Ranking de
Sustentabilidad
Empresarial
PROhumana 2016

ediciones especiales
EL MERCURIO

EDICIONES.ESPECIALES@MERCURIO.CL
SANTIAGO DE CHILE
VIERNES 2 DE SEPTIEMBRE DE 2016

Las preguntas ausentes en el mundo empresarial chileno

PATRICIO BAEZA

Son más de 20 años de trabajo en Chile desde PROhumana, con el objetivo de forjar un país con equilibrios económicos, sociales y ambientales. Navegando entre lo pragmático del crecimiento y la rentabilidad económica; la viabilidad de nuestro planeta y de Chile en el escenario político y económico global.

Liderando el cambio de paradigma hacia la sustentabilidad empresarial en lo económico, social y de gobernanza corporativa, junto con el movimiento hacia una economía circular que se sustenta en el largo plazo y en lo virtuoso de la integralidad de los procesos productivos con bajo impacto social y ambiental, en el marco de una de las peores crisis económica –la del 2008– desde la gran depresión.

Surfeando la reticencia al cambio en Chile y a los diagnósticos, tanto nacionales como internacionales, que anuncian un posible colapso global en lo social y ambiental. Datos que remecen a cualquiera, sobresaliendo el calentamiento global, la inequidad social, el desempleo, el envejecimiento de la población y la concentración de la riqueza, entre otros.

Dando seguimiento a propuestas globales, de cambio a modelos del sistema financiero, de la agricultura, la energía y de la naturaleza del trabajo desde universidades, institutos, multinacionales, gobiernos y países desarrollados.

La información existe, y se manifiesta en hechos concretos de lo descrito anteriormente, tales como calentamiento global, desertificación de la Amazonia donde esta pierde una superficie de cinco campos de fútbol cada minuto; la inequidad social donde el 1% (70.000 aprox.) de la población mundial posee la misma cantidad de recursos que el 99% (7 billones) de la población mundial; entre muchos aspectos urgentes de pensar, cuestionarse y sobre todo generar cambios a la realidad actual para así

generar equilibrios macro y micro económicos y estabilidad social y política.

Por otro lado, presenciando en Chile una actitud de ignorar lo evidente, dejando que ocurran hechos políticos-sociales traumáticos que generan una reacción obligada de los liderazgos políticos y empresariales. Uno de los ejemplos paradigmáticos recientes es el rechazo de un grupo de ciudadanos no menor al sistema previsional chileno, que en lo profundo es un cuestionamiento al sistema financiero, al futuro de la empleabilidad de los chilenos, a la inequidad social, a la concentración de la riqueza. En el fondo, un cuestionamiento radical al tipo de sociedad que estamos construyendo. ¿Qué ocurrió? ¿Por qué los líderes nacionales no se hicieron esas preguntas fundamentales para adelantarse a los hechos que hoy generan una crisis profunda de institucionalidad y confianza en nuestro país?

Lo preocupante de lo expresado anteriormente es que no nos estamos haciendo esas preguntas esenciales acerca del modelo de desarrollo económico y social que estamos cimentando entre todos.

Tal vez la gran interrogante para nuestro país podría ser: ¿cuándo dejaremos de ser una sociedad reactiva a los hechos, y nos convertiremos en una sociedad dispuesta al diálogo y previsora? ¿Cuándo lograremos adelantarnos a las catástrofes sociales y generaremos acciones que resuelvan los conflictos por venir, o que se adapten a las necesidades de las personas y a los avances tecnológicos que hace que todo tenga una velocidad a la cual no estábamos acostumbrados?

Es una larga lista de preguntas las que debe plantearse el mundo empresarial chileno, acordando además una opinión frente a ellas y sobre todo acciones, de eso no cabe duda.

Y como lo decía anteriormente, son 20 años de tomarle el pulso al mudo empresarial en Chile en lo que respecta a la sustentabilidad, y en especial 12 años de evaluar y dar seguimiento a cómo un reducido grupo de empresas está respondiendo a preguntas fundamentales de los negocios del siglo XXI, a través del Modelo de Estrategia de Negocio Sustentable PROhumana. Han sido más de 100.000 trabajadores que por medio de encuestas han compartido su evaluación con respecto a sus empresas y a sus prácticas en sustentabilidad.

Y esto es lo destacable de estas 11 empresas reconocidas este 2016, el que son empresas que se están cuestionando y reinventando. No son perfectas pero sí instituciones que se atreven a cambiar, y esto las hace destacables sobre el resto, por que en tiempos revueltos como los actuales, aquellos que tienen el coraje de exponerse, de cuestionarse y de mudar de aires conquistan un valor muy destacable en nuestro país. La reputación corporativa se construye siendo coherentes, valientes, innovadores y sobre todo abiertos a modificar sus modelos de negocios de acuerdo a las exigencias del siglo XXI.

Soledad Teixidó, presidenta ejecutiva de PROhumana.

Desarrollo Humano Sustentable e Integral

PROhumana es una organización chilena –sin fines de lucro, no partidista, independiente y autosustentable– que lleva más de 20 años de trabajo continuo, contribuyendo al desarrollo de una cultura de Desarrollo Humano Sustentable e Integral, mediante la promoción e identificación de buenas prácticas de Sustentabilidad Empresarial y Ciudadana en Chile.

Ha focalizado su trabajo en el desarrollo de potentes metodologías orientadas a mejorar la gestión empresarial desde una visión sistémica y de largo plazo, poniendo énfasis en la implementación de políticas y planes de Sustentabilidad Empresarial.

Asimismo, promueve la generación de espacios de vinculación, aprendizaje, diálogo y encuentro entre actores multisectoriales representados en PROhumanaRED, iniciativa que desde hace 10 años constituye una red cooperación de empresas e instituciones que participan, colaboran y apoyan en la promoción de la sustentabilidad empresarial en el país.

La innovación también ha sido una instancia de desarrollo para la creación de espacios de comprensión de la Sustentabilidad, generando proyectos como las Giras de Aprendizaje Internacional –a las que han asistido más de 83 líderes de diversas empresas– o las Mesas Redondas en torno a temáticas vinculadas con la gestión empresarial sustentable, en las cuales han participado más de 100 líderes empresariales y de la sociedad civil.

Empresas Reconocidas Ranking SE **PRO**humana 2016

PROPUESTA DE VALOR DEL RANKING DE SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL PROHUMANA

- Mejora la reputación corporativa de la empresa.
- Otorga notoriedad y posicionamiento a la marca.
- Valida a la empresa ante sus diferentes públicos de interés.
- Potencia la rentabilidad de cuatro aristas: económica, social, medioambiental y humana.
- Refuerza la marca de manera consistente y coherente.
- Permite establecer metas e identificar brechas de mejora.
- Impulsa políticas de mejoramiento continuo.
- Evalúa de forma objetiva y cuantificable.
- Genera aprendizaje en la empresa y en sus trabajadores.
- Alinea la cultura organizacional hacia la sustentabilidad.

IMPACTO QUE ALCANZA EL RANKING DE SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL PROHUMANA

12 **AÑOS EVALUANDO** y reconociendo la gestión sustentable de las empresas.

MÁS DE **400** **EVALUACIONES A EMPRESAS** en sus 12 versiones anteriores.

MÁS DE **1.100.000** **TRABAJADORES EVALUADOS** en conocimiento y práctica de la sustentabilidad.

ALINEADO CON LOS ÍNDICES QUE MARCAN LA TENDENCIA EN SUSTENTABILIDAD

La metodología se construye a partir de la investigación de 14 índices de relevancia nacional e internacional, entre los que estacan GRI G4 y Dow Jones Sustainability Index, permitiendo que cada empresa vincule los indicadores del Modelo de Estrategia de Negocio Sustentable PROhumana con cada uno de estos índices utilizados de manera transversal por las empresas.

Modelo de Estrategia de Negocio Sustentable PROhumana

FUENTE: PROhumana.

RANKINGSE PLATINO 2016 SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL PROhumana

paris cencosud

Número de trabajadores: 9.000
Rubro: Retail

¿Cuál es el retorno de la Sustentabilidad para tu empresa?

"En Paris, estamos convencidos de que la única manera de hacer negocios es aportando a que el mundo sea un lugar mejor. Es por eso que desde hace varios años venimos trabajando en la transformación de nuestra empresa para adecuarla a los valores del desarrollo sostenible, todos reflejados en nuestra Estrategia de Responsabilidad Social llamada Conciencia Celeste.

El retorno de trabajar en una cultura para la Sostenibilidad es sin duda la preferencia de nuestros grupos de interés. La confianza y la transparencia han pasado a ser determinantes para lograr que no solo los consumidores nos elijan, sino que también proveedores y nuevos talentos. Con respecto a este último grupo, los jóvenes cada vez se interesan más no solo por las variables económicas de una empresa, sino también por su comportamiento frente a la sociedad. Las instituciones con sentido y propósito más allá del aspecto económico son aquellas con menor rotación, mayor sentido de pertenencia y de trascendencia.

Paris es hoy una marca ciudadana que empatiza con las demandas de la sociedad, lo cual con los años se reflejará en una mayor preferencia de los consumidores".

Ricardo Bennett,
gerente general Paris, 2016

RANKINGSE PLATINO 2016 SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL PROhumana

Bci somosdiferentes

Número de trabajadores: 10.600
Rubro: Banca

¿Cuál es el retorno de la Sustentabilidad para tu empresa?

"La sostenibilidad en Bci busca generar progreso y valor a todos nuestros grupos de interés. Esta visión empresarial la hemos impulsado con el compromiso de toda la organización y tiene su fundamento en nuestra convicción de que las empresas tienen un importante rol en la sociedad y que solo aquellas con una gestión responsable podrán enfrentar en el futuro las crecientes complejidades que plantea un entorno social, económico y ambiental en constante evolución.

Este compromiso no cabe duda que genera retorno a Bci, como por ejemplo el aumento de 4 puntos porcentuales en el Clima Laboral en los últimos tres años, la satisfacción neta de calidad de servicio de 87% en el 2015, lo cual nos ha posicionado como el banco con mayor lealtad de nuestros clientes. Asimismo, el programa de Educación Financiera "con letra grande" ha tenido más de 2.944.000 visualizaciones en Youtube.

Sin embargo, creemos que aún tenemos muchos espacios para seguir mejorando y evolucionando. La sostenibilidad es un desafío permanente que tendremos que seguir enfrentando con creatividad e innovación. Pero en Bci estamos dispuestos a asumir este reto, porque está en nuestra visión y porque somos diferentes".

Eugenio Von Chrismar,
gerente general Bci, 2016

EDITOR: Pedro Álvarez **DIRECTOR DE ARTE:** Rodrigo Salinas **FOTÓGRAFOS:** Patricio Baeza y Felipe González **INFÓGRAFO:** Francisco Poblete
COORDINADOR COMERCIAL: Mauricio Araya **PUBLICIDAD:** Rosa María Alvarado **TELÉFONO:** 2 2330 1221 **REPRESENTANTE LEGAL:** Alejandro Arancibia **DIRECCIÓN:** Santa María 5542 - Santiago de Chile

Número de trabajadores: 1.352
Rubro: Sanitario

¿Cuál es el retorno de la Sustentabilidad para tu empresa?

"En Essbio prestamos un servicio esencial a tres millones de personas en la zona central de Chile, las 24 horas del día y los 365 días del año, y enfrentamos diariamente desafíos como la menor disponibilidad hídrica, nuevas exigencias en el servicio y la relación con las comunidades, entre otros.

Nuestra respuesta ha sido la ejecución impecable de una estrategia que tiene la sustentabilidad como uno de sus pilares y que se ha materializado en una hoja de ruta que nos está llevando a la meta de ser una empresa integrada con la comunidad y amigable con el medio ambiente, que disfruta de licencia social, es un buen empleador y tiene finanzas sanas que le permiten abordar las inversiones necesarias para el futuro.

Este último año reestructuramos áreas críticas de la compañía para garantizar la continuidad y calidad en nuestros procesos y robustecimos nuestra capacidad de ejecución de obras, vimos los primeros logros de nuestro plan de eficiencia energética con el cogenerador de la planta Biobío operando al 100% de su capacidad para producir 350.000 kWh al mes, y hemos desarrollado foros, encuentros, ferias educativas y un sinnúmero de iniciativas focalizadas con el fin de sensibilizar a la comunidad y educar sobre el futuro del agua y nuestra responsabilidad en ello".

Eduardo Abuauad,
gerente general Essbio, 2016

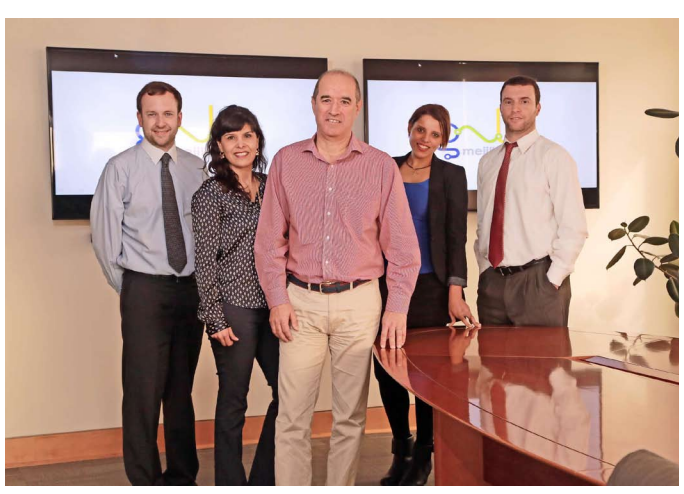
Número de trabajadores: 1.193
Rubro: Sanitario

¿Cuál es el retorno de la Sustentabilidad para tu empresa?

"La sustentabilidad es el corazón de la estrategia de Aguas Andinas. La integración en nuestra cadena de valor de las comunidades, la preservación del medio ambiente y los espacios de biodiversidad están ya integrados en nuestro día a día. Los inversionistas mundiales tienen su foco en las empresas sustentables. En esa línea, Aguas Andinas enfoca sus iniciativas en el concepto de economía circular.

Que dicho de otra manera, significa que hacer las cosas bien, preservando los recursos naturales y generando valor compartido con las comunidades es la gestión solicitada por los accionistas. Desde el punto de vista financiero, el retorno de esta gestión sustentable es la confianza del mercado que se expresa en el éxito que tienen nuestras colocaciones de bonos".

Narciso Berberana,
gerente general Aguas Andinas, 2016



Número de trabajadores: 19.243
Rubro: Retail

¿Cuál es el retorno de la Sustentabilidad para tu empresa?

"Supermercados Cencosud decidió gestionar la sostenibilidad en cada una de sus marcas –Jumbo y Santa Isabel– motivado por la necesidad de anticipar los desafíos que enfrenta la industria del retail. De esta manera, identificó a sus grupos de interés prioritarios y elaboró un conjunto de programas y acciones, orientados a dinamizar la gestión diaria de la empresa. A modo de ejemplo, es posible plantear el desarrollo y perfeccionamiento de la plataforma Cenconline (B2B) que ha permitido dinamizar y transparentar las comunicaciones con los proveedores, favoreciendo el desempeño comercial y logístico de ambas partes. En este sentido, ha sido posible constatar que la gestión de la sostenibilidad se asocia fuertemente al ahorro: la integración de estas materias a la operación diaria de la empresa ha permitido optimizar el uso del tiempo y de los recursos económicos. Asimismo, se perciben retornos de carácter reputacional, dado que los grupos de interés otorgan valor a las acciones emprendidas y distinguen a Supermercados Cencosud como un actor que procura mejorar su gestión de una manera integral y no de forma unilateral".

Ricardo Yunge,
gerente general Jumbo, 2016

Número de trabajadores: 96
Rubro: Energía

¿Cuál es el retorno de la Sustentabilidad para tu empresa?

"Nuestro camino hacia la sustentabilidad ha estado alineado con nuestra visión de empresa, donde aseveramos contribuir de manera eficiente y exigente al suministro energético del país, aportando con el medio ambiente y la diversidad. Nuestro método se ha centrado en maximizar el bienestar de nuestros stakeholders, particularmente de nuestros colaboradores. Lo anterior ha significado mayor productividad, equilibrio, y rotación menor al 2%.

El relacionarnos diariamente con nuestros vecinos e innovar en diversos espacios para mejorar el servicio a nuestros clientes, constituyen la base de nuestra cultura emprendedora. Asimismo, una sólida administración basada en la confianza de nuestros accionistas estimula una actitud de honestidad y lealtad hacia los objetivos y valores corporativos. Lo anterior ha dado frutos tales como ser la N°1 de las mejores medianas empresas para trabajar en Chile, N°3 de las empresas para madres y padres que trabajan, y empresa referente en prevención de riesgos".

Jean-Michel Cabanes,
gerente general GNL Mejillones, 2016

Número de trabajadores: 491
Rubro: Energía

¿Cuál es el retorno de la Sustentabilidad para tu empresa?

"Desde siempre, en Transelec hemos entendido que no se puede concebir el desarrollo de infraestructura energética, que estará emplazada en el territorio por décadas, si no es con una mirada sostenible en sus tres dimensiones: económica, social y ambiental.

Consecuentemente, la "creación de valor sostenible" es el objetivo principal de nuestra Estrategia. Esta cuenta con cinco pilares, siendo uno de ellos la mantención de una buena reputación corporativa, que incluye la calidad del relacionamiento con nuestras comunidades y el cuidado del medio ambiente, más allá de lo exigido por la ley.

El principal retorno de la Estrategia Sostenible de Transelec se ve reflejado en el desarrollo de la infraestructura energética que el país necesita de forma armoniosa con nuestro entorno, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las comunidades vecinas. Adicionalmente, hemos logrado todo esto con muy buen clima de relaciones con nuestros colaboradores, evidenciado con la obtención del premio Carlos Vial Espantoso que reconoce a las empresas "que construyen relaciones laborales participativas, basadas en el respeto y la transparencia".

Andrés Kuhlmann,
gerente general Transelec, 2016

Número de trabajadores: 484
Rubro: Retail

¿Cuál es el retorno de la Sustentabilidad para tu empresa?

"Hace 25 años, Mall Plaza nace con un objetivo: mejorar la calidad de vida de millones de personas construyendo espacios de encuentro. De a poco, este sueño se convirtió en nuestro sello, y la sostenibilidad en un modo de trabajar en forma coherente, ética y responsable.

Estamos convencidos de que hacer negocios de manera sostenible es la única forma de perdurar en el tiempo. Por un lado, el uso eficiente de los recursos implica retornos económicos y ambientales. Además, hemos construido una marca relevante y reconocida por las personas, en la que se valora nuestro compromiso con la cultura y el medio ambiente, con numerosos reconocimientos, como el premio mundial "Best of the Best" a Mall Plaza Egaña en categoría Sostenibilidad otorgado por el International Council of Shopping Centers (ICSC). Todo esto nos indica que la estrategia definida es la correcta.

Nuestro principal desafío es seguir cumpliendo nuestro propósito de mejorar la calidad de vida de miles de personas".

Fernando de Peña,
vicepresidente ejecutivo
Mall Plaza, 2016

Número de trabajadores: 330
Rubro: Laboratorio Cosmético

¿Cuál es el retorno de la Sustentabilidad para tu empresa?

"En L'Oréal tenemos un solo propósito: pasión por más belleza para todos. Esta ambición solo se sustenta bajo un modelo innovador en cuyo centro se encuentra la sustentabilidad, que consideramos, como grupo, es la nueva licencia para operar.

Compartiendo la Belleza con Todos es nuestro programa de sustentabilidad, cuyo objetivo es hacerlo bien, haciendo el bien. Y los números así lo han demostrado: seguimos siendo la empresa N°1 en cosmética. Además, recientes rankings nos sitúan dentro de las empresas más atractivas para los jóvenes. Tenemos los mayores puntajes del grupo en calidad de vida laboral y altos estándares en materia de acceso a cobertura de salud, protección social y capacitación. Entendemos que la Sustentabilidad no es una parte más de nuestro negocio, sino que es el corazón y el motor que nos mueve, y es por esto que nuestra inversión crece año tras año, asumiendo que estos compromisos ofrecen la oportunidad para innovar, crear valor y lealtad a nivel interno y externo".

Anthony Ponsford,
director general L'Oréal Chile, 2016

Número de trabajadores: 14.000
Rubro: Retail

¿Cuál es el retorno de la Sustentabilidad para tu empresa?

"Nuestra estrategia de negocios se basa en un crecimiento responsable. ¿Y cómo lo logramos? A través de un equipo comprometido que trabaja con vocación y pasión por el cliente; de una alianza estrecha con nuestros proveedores y un vínculo con la comunidad donde estamos presentes. Crecimiento, Rentabilidad y Sostenibilidad son los pilares que nos han guiado en estos 127 años de trayectoria, en los que hemos logrado ser una empresa reconocida por su transparencia y ética.

El Crecimiento Responsable pasa por ofrecer productos y servicios de excelencia a través de todos nuestros canales de contacto, superando las expectativas de nuestros clientes. Ponemos todos nuestros esfuerzos en brindar la mejor atención y en contar con un equipo comprometido y fidelizado (siete años dentro de las mejores empresas para trabajar en Latinoamérica). Además, auditamos al 100% de nuestros proveedores de marcas propias y contribuimos a mejorar la calidad de vida de nuestras comunidades por medio del programa Haciendo Escuela con más 10.000 horas de voluntariado".

Juan Luis Mingo,
gerente general Falabella Retail, 2016

Número de trabajadores: 2.855
Rubro: Telecomunicaciones

¿Cuál es el retorno de la Sustentabilidad para tu empresa?

"VTR busca crear valor para sus accionistas, trabajadores, clientes y la comunidad. Entendemos la sustentabilidad como un camino que se funda sobre estos pilares, pero que se recorre día a día con coherencia y convicción.

Chile tiene objetivos estratégicos y en VTR unimos nuestros propios objetivos estratégicos con los del país, liderando la inversión en infraestructura de telecomunicaciones para la productividad y la cultura que Chile necesita para su desarrollo. Innovando en servicios avanzados para las personas, hogares y pymes, que los conectan con las oportunidades del mundo. Fomentando la meritocracia, la diversidad y calidad de vida de los trabajadores, que enriquecen su productividad y compromiso con la compañía; y -como resultado de este modelo de negocio– obteniendo retornos competitivos para los accionistas, que nos permiten cumplir sus expectativas y renovar su confianza en el país, para seguir invirtiendo de forma sustentable, responsable y transparente".

Guillermo Ponce,
gerente general VTR, 2016

Nivel de desarrollo de tendencias en sustentabilidad

El gráfico muestra las seis afirmaciones de tendencia que contiene la Evaluación Integral mostrando el promedio obtenido para el total de las empresas, junto con el porcentaje de cumplimiento en cada uno de los cinco indicadores: Planificación, Implementación, Evaluación, Mejora Continua y Comunicación Externa / Interna. Las afirmaciones son puntuadas en una escala de 1 a 5, donde 1 no representa en nada a la empresa y 5 la describe totalmente.

		PLANIFICACIÓN	IMPLEMENTACIÓN	EVALUACIÓN	MEJORA CONTINUA	COMUNACIÓN
La empresa promueve el consumo sustentable	**3,76**	70%	81%	30%	60%	69%
La empresa cuenta con una estrategia para enfrentar el cambio climático	**3,21**	75%	45%	32%	73%	58%
La empresa genera alianzas público-privada	**3,18**	63%	56%	27%	50%	60%
La empresa cuenta con una estrategia de desarrollo y fomento de MIPYMES	**2,99**	62%	51%	36%	45%	44%
La empresa cuenta con una estrategia para abordar la inequidad social	**2,88**	51%	52%	37%	33%	46%
La empresa cuenta con un sistema de trazabilidad de sus productos	**2,29**	44%	25%	9%	75%	26%

FUENTE: PROhumana.

Valoración del Modelo de Estrategia de Negocio Sustentable

El gráfico muestra los porcentajes de asociación a verdadero o falso de las afirmaciones que se presentan a los trabajadores para contestar "mi empresa es sustentable porque…"

FUENTE: PROhumana.