipamiento recreacional. Esto además de un plan de eliminación de olores de la planta de celulosa. En el centro cívico, el plan contempla la consolidación de plazas y circuitos peatonales y comerciales, y reconstruir edificios emblemáticos de la ciudad.

La energía fue también una importante área de trabajo para el PRES. Se plantearon tres opciones para el desarrollo energético de la ciudad: el manejo de los residuos a través de una planta de clasificación, que permitiría la recuperación de biogás para alimentar una red de transporte público; la introducción de tecnologías de calefacción solar y eficiencia energética en las viviendas; y recuperar el calor residual que genera la planta de celulosa para calefaccionar edificios públicos emblemáticos e infraestructura deportiva, como una piscina temperada.

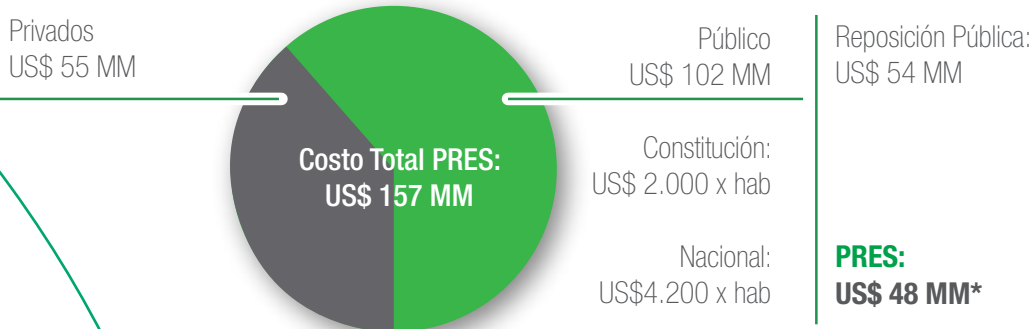


### 3. Financiamiento e implementación conjunta

El Plan de Reconstrucción Sustentable de Constitución está orientado a hacer de ésta una ciudad un lugar seguro, limpio y moderno que ofrezca mayor calidad de vida a sus habitantes, se potencie como un destino turístico y que cuente con un *cluster* maderero desarrollado.

El principal desafío del proyecto no es sólo su implementación y la reconstrucción de la ciudad, sino también la articulación conjunta de actores públicos y privados sin apartar a los propios habitantes de la ciudad y en concordancia con el modelo participativo que tuvo el plan desde sus inicios.

Hoy el PRES se encuentra en etapa de implementación, presentado cada uno de los proyectos distintos estados de avance. Se estima que el costo del PRES llegará a los US\$ 157 millones. De ese total, US\$ 55 millones provendrían de financiamiento privado:



\*conjunto de proyectos sectoriales en curso equivalentes a **PRES = US\$ 52 MM**





## Vínculos con la sociedad tras el terremoto 27-F



*Quiero compartir con ustedes nuestro compromiso y avances en materia de desarrollo sustentable. Desde un tiempo a esta parte hemos implementado diversas medidas que refuerzan nuestro actuar como una firma socialmente responsable.*

*Nuestro Comité de Responsabilidad Social, vela por las distintas acciones de PwC en materia social y ambiental. Gracias a esto hemos lanzado nuevas campañas de medio ambiente, como la de eficiencia energética y el primer ejercicio de cálculo de nuestra huella de carbono*

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Luis Enrique Alamos'.

*Luis Enrique Alamos  
Socio Principal  
PwC*







### Descripción y estrategia de RSE de PwC

**P**wC provee servicios de consultoría y asesoría empresarial, legal, tributaria y de auditoría, con foco en la industria, en 154 países del mundo.

En Chile comenzó a operar en 1914, en Valparaíso. Hoy su equipo de trabajo está formado por más de mil profesionales, distribuidos en oficinas en Antofagasta, Viña del Mar, Santiago, Concepción y Puerto Montt.

El modelo global de RSE en PwC se desarrolla en cinco grandes áreas: Gente, Sociedad, Medio Ambiente y Mercado. Actualmente PwC Chile trabaja una estrategia propia de RSE, la cual estará vinculada al modelo de negocios de PwC Global, pero agregando una quinta dimensión que agrupe todos los temas relacionados con Gobierno Corporativo.

Para llevar adelante las actividades de RSE, en 2009 PwC Chile estructuró formalmente un Comité constituido por socios, directores, gerentes y especialistas propios en materias de responsabilidad social y medio ambiente.





## **Certificación Global Reporting Initiative (GRI)**

*A partir de abril de 2009, PwC Chile es un Certified Training Partner de GRI. Es decir, está habilitado para ofrecer cursos oficiales de entrenamiento, con contenido certificado sobre el Proceso de Elaboración de Reportes de Sostenibilidad GRI en todos los países de América de habla hispana.*

*El reconocimiento por parte de GRI a PwC Chile como su socio certificado en materia de entrenamiento, representa un importante logro y permite reafirmar el posicionamiento de la firma como asesor de excelencia en materia de Desarrollo Sostenible.*







## Respuesta al terremoto: un ejemplo de trabajo en equipo

El terremoto del 27 de febrero de 2010 afectó especialmente a los colaboradores de la oficina de PwC en Concepción, zona donde el sismo tuvo una intensidad de 8,8 grados en la escala de Richter dada su cercanía con el epicentro, ubicado en la costa frente a Cobquecura -unos 150 kilómetros hacia norte de la capital del Bío Bío-.

### 1. La organización de las comunicaciones

Frente a la devastadora situación que dejó el terremoto, la empresa llevó a cabo una estrategia de ayuda inmediata para todos sus profesionales ubicados en la Región del Bío Bío. Las acciones comenzaron el domingo 28 de febrero con un plan para comunicar a los afectados y canalizar la ayuda de manera centralizada y eficiente.

PwC desarrolló comunicados internos, denominados "Informativo terremoto - Estado actual PwC Chile", el cual fue elaborado a partir de información recolectada por el equipo del área de Capital Humano. Esta medida permitió agilizar los procesos de búsqueda y entrega de ayuda, además de mantener una actualización permanente de lo que sucedía en Concepción con los colaboradores y sus respectivas familias.

La comunicación organizada que se logró entre Santiago y los profesionales en Concepción fue fundamental para el desarrollo de esta tarea, dadas las condiciones adversas que existían en ese momento: la carencia de energía eléctrica y las dificultades para mantener señales de telefonía celular. A esto se sumó más tarde el toque de queda, el cual redujo los tiempos de reacción y búsqueda de los colaboradores que aún no eran ubicados.

### 2. Operaciones de búsqueda y entrega de apoyo

Uno de los socios a cargo de la oficina regional fue quien guió la búsqueda y las operaciones desde Concepción. Las mayores dificultades que se enfrentaron en este proceso fueron la intermitencia en los servicios de telecomunicaciones y los cortes en la conectividad vial. Ante esto se privilegió como medio de transporte la bicicleta, y de esta manera se comenzó la búsqueda por todo el Gran Concepción, Talcahuano y Penco.

El lunes 1 de marzo se verificó la asistencia del 95% de los colaboradores de las oficinas afectadas por el terremoto y otras oficinas que pudiesen estar en zonas afectadas. Faltando 43 personas por ubicar.

Mientras tanto, desde Santiago se intentaba contactar vía telefónica a quienes no habían sido ubicados, y se organizó la logística para el envío de agua, alimentos y medicamentos hacia Concepción, los cuales se enviaron en 3 viajes.

PwC brindó la oportunidad gratuita de trasladar hacia Santiago y alojar a los colaboradores y familiares de éstos que se encontraran enfermos, para ser atendidos y tratados de manera más rápida y eficiente.

Cabe destacar la utilidad de otros mecanismos, como el uso de redes sociales en internet (principalmente Facebook), que contribuyeron en la búsqueda de algunos de los colaboradores, sobre todo los más nuevos: en la mayoría de los casos no se contaba con sus números telefónicos, y cuando fueron conseguidos éstos no estaban operativos.

El "Informativo terremoto N°7 - Estado actual PwC Chile" fue el último comunicado masivo, en el cual se dio por finalizada la búsqueda tras encontrar a todos los colaboradores de la Región del Bío Bío.

Adicionalmente, se entregaron préstamos a los colaboradores con mayores dificultades para la reconstrucción de sus viviendas.

## Aportes para la sociedad

**Durante abril se realizaron dos voluntariados corporativos en conjunto con Un Techo para Chile, con la finalidad de construir viviendas de emergencia para quienes se vieron afectados por el terremoto.**

**Más de 130 colaboradores y sus familiares participaron de esta causa, incluyendo a profesionales de Concepción. Además, PwC adhirió a la campaña de recolección de alimentos no perecibles y ropa de abrigo de la Cruz Roja, para su envío a las zonas más afectadas.**





### 3. Preparar a la empresa

Las oficinas afectadas fueron paulatinamente regresando a la normalidad durante la primera semana. Este nuevo escenario supuso hacerse cargo de la contención emocional de los colaboradores afectados por el stress post terremoto.

Las oficinas de PwC en Concepción fueron afectadas con problemas estructurales que impidieron su habitabilidad, por lo que fue necesaria su reconstrucción. Mientras se habilitaban lentamente las oficinas nuevas (por problemas de escasez de materiales y de mano de obra) los colaboradores se organizaron para trabajar a distancia desde sus domicilios o estaciones de servicio.

Hoy, superada la contingencia, se han tomado medidas de largo plazo orientadas a preparar mejor a la empresa frente a una catástrofe de esta magnitud.

La nueva oficina de Concepción fue construida con tecnología antisísmica. En todas las oficinas de PwC Chile hay un encargado de comunicaciones entrenado para operar un teléfono satelital en caso de emergencias. El número es conocido por toda la organización, lo que constituye un avance significativo en las medidas de respuesta ante crisis como la vivida en febrero pasado.





**UNIVERSIDAD  
ANDRÉS BELLO**

## Vínculos con la sociedad tras el terremoto 27-F



*La educación no pasa sólo por las aulas.*

*La solidaridad frente al terremoto se*

*demonstró por parte de la Universidad*

*Andrés Bello, ya que su comunidad la asumió con compromiso y liderazgo. En un momento sumamente complicado para el país, nuestros alumnos, profesores y administrativos, se organizaron para ayudar. Todos salimos fortalecidos de esta experiencia. 511 familias fueron apoyadas en la reconstrucción de sus casas y miles de estudiantes vivieron la satisfacción de trabajar con un compromiso social*

*Dr. Pedro Uribe J.  
Rector  
Universidad Andrés Bello*







### Universidad Andrés Bello: educando en valores

La Universidad Andrés Bello (UNAB) es una institución privada de educación superior con presencia en Santiago, donde tiene tres campus -República, Bellavista y Casona de Las Condes-; y en Viña del Mar, Rancagua y Concepción.

En la actualidad cuenta con 13 facultades que albergan a un total de 63 carreras profesionales en diferentes áreas, en modalidad diurna y vespertina, con 38 mil estudiantes y más de 17 mil egresados. Fué reacreditada hasta el 2013 por la Comisión Nacional de Acreditación.

Su misión es ser una universidad que ofrezca una experiencia educacional integradora y de excelencia,

para un mundo global, apoyada en el cultivo crítico del saber y en la generación sistemática de nuevo conocimiento en áreas determinadas.

Como parte de esta orientación y asumiendo la responsabilidad de educar en base a valores, la Universidad, a través de su Dirección de Asuntos Estudiantiles (DAE), propicia la participación de los estudiantes en actividades extra programáticas que favorezcan su crecimiento no sólo intelectual, sino también espiritual, contribuyendo a la sociedad.



“ *Deseamos en nuestra universidad, alumnos con metas y voluntad para alcanzarlas, pues ellos merecen una experiencia educacional que colabore a integrar la totalidad que habita en la persona, consolidándola sobre la base de sus propios valores, sus fortalezas y la superación de sus debilidades.* ”

*Esta tarea, humanista, científica y por sobre todo valórica, se hace ejerciendo el cultivo crítico del saber, que es la acción de la inteligencia para derrotar la ignorancia en cualquiera de sus formas, pero con un objetivo preciso: el progreso humano, tanto individual como social.*

*Dr. Pedro Uribe J.  
Rector  
Universidad Andrés Bello*

### **Voluntariado: aunando las fuerzas estudiantiles**

Frente a la catástrofe ocurrida el 27 de febrero de 2010, la Universidad Andrés Bello y sus estudiantes se movilizaron para acudir en ayuda de las zonas más afectadas por el terremoto en las regiones de O'Higgins, del Maule y del Bío Bío.

La ayuda comenzó a movilizarse desde la Dirección de Asuntos Estudiantiles (DAE) de la Sede de Viña del Mar. Se dio de forma organizada, intentando hacer del voluntariado estudiantil, una práctica nacional, reconociendo el valor que tienen los alumnos universitarios en la realización de estos proyectos.

### **Alto compromiso**

El 28 de febrero, la DAE se puso en contacto con los líderes estudiantiles de la Universidad, que de inmediato manifestaron un alto compromiso con la iniciativa.

Luego se sostuvo una reunión con la Asociación de Direcciones de Asuntos Estudiantiles de la V Región (ADAEV), la Municipalidad de Viña del Mar y "Un Techo Para Chile", con el fin de coordinar la ayuda inmediata que entregarían las universidades de la zona. En dicha oportunidad se llegó al acuerdo de que la Sede Viña del Mar sería el principal centro de acopio de la Ciudad Jardín.

## Organizaciones y formación de las redes

El 3 de marzo se convocó a los estudiantes que quisieran participar como voluntarios. Esta convocatoria se realizó vía Facebook, con un excelente resultado: llegaron mil estudiantes, los cuales fueron organizados en tres áreas:

- Centro de acopio, donde la tarea principal fue recibir y enviar donaciones al sur, por diferentes medios. La universidad funcionó como centro de acopio hasta el 31 de marzo.
- Remoción de escombros para la posterior construcción.
- Construcción desarrollada en conjunto con "Un Techo Para Chile".

Paralelamente, las sedes de Santiago y Casona de las Condes trabajaron fuertemente en campañas de recolección de alimentos y ropa para ser enviados en ayuda de las familias de la comunidad de la sede Universidad Andrés Bello en Concepción.

Estas tres áreas funcionaron desde el 10 hasta el 20 de marzo. Posteriormente la UNAB se unió a la red establecida entre la Armada de Chile, el Hogar de Cristo y la Oficina Nacional de Emergencias del Ministerio del Interior (ONEMI), para entregar sus aportes.

A fines de marzo, la Universidad Andrés Bello vislumbró un importante problema en la construcción de mediaguas que desarrollaba "Un Techo Para Chile": el inicio del año académico universitario, y el consiguiente retorno a clases de los alumnos, bajaría drásticamente el número de voluntarios. Por esta razón, el rector Rolando Kelly y el padre Felipe Berrios realizaron, a mediados de abril, una convocatoria de nivel nacional a las universidades para que dieran facilidades a sus estudiantes para participar durante una semana en la construcción de viviendas de emergencia.

La iniciativa tuvo buena acogida y una vez iniciado el año académico se llevaron a cabo dos salidas cortas (de jueves a domingo) y una gran salida de 10 días, entre el 7 y el 16 de mayo.

Para coordinar la tarea de construcción se creó entre los estudiantes de la universidad una estructura similar a la que emplea "Un Techo para Chile": hubo jefes regionales -profesionales que trabajan en la Universidad Andrés Bello, jefes de escuela, líderes entre los estudiantes-, jefes de cuadrilla, coordinadores generales y encargados de otros servicios -movilización, cocina, materiales de construcción y de apoyo social-.

## Localidades beneficiadas

*Cauquenes*

*Ñuble*

*Pemuco*

*Chillán*

*Chillán Viejo*

*San Carlos*

*San Ignacio*

*Portezuelo*

*Quillón*

*Coihueco*

*Ninhue*

*El Carmen*

*Millantú*

*Santa Fé*

*Florida Centro*

*Barrio Norte*

*Concepción*

*Lota*

*Santa Bárbara*

*Laraquete*

*Cauquenes*

*Ranquil*

*Bulnes*

*Quirihue*

*Niquén*



Red Pacto Global Chile





# 511

*No existe un conteo oficial de la cantidad de mediaguas construidas por voluntarios de otras universidades, pero sólo la Universidad Andrés Bello construyó 511 en 27 localidades de las regiones del Maule y del Bío Bío. Fueron 511 familias beneficiadas, con las que los voluntarios establecieron relaciones de confianza y colaboración mutua.*



## Conciencia solidaria

A la hora de hacer un balance, la Dirección de Asuntos Estudiantiles de la Universidad, califica la experiencia como positiva pues se logró un cambio en la percepción, por parte de los estudiantes, sobre la realidad del país.

Los voluntarios expresaron que, a raíz de esta experiencia, en muchos casos se amplió la perspectiva que tenían respecto de su profesión, lo que responde al objetivo de la Universidad Andrés Bello, en el sentido de entregar una educación integral y valórica.

Participar en una iniciativa público-privada de estas dimensiones y relevancia permitió a muchos estudiantes conocer realidades locales que en otras circunstancias no habrían podido experimentar, como

por ejemplo, las necesidades de la administración municipal, la coordinación de programas gubernamentales y la gestión de recursos y mano de obra ante eventos críticos.

Pero sin duda el mejor resultado que generó esta experiencia fue la formación de un Comité Universitario Nacional de Emergencias, el cual opera desde la Región de Valparaíso. Su objetivo es dar una estructura básica de coordinación entre casas de estudio superior para situaciones de catástrofes, con el fin de prestar ayuda más útil y efectiva a los más necesitados.





## Vínculos con la sociedad tras el terremoto 27-F



“ A través de nuestros programas de Desarrollo Sostenible siempre estamos vinculados al entorno de nuestras operaciones. En este caso, por la envergadura del desastre, quisimos ir en ayuda de localidades del sur del país que tienen relación con nuestros trabajadores y sus familias. El grado de destrucción sufrido por el Liceo Politécnico Pedro Aguirre Cerda de Cauquenes y que 684 estudiantes estuvieran disgregados en distintos establecimientos de la comuna para continuar sus estudios, nos motivó a comprometernos con la reconstrucción de este establecimiento, que necesitaba un gran apoyo para volver a levantarse

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Nicolás Fúster'.

Nicolás Fúster  
Vicepresidente de Asuntos Corporativos y Desarrollo de Negocios  
Xstrata Copper





*Alumnos esperando la llegada de los nuevos módulos*

## Descripción y estrategia de desarrollo sostenible

**X**strata Copper es el cuarto productor mundial de cobre y es una de las unidades de negocio de Xstrata Plc. Su sede central se encuentra ubicada en Brisbane, Australia y sus operaciones minero-metalúrgicas y proyectos de desarrollo se distribuyen en ocho países: Argentina, Australia, Canadá, Chile, Estados Unidos, Filipinas, Papúa Nueva Guinea y Perú. Asimismo, Xstrata Copper opera un negocio de reciclaje, Xstrata Recycling, con plantas en Estados Unidos y oficinas en Canadá y Asia.

En Chile, Xstrata Copper tiene una participación de 44% en Minera Doña Inés de Collahuasi en la Región de Tarapacá, es propietario de la Mina Lomas Bayas y el Complejo Metalúrgico Altonorte en la Región de Antofagasta, y cuenta con la filial Energía

Austral la cual desarrolla un proyecto hidroeléctrico en la Región de Aysén. Además, es dueño del proyecto binacional El Pachón, ubicado en Argentina a 4 km. de la frontera con Chile.

La gestión del negocio de Xstrata Copper opera equilibrando el desarrollo social, medioambiental y económico, lo que facilita a la empresa obtener la licencia social para operar. Así, Xstrata Copper se compromete a trabajar al más alto nivel en materia de salud, seguridad y gestión del medio ambiente, contribuyendo al desarrollo sostenible de las comunidades y estableciendo un diálogo directo con sus grupos de interés.

La Estrategia de Desarrollo Sostenible de Xstrata Copper se desarrolla en 4 ámbitos vitales para el funcionamiento de sus operaciones y proyectos, los cuales están detallados en su Política de Desarrollo Sostenible.



## Focos del Desarrollo Sostenible de Xstrata Copper

<b>Salud y seguridad</b>	• Lograr un ambiente de trabajo seguro y sin lesiones-ni víctimas fatales- al tiempo de mejorar el bienestar de nuestros empleados, contratistas y comunidades
<b>Medio Ambiente</b>	• Preservar la salud, la función y la viabilidad en el largo plazo, de los ambientes naturales que se ven afectados por nuestras operaciones.
<b>Comunidades Sostenibles</b>	• Contribuir al desarrollo sostenible en lo social y económico de las comunidades relacionadas con nuestras operaciones
<b>Nuestros empleados</b>	• Mantener un entorno de trabajo seguro, basado en el respeto mutuo, la equidad y la integridad

### Reconstrucción del Liceo Politécnico Pedro Aguirre Cerda en Cauquenes

El Liceo Politécnico Pedro Aguirre Cerda está ubicado en la comuna de Cauquenes, Región del Maule. Fundado el 13 de junio de 1946, actualmente cuenta con un 35% de sus alumnos que provienen de zonas rurales y un 85% son alumnos vulnerables. Con 684 alumnos de enseñanza media, imparte siete especialidades: productos de la madera, mecánica industrial y automotriz, construcciones metálicas, secretariado, electricidad y ventas. El establecimiento no solo recibe a jóvenes de Cauquenes, algunos provienen de San Javier, Retiro, Parral e incluso de la Región del Bío Bío. Con esta realidad, el Liceo Politécnico Pedro Aguirre Cerda trabaja para formar técnicos de nivel medio, entregando competencias, conocimientos y formación valórica, que les permita a los jóvenes insertarse en el mundo laboral.

A fines del año 2009, se había realizado una importante inversión en el liceo para remodelar todas sus salas de clase, talleres y oficinas administrativas, y para construir dos nuevos laboratorios Enlace y una biblioteca. Lamentablemente, el terremoto hizo colapsar el edificio central, donde se ubicaban las salas de clases, y debió ser demolido.

A pesar de la catástrofe, el año escolar del Liceo debía comenzar. Los alumnos fueron reubicados a mediados de abril en dos colegios en los extremos oriente y poniente de Cauquenes. Para poder recibir a los alumnos en estas escuelas, se habilitaron salas, se dispuso de buses de acercamiento facilitados por el Ministerio de Educación y la Municipalidad, y también fue necesario ajustar la jornada escolar, pasando de 42 a 30 horas semanales.

En el mes de agosto, casi seis meses después del terremoto, se retomaron algunas clases en el liceo politécnico, enfrentando algunas dificultades dadas las deficiencias en la infraestructura: no tenían cocina disponible y no contaban con electricidad en el sector de los talleres, lo que no permitía el desarrollo normal de las clases.





Carmen Amigo, Directora del Liceo Politécnico  
Pedro Aguirre Cerda

*"Felizmente, nos llegó la ayuda; y oportunamente también. Esperamos con mucha paciencia, y la paciencia tiene recompensa".*







Angélica Aravena, Asistente Gerencia Legal Xstrata Copper



*"Nací y me crié en Cauquenes. En aquellos años, estudié la especialidad de Contabilidad en el liceo politécnico que era un colegio lindo, muy destacado en la ciudad. Tras el terremoto viajamos como se pudo para ver a mi familia y luego a recorrer nuestros lugares importantes. Fue doloroso ver que la ciudad donde tú naciste estaba en ruinas, entre éstas el liceo. Nos quedamos, en silencio, observando cómo nuestro colegio estaba en el suelo, es como que te borran del alma una parte de tu historia. Para mí fue una sorpresa enorme saber que Xstrata Copper estaba colaborando. Pertenecer a la empresa que está reconstruyendo el lugar que me entregó los valores que hoy practico en la compañía, me llena de satisfacción y orgullo".*



Juan Carlos Muñoz, Alcalde de Cauquenes

*"Xstrata Copper apuntó justo donde tenía que hacer una donación. Este es un liceo emblemático para Cauquenes, que recibe a alumnos de clase media-baja, que es la gente que más necesita y no tengo ninguna duda que deben estar muy felices con lo que está sucediendo".*





Nicolás Fuster, Vicepresidente de Asuntos Corporativos y Desarrollo de Negocios Xstrata Copper

*“En el Liceo Politécnico no solo se levantó un nuevo edificio, quisimos dar un apoyo integral y se instalaron paneles termosolares para contar con agua caliente permanente, además de habilitar un nuevo sistema eléctrico en los talleres. Y esperamos que en un futuro también podamos contar con algunos de los alumnos en nuestra empresa. Nos sentimos orgullosos de haber podido contribuir en la reconstrucción de este colegio tan importante para Cauquenes y para muchos de nuestros trabajadores que provienen de esta ciudad. Les agradecemos la oportunidad que nos han dado de colaborar en este gran desafío.”*

En este contexto, como parte de su compromiso con el país, Xstrata Copper quiso participar activamente en la reconstrucción de una de las zonas más afectadas por el terremoto. Cabe destacar que inmediatamente después del terremoto, la empresa se organizó para prestar ayuda, durante los días más críticos, a los familiares de trabajadores que viven en esta región. Un número importante de empleados de Xstrata Copper tiene familia en la zona y esto motivó la decisión de focalizar los esfuerzos en este lugar. Finalmente, en septiembre del año 2010 se firma un acuerdo con la Municipalidad de Cauquenes,

donde la empresa se compromete a reconstruir del Liceo Politécnico Pedro Aguirre Cerda, mientras que la Municipalidad agilizaría los trámites necesarios para el inicio de los trabajos.

Las obras contemplan la reposición de 12 salas de clases modulares, con su mobiliario, con una superficie total de 700 m<sup>2</sup>, la habilitación de un nuevo sistema eléctrico para los talleres para seguridad de los alumnos y docentes, y la instalación de 18 paneles termosolares para calentar el agua de duchas y así dar una solución sostenible al hecho de que los mis-

mos alumnos costeen el gas para el agua caliente. El costo total del proyecto alcanza los US\$720.000, financiado por Xstrata Copper. Este aporte se suma al US\$ 1 millón entregado por la compañía a la Cruz Roja y la ONEMI en marzo de 2010.

Las obras en el edificio central ya finalizaron y en marzo de 2011 será la inauguración del nuevo establecimiento, marcando el inicio del año escolar en una de las comunas más afectadas por el terremoto, pero que hoy se levanta con fuerza y optimismo.



**Coordinación:**

Red Pacto Global Chile

**Dirección y edición:**

Gestión Social S.A, consultoría en RSE

**Diseño y producción gráfica:**

Magu  
[www.magu.cl](http://www.magu.cl)

**Impresión:**

Donnebaum





Grupo Polpaico  
Construyendo Confianza



Universidad Austral de Chile  
Conocimiento y Naturaleza



Red Pacto Global Chile

[www.pactoglobal.cl](http://www.pactoglobal.cl)